



OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL
DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA
LA HAYA - PAÍSES BAJOS

EL MERCADO DE FRESAS EN PAÍSES BAJOS (2002/2003)

ÍNDICE

1. Importación y Exportación.....	2
1.1. Fresas frescas.....	2
1.1.1. Exportaciones.....	2
1.1.2. Importaciones.....	2
1.2. Fresas elaboradas.....	3
1.2.1. Exportaciones.....	3
1.2.2 Importaciones.....	3
2. El mercado neerlandés de fresas.....	4
3. La última campaña.....	5
3.1. Tendencias.....	5
4. Subastas.....	5
4.1.Zaltbommel.....	5
4.2. Fruitmasters.....	6
4.3. The Greenery.....	7
4.4. ZON.....	7
5. Canales de distribución.....	8
5.1. Gran distribución.....	8
5.2. Principales grupos de distribución.....	8

Fecha : Mayo 2004
Realizado por : Ofecomes La Haya

Este informe contiene, o puede contener, juicios valorativos y expresiones personales. Por ello ni está destinado a ser puesto a disposición pública, ni se generan responsabilidades por errores o interpretaciones equivocadas.

1. Importación y Exportación

Para la realización de este informe se han utilizado fundamentalmente datos del CBS, el Instituto Neerlandés de Estadística, así como las estadísticas de importación y exportación contenidas en el World Trade Atlas del año 2003, que a su vez utiliza datos de Eurostat. Los últimos datos disponibles corresponden al primer semestre del año 2003. Éstos datos pueden no coincidir totalmente con los de otras fuentes estadísticas utilizadas en informes anteriores, tales como las de Estacom, por diferencias en el método de contabilización.

Las partidas arancelarias tenidas en cuenta para el estudio del comercio exterior neerlandés de fresas son las siguientes:

081010: Fresas frescas

081110: Fresas elaboradas o congeladas

1.1. Fresas frescas

1.1.1. Exportaciones

Millones €	2001	2002	2003*
081010	48,6	50,1	19,6

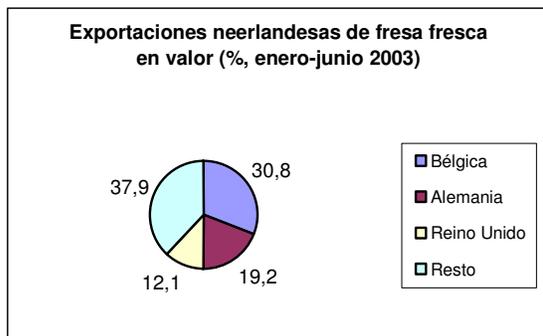
* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003

Toneladas	2001	2002	2003*
081010	16.051	14.387	6.889

* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003



En cuanto a los países destinatarios de las exportaciones neerlandesas en valor, destacan Bélgica, a la que van destinadas más de un 30% de las mismas, Alemania y el Reino Unido. Este último país, a pesar de mantenerse aún en los primeros puestos, representa un porcentaje cada vez menor de las exportaciones neerlandesas de fresa fresca, sobretodo a causa del incremento en la producción propia. Rusia y Noruega, por su parte, se configuran como un destino cada vez más importante para las fresas neerlandesas.

1.1.2. Importaciones

Millones €	2001	2002	2003*
081010	23,9	23,5	11,6

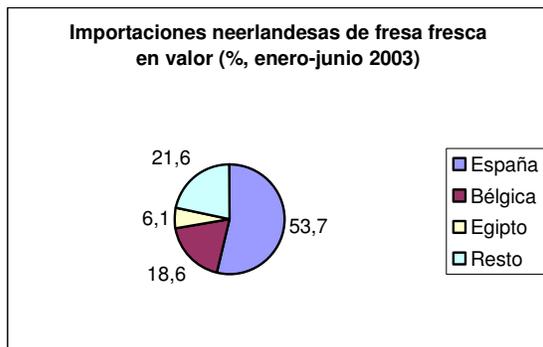
* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003

Toneladas	2001	2002	2003*
081010	15.716	13.316	7.500

* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003



En cuanto a las importaciones neerlandesas de fresas, el principal proveedor es, con mucha diferencia España, tanto en lo que se refiere a estadísticas semestrales, disponibles para el 2003, como anuales, referentes a los años 2001 y 2002. Bélgica también tiene una posición asentada como segundo proveedor, seguida por Alemania, Egipto, Italia e Israel, que intercambian posiciones según si se trata de series semestrales o anuales.

