

PERFIL DE MERCADO BERRIES CONGELADOS – REINO UNIDO

ProChile Londres, Diciembre 2007

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

- 0811100000 Frutillas Congeladas
- 0811202000 Frambuesas Congeladas

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Frutillas Congeladas
Frambuesas Congeladas

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

- **08111090**: Strawberries, uncooked or cooked by steaming or boiling in water, frozen, whether or not ctg added swt matter: **Strawberries other frozen no added sugar**
- **08112031**: Raspberries, blackberries, loganberries, black, white or red currants, mulberries & gooseberries of hdg 058.30: **Raspberries: frozen: not ctg added sugar.**

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

- Frutillas Congeladas - 08111090: 14,4%
- Frambuesas Congeladas – 08112031: 14,4%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Gracias al tratado comercial entre Chile y la Unión Europea, las frutillas congeladas provenientes de Chile no pagan arancel al ingresar al Reino Unido. En el caso de las frambuesas congeladas, el arancel de será, durante el 2008, de 3,6%; para bajar a 1,8% el 2009 y llegar a 0% el año 2010.

OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

En el caso de las frutillas congeladas Sudáfrica no paga arancel, tampoco los países del grupo ABH. Tampoco pagan los países SPGA y SPGE, Turquía y algunos países de Europa del Este. Las frutillas provenientes de China deberán pagar si el precio es menor a Eur 598 / Ton, la diferencia en valor entre el precio y Eur 598.

Para las frambuesas congeladas, Sudáfrica pagará 3,1% el año 2008 y México 5,3%. No pagan arancel los países clasificados en los grupos ABH (entre los que se encuentra Serbia), SPGA y SPGE, tampoco paga Turquía y algunos países de Africa y Europa del Este.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Todo alimento importado para consumo humano debe cumplir con la ley de carácter general de la UE sobre requerimientos de seguridad alimentaria. Básicamente el REGLAMENTO (CE) No 178/2002 (http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/oj/2002/l_031/l_03120020201es00010024.pdf) exige que los alimentos no sean inseguros, es decir, que no sean dañinos para la salud y que sean adecuados para el consumo humano.

Además de la legislación general, se aplica una legislación específica para alimentos que no contengan productos animales. Las principales regulaciones para el control de alimentos de origen no animal que se importen en el Reino Unido desde países no miembros de la UE, son: Reglamento (CE) no 882/2004 (http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/oj/2004/l_191/l_19120040528es00010052.pdf), "The Official Feed and Food Controls (England) Regulations 2006" (<http://www.opsi.gov.uk/si/si2006/20060015.htm>), "The Official Feed and Food Controls (Scotland) Regulations 2005" (<http://www.opsi.gov.uk/legislation/scotland/ssi2005/20050616.htm>), "The Official Feed and Food Controls (Wales) Regulations 2006" (<http://www.opsi.gov.uk/legislation/wales/wsi2006/20060590e.htm>) y "The Official Feed and Food Controls Regulations (Northern Ireland) 2006" (<http://www.opsi.gov.uk/sr/sr2006/20060002.htm>).

Mayor información o consultas se pueden dirigir a:

Food Standards Agency

Aviation House
125 Kingsway
London, WC2B 6NH
T. +44 (0)20 7276 8000
E. helpline@foodstandards.gsi.gov.uk
W. www.food.gov.uk

T. +44 (0)20 7276 8018
E. imported.food@foodstandards.gsi.gov.uk

Quick Frozen Foods Regulations enquires:

Mr Richard Wood
T. +44 (0)20 7276 8154
E. Richard.Wood@foodstandards.gsi.gov.uk

Regulación sobre alimentos congelados:

<http://www.food.gov.uk/multimedia/pdfs/qffeng07ria.pdf>

Otras regulaciones que pueden ser de interés, publicadas por la 'British Frozen Food Federation':

http://www.bfff.co.uk/guide_storage_handling.pdf

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

A continuación se incluyen las cifras de importación de frutillas congeladas del Reino Unido para los años 2004 al 2006:

