

Perfil de Producto -Cacao-



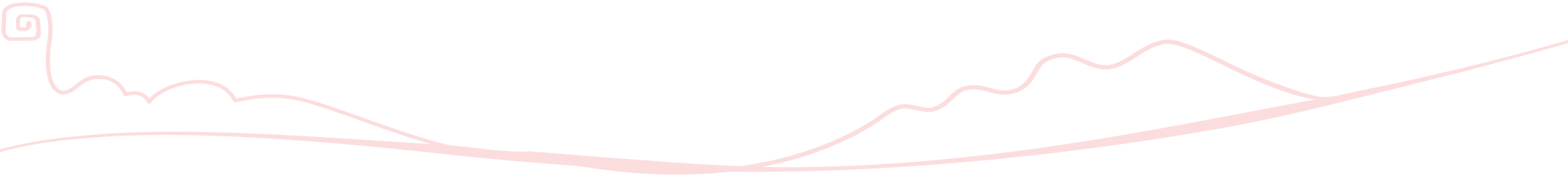
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

01. Mercado	4
02. Condiciones de Acceso	14
03. Distribución y Canales de Comercialización	20
04. Datos de Contacto de Importadores:	24
05. Fuentes de Información	26



01

Mercado

Este perfil de producto brinda información sobre el mercado de granos de cacao orgánico y el potencial comercial de este producto en el mercado alemán.

1.1 Tamaño del Mercado

- Este perfil presenta información sobre granos de cacao, según figura en la partida arancelaria 18010000 dentro de la Clasificación de Mercancías para las Estadísticas del Comercio Exterior de Alemania (Warenverzeichnis für die Außenhandelsstatistik, WA). Esta codificación corresponde a la Nomenclatura Combinada (NC) que es vinculante para todos los Estados miembros de la Unión Europea (UE). Cabe mencionar que en Alemania no está prevista una estructura más profunda a nivel nacional. Las seis primeras cifras de la partida arancelaria son idénticas a las del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), el cual se utiliza en todo el mundo para temas arancelarios y estadísticas comerciales.
- A su vez existen otras formas de comercialización del cacao en Alemania, como por ejemplo, en forma de manteca, de polvo, de grasa o de aceite, entre otras. Para estos productos existen códigos y aranceles distintos a los de la partida 18010000.
- Alemania es el mercado orgánico más grande de Europa y el segundo del mundo, después de Estados Unidos. En el 2012, el mercado alemán de productos orgánicos alcanzó un volumen de ventas de US\$ 9,2 mil millones (sin contar el consumo de estos productos fuera del hogar), mientras que las ventas para el año 2013 alcanzaron un volumen de US\$ 9,8 mil millones lo cual representó un incremento del 7,2% con respecto al año anterior. Uno de los productos que

se vio beneficiado por el crecimiento de demanda de productos orgánicos, fue el chocolate orgánico. Según datos por la Federación Alemana para la Industria de Productos Orgánicos (BOELW), en el 2012 los productos orgánicos representaron 3,9% del mercado total de alimentos en Alemania. Más aún, Alemania es el principal mercado de chocolate y confitería en la UE, con destacadas industrias para el chocolate, bebidas y confitería.

- En Alemania no existen cultivos de cacao. Sin embargo, se le considera como uno de los países más importantes para el procesamiento de este producto. Entre el 2011 y 2012, Alemania logró una cuota de mercado del 27% (420 000 toneladas), lo cual convirtió al país en el segundo mayor procesador de cacao en la UE. Además, durante el mismo periodo, experimentó un crecimiento significativo en cuanto al tratamiento de productos a base de cacao.
- En los últimos años el volumen de producción de chocolates y confitería ha tenido una trayectoria ascendente en Alemania, logrando producir en el 2013 un total de 1,12 millones de toneladas de chocolates y de dulces de chocolate (barras, tabletas con y sin relleno, entre otros) por valor de US\$ 7,15 millones.

Adicionalmente, se produjeron 580 300 toneladas de productos semielaborados con chocolate y cacao (masa de cacao, polvo de cacao, manteca de cacao, entre otros) por valor de US\$ 760,4 millones así como 267 100 toneladas de alimentos conteniendo chocolate (pastas para untar con cacao, preparaciones para bebidas con) por valor de US\$ 834,5 millones.