1.2. Fresas elaboradas

1.2.1. Exportaciones

Millones de €	2001	2002	2003*
081110	0,172	0,475	0,160

* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003

Toneladas	2001	2002	2003*
081110	134	494	130

* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003

1.2.2. Importaciones

Millones de €	2001	2002	2003*
081110	11,1	18,1	8,5

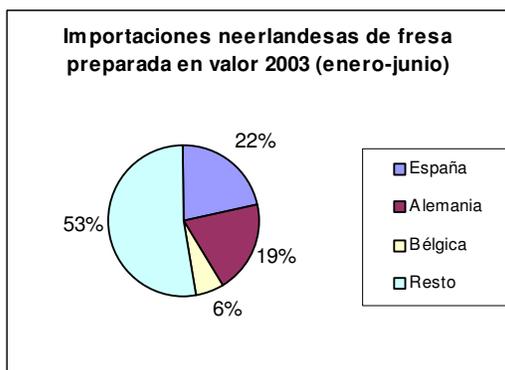
* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003

Toneladas	2001	2002	2003*
081110	13.044	20.304	9.186

* Enero-junio

Fuente: World Trade Atlas, 2003



Las importaciones neerlandesas son, en el caso de las fresas elaboradas y congeladas, netamente superiores a las exportaciones. En este tipo de producto destacan claramente España, y en menor medida, Alemania, como proveedores.

2. El mercado neerlandés de fresas

En el año 2002 la fresa fue la quinta fruta más consumida en Países Bajos, según datos de Productschap Tuinbouw, la Asociación Interprofesional Neerlandesa de Horticultura.

Se ofrece seguidamente el listado de frutas más consumidas por los neerlandeses, entre las que figura la fresa.

1. Manzana
2. Naranja
3. Plátano
4. Mandarina
5. Fresa

En Países Bajos se consumieron en el 2002 1,94 kilos de fresas por hogar, lo que supone una disminución respecto a los 2,16 kilos de 1999. Las fresas ocupan el segundo lugar en cuanto a consumo entre las frutas llamadas "de verano" (incluyen melocotones, nectarinas y ciruelas entre otras), sólo superadas por las nectarinas. Sin embargo, en 1999 las fresas ocupaban el primer lugar en esta clasificación.

La principal variedad de fresa comercializada en Países Bajos es la Elsanta. Otras variedades menos importantes son la Lambada, dirigida a un segmento más alto del mercado, y la Darselect.

Los datos relativos a la producción neerlandesa de fresas y a la superficie cultivada son los siguientes:

Producción neerlandesa de fresas (explotaciones abiertas e invernaderos)

Millones kilos	2000	2001	2002
Fresas (total)	34	34	35

Fuente: CBS, 2004

Superficie dedicada al cultivo de fresas en Países Bajos

Miles ha.	2001	2002	2003*
Explotación abierta	1,7	1,7	1,9
Invernadero	0,2	0,2	0,2

* Cifras provisionales

Fuente: CBS, 2004

3. La última campaña

La pasada campaña de la fresa fue excelente en Países Bajos, el buen tiempo hizo posible la obtención de una alta producción, mientras que la demanda se mantuvo alta, por lo que el nivel de precios fue también elevado. En el caso de la subasta de Zaltbommel, se situó un 10% por encima del nivel del año precedente. Por lo que respecta al año 2004, la temporada de fresas ha empezado en Países Bajos un poco más tarde, con unas dos semanas de retraso.

3.1. Tendencias

Los productores neerlandeses se están centrande en mejorar la calidad y presentación de su producto para hacer frente a la creciente competencia de otros países productores. Entre ellos se encuentran Polonia, que es un gran productor de fresas, (aunque en los segmentos más bajos del mercado) y el Reino Unido, cuya producción de fresas ha aumentado en los últimos años, hecho que ha provocado una reducción de sus importaciones de Países Bajos. Sin embargo, los exportadores neerlandeses están dirigiendo sus esfuerzos a la conquista de otros mercados, que les permitan compensar la caída del mercado británico. Fuentes del sector consideran que aquellos que cuentan con un mayor potencial para la fresa neerlandesa de calidad son los de Alemania, la Europa del Este, Italia y Escandinavia.