Año 2006

País	Kilos	%	US\$ Cambio: £1 = US\$ 0,5476	%
Polonia	6,666,004	38.2%	9,367,146	39.7%
Turquía	2,295,342	13.2%	3,824,591	16.2%
España	1,884,152	10.8%	2,625,667	11.1%
Holanda	2,184,610	12.5%	2,607,996	11.1%
Bélgica	1,004,950	5.8%	1,227,106	5.2%
Alemania	876,902	5.0%	1,203,294	5.1%
China	1,014,010	5.8%	945,380	4.0%
OTROS	1,503,734	8.6%	1,770,386	7.5%
Chile	-	0.0%	-	0.0%
TOTAL	17,429,704		23,571,565	

Año 2005

País	Kilos	%	US\$ Cambio: £1 = US\$ 0,5468	%
Polonia	5,716,782	33.7%	6,212,606	31.0%
Turquía	3,203,700	18.9%	4,739,909	23.6%
España	1,702,636	10.0%	2,589,249	12.9%
Holanda	1,568,703	9.2%	2,149,835	10.7%
China	2,117,340	12.5%	1,520,359	7.6%
Alemania	795,563	4.7%	911,349	4.5%
Bélgica	523,874	3.1%	630,543	3.1%
OTROS	1,328,782	7.8%	1,253,595	6.3%
Chile	21,980	0.1%	40,973	0.2%
TOTAL	16,979,360		20,048,419	

Año 2004

País	Kilos	%	US\$ Cambio: £1 = US\$ 0,5498	%
Turquía	3,604,721	21.1%	6,208,397	24.5%
Polonia	3,638,115	21.3%	5,107,350	20.2%
Holanda	1,880,071	11.0%	3,125,792	12.4%
Alemania	1,632,602	9.6%	2,827,754	11.2%
España	1,241,759	7.3%	1,837,256	7.3%
Bélgica	1,350,278	7.9%	1,722,862	6.8%
China	1,521,430	8.9%	1,243,126	4.9%
OTROS	2,197,826	12.9%	3,193,531	12.6%
Chile	23,452	0.1%	40,363	0.2%
TOTAL	17,090,254		25,306,431	

Fuente: HM Revenue & Customs

En frutillas congeladas Chile prácticamente no ha tenido protagonismo como proveedor del Reino Unido; las 22 y 23,5 toneladas que entraron desde Chile el año 2004 y 2005 respectivamente, desaparecieron el año 2006, en el que las estadísticas no registran ingreso alguno.

Situación muy distinta se aprecia en el caso de las frambuesas congeladas, producto en el que Chile tiene una importante participación como proveedor del Reino Unido:

Año 2006

País	Kilos	%	US\$ Cambio: £1 = US\$ 0,5476	%
Serbia	2,981,450	31.3%	6,403,207	33.9%
Chile	2,213,104	23.2%	3,935,510	20.8%
Polonia	1,610,001	16.9%	3,061,765	16.2%
Holanda	1,416,709	14.9%	2,523,308	13.4%
Bélgica	708,343	7.4%	1,366,580	7.2%
Alemania	231,639	2.4%	691,343	3.7%
Francia	111,572	1.2%	305,047	1.6%
Bulgaria	132,983	1.4%	262,224	1.4%
España	31,780	0.3%	152,316	0.8%
OTROS	98,840	1.0%	186,528	1.0%
TOTAL	9,536,421	100%	18,887,828	100%

Año 2005

País	Kilos	%	US\$ Cambio: £1 = US\$ 0,5468	%
Chile	2,255,876	29.5%	4,080,333	29.0%
Serbia	1,235,536	16.1%	2,564,559	18.2%
Polonia	1,367,847	17.9%	2,311,149	16.4%
Holanda	1,440,543	18.8%	2,193,016	15.6%
Bélgica	486,290	6.4%	1,080,140	7.7%
Francia	154,809	2.0%	344,742	2.5%
Alemania	137,562	1.8%	303,085	2.2%
Bulgaria	88,446	1.2%	175,559	1.2%
España	130	0.0%	834	0.0%
OTROS	489,008	6.4%	999,562	7.1%
TOTAL	7,656,047	100%	14,052,980	100%

