

PRO ECUADOR
Oficina Comercial del Ecuador en Hamburgo
FRUTAS SECAS Y DESHIDRATADAS EN ALEMANIA

Fecha: 29 de mayo de 2019

Introducción

La comida saludable como nueces y frutos secos tienen la atención de los consumidores, ya sea como componente de cereales o como proveedor de energía, la demanda de nueces y frutas secas está creciendo.

Según un estudio realizado por la empresa alemana M&A a mayo de 2019, el consumo per cápita aumenta constantemente y ya alcanza los 4.5 kg por año. Sin embargo, esta cantidad sigue siendo menos de la mitad del valor anual recomendado. La base para aumentar el consumo es, entre otras cosas, la alta densidad de nutrientes en las frutas deshidratadas y el contenido de ácidos grasos insaturados, que tienen un efecto saludable en el consumo moderado.

Importaciones de Alemania de frutas deshidratadas procedentes de Ecuador del 2016 al 2018 (en miles de dólares)

PRODUCTO	2016	2017	2018
Banano deshidratado	3,436	3,920	5,616
Piñas frescas o deshidratadas	5,040	4,837	4,693
Papaya deshidratada	7	-	-
Otras frutas deshidratadas	784	203	302

**Fuente: Genesis de Statis*

Se puede notar un constante incremento en el consumo de banano deshidratado procedente de Ecuador. En otras frutas deshidratadas ha habido un menor consumo, por su parte la piña deshidratada no muestra mayor variación.

Importaciones totales de Alemania de frutas deshidratadas del 2016 al 2018 (en miles de dólares)

PRODUCTO	2016	2017	2018
Banano deshidratado	4,899	6,585	12,357
Piñas frescas o deshidratadas	160,201	147,838	157,844
Papaya deshidratada	210	906	588
Otras frutas deshidratadas	57,585	55,974	65,562

*Fuente: Genesis de Statis

Tendencias identificadas desde el año 2018 hasta la actualidad

Las 5 tendencias más importantes son:

1. Las iniciativas sostenibles cobran más importancia.

Si bien desde hace varios años la certificación sostenible, como orgánica y Comercio Justo, ha creado un nicho de mercado interesante, pero limitado, las empresas convencionales están introduciendo otras iniciativas de sostenibilidad. Se espera que este creciente interés de las grandes empresas tenga un impacto positivo en las iniciativas existentes, como el comercio justo. También puede alentar el uso de certificaciones alternativas como UTZ, Rainforest Alliance y varias otras internas.

2. Embalaje reciclable

Existe una creciente expectativa de que las empresas sean más inteligentes con respecto al uso de los recursos naturales en los envases, por ejemplo, utilizando materiales biodegradables y otras estrategias de reducción de desechos. Los supermercados de basura cero están aumentando y las cafeterías ahora ofrecen precios con descuento para los clientes que llevan una taza reutilizable¹.

3. Crecientes requerimientos del minorista.

Los alimentos orgánicos tienen una demanda creciente, pero los compradores buscan cada vez más requisitos más allá de la certificación orgánica. Los productos alimenticios veganos, la responsabilidad social en la cadena de suministro y la inocuidad de los alimentos han aumentado en popularidad entre los consumidores y minoristas, quienes también esperan que se produzcan alimentos que generen las menores emisiones de dióxido de carbono (CO₂) posibles.

Otra tendencia creciente entre los consumidores, especialmente en Europa del Norte y Occidental, implica el consumo ético que toma en cuenta estándares laborales y salarios justos en la cadena de suministro.

¹ Fuente: Fruchthandel Magazin, Edición 13 del 2019, página 40.



4. El consumo de productos bajos en calorías y otros productos "bajos" está aumentando

Lo que comenzó como un gran problema en el sector de jugos de frutas y refrescos, la creciente atención al alto contenido de azúcar ahora también influye en el mercado de las frutas deshidratadas. Un número creciente de comerciantes y procesadores se han volcado a comprar frutas deshidratadas sin azúcar agregada. Los consumidores europeos tienden a elegir versiones más saludables de ciertos alimentos cuando el sabor y la textura de un determinado producto se conservan de la versión original.

5. Mayor conciencia de los consumidores sobre los alimentos.

Los consumidores europeos se han estado informando mejor sobre el valor nutricional y la composición de los productos alimenticios durante los últimos años, incluso dedicando más tiempo a leer las etiquetas que antes. En respuesta a esta tendencia, algunas compañías de alimentos han comenzado a colocar códigos de barras en sus productos para que los consumidores obtengan más información sobre pruebas de laboratorio y origen de ingredientes, por ejemplo, en sus sitios corporativos. Un aspecto importante de esta tendencia es la creciente demanda de alimentos sin aditivos y en alimentos "libres de", como sin gluten, sin azúcar, sin lácteos, etc.²

Considerando la búsqueda de alimentos saludables por parte del consumidor alemán, las frutas deshidratadas podrían resultar un mercado interesante para el productor ecuatoriano; quien al momento de ingresar a este mercado debe tener presente la importancia que representa el respeto al medio ambiente, la responsabilidad social y el aporte nutricional que el consumidor busca dentro de este tipo de productos.

² Fuentes CBI, revisión el 29 de Mayo del 2019