4. Subastas

La comercialización de frutas y verduras se ha realizado tradicionalmente en Países Bajos a través de subastas-cooperativas ("veiling"). Las subastas han perdido importancia debido a la fortaleza de la gran distribución, que establece acuerdos directos con los productores e importadores. La filosofía de las subastas de comercializar primero la producción de las cooperativas-socio, limitando la oferta, parece haber sido lo que ha empujado a la gran distribución a establecer contratos de suministros con asociaciones de productores en diversos países. Las diferentes subastas que existían en Países Bajos se han adaptado a la situación cambiante del mercado para poder continuar siendo competitivas. Por esta razón, varias subastas pequeñas se han fusionado para crear grupos empresariales más grandes de comercialización de frutas y verduras. No se limitan a comercializar la producción neerlandesa, sino que también actúan como importadores. En el caso de las fresas destacan las subastas de Zaltbommel (Veiling Zaltbommel) y Cooperatieve Fruitmasters Groep U.A.. Otras subastas en Países Bajos son: The Greenery y ZON

4.1. Veiling Zaltbommel

La subasta de Zaltbommel se encuentra en estos momentos promocionando fuertemente las fresas de la variedad Lambada, aunque éstas representan aún una porción muy pequeña de la facturación, pues la variedad Elsanta supone un 96% del total. Los responsables de Veiling Zaltbommel consideran las fresas Lambada como un producto de apertura de temporada para la producción neerlandesa, ya que se encuentra

disponible a partir de fines de febrero. Ésta se dirige fundamentalmente al mercado de más alta gama y se distribuye en tiendas especializadas en frutas y verduras y para la restauración.

A partir de mediados de abril de 2004, esta subasta ha pasado a utilizar embalajes con el formato 8x500 gramos (envases de pulpa de madera de 500 gramos dentro de cajas Europe Quality un poco más grandes) como formato de presentación estándar para las fresas. Con esta medida esperan adaptarse al formato más habitual en Europa, aunque continuaran sirviendo algunos mercados con otros tipos de presentación según demandas específicas.

La subasta de Zaltbommel gestionó el año pasado la venta de 2 millones de kilos de fresas. Se espera que este año la superficie aumente un 10%. Las exportaciones hacia Francia, Italia y España permitieron compensar en parte las menores exportaciones hacia el Reino Unido. Rusia también se está consolidando como un destino importante para las fresas de esta subasta.

Veiling Zaltbommel

P.O. BOX 7

5300 AA Zaltbommel

Tel.: +31 418 579911

Fax: +31 418 579213

www.veiling-zaltbommel.nl (en neerlandés)

4.2. Fruitmasters

Esta cooperativa, resultado de la fusión de 3 subastas de fruta de Países Bajos:

Groente- en Fruitveiling Rijn-Waal-Maas (R.W.M.) B.V., Coöperatieve Fruitveiling "Geldermalsen en omstreken" B.A. y Fruitveiling "Wijk bij Duurstede en Omstreken".

Constituye el mayor distribuidor de frutas de Países Bajos y gestiona una de las subastas de fruta más especializadas de Europa. Cuenta entre sus miembros con cerca de 1.400 productores neerlandeses. Recientemente un intento de fusión con The Greenery para formar un gran grupo comercializador de fruta con el nombre de Fruit XL fue bloqueado por las autoridades neerlandesas de la competencia (Nederlandse Mededingingsautoriteit, NMA), por el alto grado de concentración del mercado que supondría.

Esta subasta vendió 4,1 millones de fresas el año 2003, lo que supuso un 18 % más que el año precedente. Para la próxima temporada espera poder llegar a la cifra de 5 millones de fresas gracias al aumento de un 20 % en la superficie cultivada por sus miembros. La producción proviene en un 30% de cultivos en "estantes", un 30% de cultivos abiertos y un 40% de invernaderos. Fruitmasters tiene el objetivo de poder suministrar fresas neerlandesas durante todo el año, aunque este año aún no lo conseguirá. Sin embargo, gracias a que dispone también de empresas comerciales, puede conseguir fresas frescas de importación a lo largo del año, procedentes de países como España, Suráfrica y Marruecos. Tiene asimismo su propia central de empaquetado para fruta blanda, para la cual ha obtenido recientemente el certificado BRC (British Retail Consortium). Prácticamente toda la producción de los miembros de Fruitmasters es de la variedad Elsanta, con pequeñas cantidades de Lambada, aunque la subasta tiene el objetivo de diversificar más las variedades que vende en el futuro.