Año 2004

País	Kilos	%	US\$ Cambio: £1 = US\$ 0,5498	%
Chile	2,479,809	28.9%	4,694,943	28.9%
Serbia	1,213,149	14.1%	2,698,905	16.6%
Polonia	1,298,395	15.1%	2,425,433	14.9%
Holanda	1,218,345	14.2%	2,203,859	13.6%
Bélgica	1,213,580	14.1%	1,644,894	10.1%
Francia	336,851	3.9%	853,516	5.3%
Alemania	184,156	2.1%	380,295	2.3%
Bulgaria	175,043	2.0%	330,809	2.0%
España	13,047	0.2%	31,492	0.2%
OTROS	457,135	5.3%	965,601	5.9%
TOTAL	8,589,510	100%	16,229,748	100%

Fuente: HM Revenue & Customs

POTENCIAL DEL PRODUCTO

El mercado británico de alimentos congelados se define como uno de los más grandes de Europa en relación a las ventas promedio por hogar y al consumo per capita. La penetración se mercado se calcula en 80% y prácticamente todos los hogares cuentan con 'freezer' o congelador.

No hay claridad en relación al tamaño total de este mercado en el Reino Unido; mientras un estudio de la empresa 'Key Note' indica que alcanzó a £ 5.380 millones (aprox. US\$ 10.700 millones) el año 2006, un reciente reporte preparado por la empresa 'Leatherhead', indica que el valor total del mercado el 2006, fue de £ 3.900 millones (alrededor de US\$ 7.800 millones); en marzo del 2006, 'TNS' evaluaba el mercado total en £ 3.100 millones. En relación a los 'Frozen Vegetables', o frutas y verduras congeladas, 'Leatherhead' estima el mercado en £ 452 millones (11,7% del total de congelados) y 'Key Note' en £ 321 millones - 6%.

En lo que sí hay acuerdo es en el hecho que este tipo de alimentos han sufrido una caída en sus ventas. Esta caída estaría explicada por diversas variables como fuertes promociones de precio de las grandes cadenas de supermercados y, lo que es más generalizado y tal vez poco alentador para la industria, un problema de imagen y percepción entre los consumidores. Por otro lado, algunos consumidores que habitualmente compraban alimentos congelados, han cambiado algo su costumbre y han optado por congelar en el hogar alimentos refrigerados.

Durante los últimos veinte años los alimentos congelados han sufrido un problema de imagen entre los consumidores británicos quienes los consideran como productos de mala calidad, anticuados y menos saludables que los productos refrigerados. Un año atrás, sólo un 25% de los jóvenes entre 15 y 34 años opinaba que los alimentos congelados eran tan buenos para el consumidor como lo pueden ser los frescos; este porcentaje aumentaba a no más de 40% en consumidores mayores de 55 años. La industria procesadora y comercializadora de congelados se ha preocupado del tema y han encargado reportes y estudios que demuestran que en relación a la salud, los alimentos congelados pueden incluso ser más sanos que los refrigerados; y por otro lado, con el fin también de mejorar la imagen de la industria, las grandes empresas de alimentos de este tipo han desarrollado productos de mejor calidad y más sofisticados.

Hay un cierto nivel de confianza en la industria en relación a que se revertirá la caída en las ventas. 'Key Note' estima que entre el 2007 y el 2011 habrá un crecimiento cercano al 7% en el valor total del mercado.

Mejores perspectivas se ven en el sub-sector o nicho de mercado de fruta congelada. A nivel 'retail' o de venta minorista a consumidor final, este mercado se valoriza en £ 31 millones (US\$ 62 millones /año móvil Jun 06 a May 07), esta cifra se estima en el doble a lo vendido dos años antes de la medición.

