

PRO ECUADOR
Oficina Comercial del Ecuador en Rotterdam

Crecimiento de superalimentos en el mercado holandés

Elaborado por: Daniel Amador Torra, Pasante OCE Rotterdam

Editado por: Andrea Montoya M, Director subrogante OCE Rotterdam

Fecha: 29 de Noviembre del 2017

Entre las tendencias observadas en el 2017, una de las más destacadas son los “superalimentos”. Actualmente este producto cuenta con un nicho creciente no solamente de vegetarianos y veganos, sino también con un consumidor mejor informado y cuyo interés en conocer el origen de los productos que consume, ha permitido que este tipo de productos ganen espacio en las perchas holandesas.

Los superalimentos son vendidos mayoritariamente en tiendas físicas, supermercados y tiendas web especializadas, pero cada vez se puede observar que en los supermercados convencionales estos productos cuentan con espacios más grandes.

Los principales supermercados especializados en productos orgánicos, sustentables y “superalimentos” son EkoPlaza y Marqt, los cuales se encuentran en los centros de las ciudades más grandes de los Países Bajos, tal y como son Rotterdam, Ámsterdam y La Haya. Esas tiendas venden productos para un nicho de gente que está interesada en tener una mejor alimentación y con un poder adquisitivo mayor que les permite pagar más por este tipo de productos. En cuanto a las tiendas web existe una gran variedad, entre ellas la pionera sería Raw Superfoods, pero los volúmenes de venta son mucho menores que los de las tiendas ya que son pequeñas empresas que suelen ser manejadas por pocas personas. Últimamente, el nicho de moda son los suplementos para deportistas, el cual se puede aprovechar para la venta de los superalimentos como un buen balance para su dieta.

No obstante, cuando se quiere ingresar al mercado holandés, se debería considerar que las grandes superficies como supermercados, tiendas especializadas y online no importan productos directamente, sino que obtienen sus productos de empresas que se dedican a la importación exclusivamente. La ubicación estratégica de su puerto en Rotterdam, le ha permitido al país destacarse como importador y reexportador de varios productos a la región.

El comprador europeo considera 3 aspectos que son importantes para la compra del producto, adicional a la competitividad de su precio:

1. La composición química:

Es el aspecto más importante de todos, ya que es más fácil conseguir interés por parte de una compañía si el producto tiene una alta concentración en algún nutriente, lo que facilitaría su promoción.

2. Productos exóticos e historia:

La historia detrás del producto es considerada un elemento importante a la hora de adquirirlo. Asimismo, esto les facilita la creación de una historia con fines promocionales, lo que incluye la tradición de dónde y cómo se consumen los diferentes superalimentos.

3. Producción:

Si ha sido producido de manera ética y orgánica. Es importante respaldar esta premisa con la presentación de los certificados, ya que las empresas que manejan superalimentos también lo suelen pedir.

En cuanto a la exportación de los productos, se sugieren considerar las siguientes opciones.

- Se debe considerar si se quiere exportar un producto primario o si se quiere exportar un producto con un valor agregado.
- En el caso de escoger la opción de exportar un producto con un valor agregado que seguramente aporte más dinero, también se debe tomar en cuenta la inversión y el coste temporal que supone elaborar un producto que cumpla con las expectativas del importador y con las necesidades del consumidor en el mercado meta.

Una vez que se haya escogido entre esas dos posibilidades, se debe decidir si se exporta para marca blanca o si se prefiere vender con marca propia. De acuerdo a lo observado, el importador holandés prefiere marca blanca para productos con menor reconocimiento, es por esta razón que esperan que el exportador esté abierto a producir bajo esta modalidad.

Cuando hablamos de valor agregado en superalimentos, es importante decir que no se trata únicamente de procesarlos, sino también la división en diferentes calidades de la materia prima que puede hacer que el comprador pague un mayor precio debido a la confianza.

A la hora de vender el producto es importante saber que no se puede promocionar beneficios en salud si estos no han estado aprobados anteriormente por la Unión Europea. Para ver los beneficios se puede consultar bases de datos como Herbmed o hacer la consulta a universidades como la de Viena y Graz.

Previo al ingreso del producto en el mercado europeo, y desde un punto de vista estratégico, se sugiere realizar prospección en ferias especializadas en el sector, ya que ahí es donde se encuentran los principales compradores. A continuación, se presenta un cuadro con las fechas de las principales ferias para estos productos en Europa:

NOMBRE DE FERIA	CIUDAD	FECHA
SANA	BOLOGNA, ITALIA	7-10 SEPTIEMBRE 2018
HEALTH INGREDIENTS/ NATURAL INGREDIENTS	FRANKFURT, ALEMANIA	27-29 NOVIEMBRE 2018
FOOD INGREDIENTS/ NATURAL INGREDIENTS	FRANKFURT, ALEMANIA	28-30 NOVIEMBRE 2018
BIOFACH	NUREMBERG, ALEMANIA	14-17 FEBRERO 2018
VITAFODS	GINEBRA, SUIZA	15-17 MAYO 2018
CPHI	MADRID, ESPAÑA	9-11 OCTUBRE 2018
ANUGA	COLONIA, ALEMANIA	5-9 OCTUBRE 2019
BIO-BEURS	ZWOLLE, HOLANDA	17-18 ENERO 2018
VEGGIE WORLD	UTRECHT, HOLANDA	10-11 MARZO 2018

Si dispone de un producto que no haya sido altamente consumido en Europa antes de 1997, deberá consultar su estado en Novel Food Catalogue, o aplicar para su registro y autorización. El proceso puede ser largo, pero una vez pasado dispondrá de una gran oportunidad por ser el primer exportador de dicho producto. Aun así, cabe indicar que es importante considerar las patentes de los productos y proteger su genética para evitar que dichos alimentos sean cultivados en Holanda, tal y como ya ha pasado con la quinua en los últimos años. Para eso, se recomienda contactar con la Agencia de Patentes Europea (EPO), la cual le puede informar sobre el actual estado de su producto.

Fuentes:

- https://www.cbi.eu/sites/default/files/market_information/researches/product-factsheet-europe-superfoods-2015_0.pdf
- <https://www.freshfruitportal.com/news/2014/07/04/netherlands-wageningen-research-to-expand-quinoa-horizons/>
- <https://www.ekoplaza.nl/search/qry=superfoods>
- <http://www.tofairs.com/fairs2.php?cnt=1050&cty=>
- https://ec.europa.eu/food/safety/novel_food_en
- <http://www.bio-beurs.nl/en/>
- http://organic-market.info/news-in-brief-and-reports-article/The_Netherlands.html
- https://www.eventseye.com/fairs/zst1_trade-shows_europe_natural-organic-food.html