Como otras subastas neerlandesas también ha pasado a utilizar embalajes con el formato 8x500 gramos, aunque con una presentación diferente de la de Europe Quality, para diferenciarse de sus competidores. Sin embargo, continuarán sirviendo algunos mercados con otros tipos embalaje según demandas específicas.

Coöperatie Fruitmasters Groep

Postbus 222

4190 CE Geldermalsen

Tel: +31 (0)345 578800

Fax +31 (0)345 578428

e-mail postmaster@fruitmasters.nl

www.fruitmasters.nl (en inglés y neerlandés)

4.3. The Greenery

En 1996, como respuesta a los cambios en el sector, mencionados anteriormente, nueve subastas de frutas y verduras y la Oficina Central de las Subastas Neerlandesas se fusionaron para constituir The Greenery. Esto ha supuesto un alto grado de centralización de la actividad, en lugar de la dispersión entre diferentes subastas, como ocurría hace unos años. Actualmente, The Greenery continua comercializando los productos de sus más de 2.500 socios, además de frutas y verduras de importación. Se ha convertido en un gran grupo empresarial de distribución de productos frescos que factura más de 1.600 millones de euros y emplea a 2.200 personas. Además, en los últimos años, ha tomado el control de varias empresas de importación/exportación para facilitar la comercialización de sus productos en mercados internacionales (especialmente Reino Unido, Alemania y Escandinavia).

The Greenery tiene como lugar básico para el comercio de la fruta blanda, y en especial para las fresas, su centro de Breda, en el sur de los Países Bajos. El 90 % de la producción comercializada proviene de esa zona. El especialista (dentro del grupo The Greenery) en la comercialización de fresas es la empresa Jover B.V., que funciona como el departamento de exportación de fresas de The Greenery para toda Europa, sobretodo para los supermercados ingleses. Otras empresas del grupo también tienen alguna actividad exportadora. Jover, suministra fresas durante los 12 meses del año, principalmente neerlandesas, pero también de importación. The Greenery vende las fresas neerlandesas de calidad bajo la marca Exquise, que fue lanzada al mercado el pasado septiembre.

The Greenery B.V.

P.O.BOX 79

2990 AB Barendrecht

info@thegreenery.com

www.thegreenery.nl (en español, inglés, alemán, italiano y neerlandés)

4.4. ZON

Subasta cooperativa de frutas y verduras que agrupa a cerca de 1.000 productores. En el 2002 la facturación ascendió a 230 millones de euros. Después de discusiones sobre la conveniencia de adaptarse a las nuevas tendencias en la distribución de frutas y verduras, ZON decidió recientemente mantener su sistema de subasta tradicional y complementarlo con un sistema de subastas por internet.

El mercado alemán es especialmente importante para los productores de fresas de ZON, de forma que les ha permitido compensar el relativo estancamiento de las ventas en Gran Bretaña. Las fresas se venden en embalajes de plástico transparente cubiertos.

ZON

P.O.BOX 3200

5902 RE Venlo

+31 77 3239999

+31 77 3239719

office@zon-business.com

www.zon-business.com (en neerlandés)

5. Canales de distribución

5.1. Gran distribución

En cuanto al peso relativo de cada canal en la distribución de frutas frescas en Países Bajos cabe destacar que en los últimos años ha sido constante el incremento de cuota de mercado por parte de los supermercados, hasta alcanzar una cuota del 91 % el mercado de fruta y verduras, por tan sólo un 6% para las tiendas especializadas y un 3 % para el resto de canales

Sólo en el año 2002, mientras las ventas de los pequeños comercios en el conjunto de los sectores en Países Bajos aumentó en un escaso 0,2 %, la facturación de las fruterías disminuyó en un 10%. Entre las causas de este descenso se encuentran la creciente popularidad entre los consumidores del concepto de "one stop shopping" (compras en un solo punto), que los supermercados pueden ofrecer. Además la edad media de los clientes de fruterías tradicionales va aumentando cada vez más. Los propietarios de pequeños establecimientos no encuentran sustitutos cuando se retiran, por lo que el número de establecimientos también está disminuyendo. Por ello esta nota de mercado se centra en el estudio de los supermercados, al ser éste, con diferencia, el principal canal de distribución.