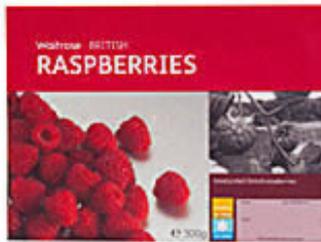
El crecimiento en la venta de fruta congelada estaría guiado por la ampliación en la variedad de la oferta de las grandes cadenas de supermercado, las que han respondido a la demanda de los consumidores para la preparación casera de los denominados 'smoothies': bebidas en base a yogurt, jugo y fruta de creciente demanda y popularidad, ésta, generada a su vez por el afán e interés por una alimentación más saludable.

Más que en el mercado de venta minorista o directa al consumidor, las oportunidades de crecimiento para las frambuesas y frutillas congeladas, pueden estar en la provisión de la industria procesadora de alimentos, un buen ejemplo está dado por el crecimiento industrial y de mercado de los jugos y de los 'smoothies'.

'Leatherhead' indica que el mercado de estas bebidas durante el año 2006 llegó a 2.500 millones de litros y £ 2.900 millones (US\$ 5.800 millones), estas cifras representan un crecimiento de 16,6% en términos de volumen y 34% en términos de valor con respecto a los números del año 2002.

Los 'smoothies' por si solos alcanzaron ventas por £ 40 millones (US\$ 80 millones) el año 2006, a una tasa de 12% de crecimiento anual desde el año 2002. Este crecimiento está generado por el ya mencionado interés de la población por una alimentación más saludable y por aumentar la ingesta diaria de frutas y verduras (campaña 'Five a Day' del gobierno).

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$).



£ 2,49 (US\$ 4,98) / 400 gr



£ 2,15 (US\$ 4,30) / 400 gr



£ 2,15 (US\$ 4,30) / 400 gr



£ 2,79 (US\$ 5,58) / 1 Lt



£ 1,99 (US\$ 3,98) / 1 Lt



£ 2,97 (US\$ 5,94) / 1 Lt

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La fruta congelada dirigida a consumidor final se comercializa a través de grandes cadenas de supermercados que la venden generalmente bajo su propia marca. También existen en el mercado algunas cadenas especializadas en la venta exclusiva de alimentos congelados.

Generalmente los supermercados no importan ni compran de modo directo los productos importados que ofrecen al público, si no que los compran a través de importadores y distribuidores dedicados que los proveen de un producto (o una serie de productos) específico. Algunos de estos importadores son los que re – empaican los productos en los envases y formatos que el supermercado requiere, con la marca del supermercado en cuestión.

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

Se recomienda tratar de penetrar el mercado a través de los procesadores de alimentos que utilizarían los productos para la producción de jugos y smoothies, es en este mercado en el que se prevé un mayor crecimiento y eventualmente podría demandar un mayor volumen de fruta.

Los berries, gracias a diversas campañas que destacan los beneficios a la salud que su consumo puede generar, han ganado terreno frente a otras frutas, frescas y congeladas. Además, especialmente las frambuesas son ampliamente utilizadas por las dueñas de casa en la preparación de diferentes, postres, salsas y rellenos de pastelería y en los últimos años, también como ingrediente común en bebidas como los 'smoothies'. Puede ser importante destacar no sólo la calidad de los productos chilenos, si no que también el origen de los mismos, en términos de la aislación fitosanitaria de Chile.

Berries orgánicos pueden tener una recepción aún mayor a la de los berries convencionales, igualmente, podría haber un interés especial por productos con certificación 'fair trade'.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

International Food Exhibition 2009

15 al 18 de Marzo 2009

Excel - Londres

Organiza:

Fresh RM

9 Manchester Square, London

W1U 3PL

T. +44 (0)20 7886 3100

F. +44 (0)20 7886 3091

W. <http://www.ife.co.uk>

OTRA INFORMACION RELEVANTE

British Frozen Food Federation

3rd Floor
Springfield House
Springfield Business Park
Springfield Road
Grantham
Lincolnshire
NG31 7BG

T. +44 (0)1476 515300

F. +44 (0)1476 515309

W. www.bfff.co.uk