El declive de las pequeñas fruterías como canal de distribución, y en menor medida de las ventas en puestos callejeros, ha afectado también a los mercados mayoristas de las grandes ciudades. Sin embargo, el incremento de ventas a establecimientos étnicos y de hostelería ha permitido a los importadores compensar, en parte, la pérdida de ventas.

Uno de los factores que dificultan la viabilidad futura de los pequeños comercios minoristas en Países Bajos es la falta de cooperación con otros componentes de la cadena de distribución. Frugiventa (Asociación Neerlandesa de Comerciantes de Frutas y Verduras) y AGF Detailhandel Nederland (Asociación Neerlandesa de Detallistas de Frutas y Verduras) han lanzado recientemente una iniciativa para asesorar y mejorar la competitividad de este tipo de establecimientos.

5.2. Principales grupos de distribución en Países Bajos

En cuanto a los tipos de establecimientos de distribución presentes en los Países Bajos, hay que tener en cuenta que la mayoría de las ventas se realizan en supermercados de entre 400 y 1.200 m², fórmula que adopta Albert Heijn, líder del mercado. Además llama la atención la escasez de grandes hipermercados y la relativa menor influencia del pequeño comercio. Las cadenas de descuento, por su parte van incrementando progresivamente su cuota de mercado.

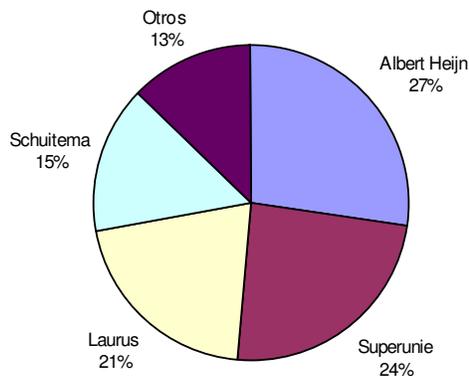
El mercado neerlandés se caracteriza, por el lado de la demanda, por la importancia del factor precio en la decisión de compra, por lo que las cadenas de supermercados están realizando esfuerzos en la reducción de costes, con el fin de aumentar la eficiencia, como única vía para mantener la cuota de mercado y un margen comercial rentable.

En el sistema de distribución en los Países Bajos están activos varios grandes grupos de compra. En la mayoría de los casos son divisiones de compañías que están operando en la distribución alimenticia, como sucede con Albert Heijn, Laurus o Schuitema, que tienen central de compras propia. Sin embargo, el segundo grupo en volumen de compras, Superunie, no tiene una cadena propia de establecimientos de venta al público, sino que es una organización resultado de la fusión de cadenas regionales, de compra productos alimenticios de proveedores nacionales e internacionales para sus afiliados, dentro de los cuales destacan Sperwer, CoopCodis y Van Eer Groep.

Actualmente, y tras los cambios de los últimos años, la primera central de compras en importancia es la de Albert Heijn, con el 27% de las compras totales. Le siguen Superunie con el 24%, Laurus (central de compra de las cadenas Super de Boer, Edah y Konmar) con el 21% y Schuitema (central de compras de C1000) con el 15%. Entre estos cuatro grupos se reparten el 87% del total de compras del sector.

Centrales de compra en los Países Bajos

Volumen de compras - Año 2002



Fuente: Vademecum ACNielsen, 2003

Otras organizaciones de compra con menor volumen de operaciones son Koopconsult (central de compras de Dirck van den Broek) y las cadenas de supermercados de descuento Aldi y Lidl.

Principales cadenas de supermercados por cuota de mercado

Cuota de mercado en %

	2001	2002
1. Albert Heijn	27,4	27,5
2. C1000	12,4	14,6
3. Super de Boer	9,9	9,6
4. Aldi	6,3	7,0
5. Edah	6,3	5,7
6. Konmar	2,5	5,1
7. Plus	3,1	3,7
Otros	32,1	26,8

Fuente: Vademecum 2003, ACNielsen

Además de las grandes cadenas de distribución hay que tener en cuenta algunos distribuidores independientes, como las pequeñas fruterías y los comercios étnicos, que se abastecen a través de importadores y mayoristas especializados en frutas.