- Alemania ofrece grandes oportunidades a exportadores de granos de cacao interesados en este mercado ya que depende de las importaciones de este producto para poder abastecer la demanda de su prominente producción y molido de cacao, además de poder responder a la demanda del mercado interno y lograr beneficios a través de las re-exportaciones.
- Este país es el segundo mayor importador de granos de cacao en la UE. Aproximadamente 21% de todas las importaciones de granos de cacao que ingresan a la UE tienen a Alemania como destino. Dentro de la UE, solo los Países Bajos importan más granos de cacao que Alemania.
- Aparte de granos de cacao, Alemania también importa pasta de cacao, cacao en polvo, manteca de cacao, así como dulces y confitería a base de cacao.

- En el 2013, Alemania importó granos de cacao crudo desde 27 países distintos -- 10 países latinoamericanos, 12 países africanos y 5 productores en la región de Asia-Oceanía. La mayoría de estas importaciones provinieron de los principales productores de África Occidental. El Cuadro 1 muestra los principales proveedores de granos de cacao crudo en el mercado alemán.
- Costa de Marfil ha sido el proveedor más importante para el mercado alemán durante los últimos 40 años. En el 2013 exportó a Alemania 164 632 toneladas de granos de cacao, lo cual representó alrededor del 56% del total del mercado. Sin embargo, estas cifras no reflejan la importancia de Costa de Marfil completamente ya que en los últimos años, debido a la guerra civil que atraviesa el país, se

Cuadro 1: Principales Proveedores de Granos de Cacao Crudo en Alemania (2013)

Ranking	País	Peso Neto (t)	Porcentaje (%)
1	Costa de Marfil	164 632	56,3%
2	Ghana	44 813	15,2%
3	Nigeria	23 132	7,9%
4	Ecuador	12 519	4,3%
5	Togo	8 699	3,1%
6	Perú	6 709	2,4%
7	República Dominicana	5 997	2,2%
8	Liberia	3 932	1,4%
9	Uganda	3 833	1,4%
10	República del Congo	3 537	1,3%
	Otros países	12 798	4,6%
	Total	278 253	100,0%

Fuente: BDSI 2013

han establecido canales de exportación alternativos a través de otros países de África Occidental. Si se toman en cuenta las exportaciones indirectas de granos de cacao procedentes desde Costa de Marfil, se estima que este país cubre aproximadamente un 70% de la demanda total del mercado alemán.

- El segundo y tercer lugar lo ocupan Ghana y Nigeria, con 44 813 toneladas y (15,2% del total) 23 132 toneladas (7,9% del total del mercado). La importancia de estos dos países como proveedores de granos de cacao ha crecido, sobre todo en los últimos años; debido a los esfuerzos de Alemania por diversificar sus mercados proveedores y así reducir su dependencia de Costa de Marfil.
- Ecuador, que ocupó el cuarto puesto, fue el proveedor no africano más importante para el mercado alemán. El incremento en la demanda por parte de los consumidores de productos Premium, ayudó a que Ecuador consolidara su posición en el mercado alemán, alcanzando 12 519 toneladas (4,3% del total del mercado) de exportaciones de granos de cacao en el 2013.
- Con 8 699 toneladas exportadas en el 2013, Togo fue el quinto proveedor de

granos de cacao para Alemania. Sin embargo, ya que se presume que la mayor parte de las exportaciones de este país tuvieron a lo largo de los años su origen en Costa de Marfil, se ha procurado disminuir las importaciones de dicho país.

- En comparación a los países africanos, tanto los países latinoamericanos como los de la región Asia-Oceanía, solo representan una pequeña parte del mercado alemán de granos de cacao. En el caso de proveedores dentro de la UE, solo un 0,7% de las importaciones totales alemanas de granos de cacao tuvieron su origen en países europeos, destacando Países Bajos, seguido por Francia, Austria, Bélgica e Italia. Ya que no existe producción de cacao en la UE, se presume que estas exportaciones fueron reexportaciones de otros países.
- El Cuadro 2 muestra las importaciones totales de granos de cacao de Alemania durante el periodo 2010-2013.
- En el caso del Perú, durante el 2012 se lograron exportar 3 677,8 toneladas de granos de cacao a Alemania, por un valor de US\$ 10,2 millones, mientras que para el 2013 se lograron exportar 6 709,9 toneladas, por un valor de US\$ 19,3 millones.

Se puede observar que durante el periodo 2010-2013, las exportaciones peruanas de cacao hacia Alemania aumentaron en un 88,8%. También es importante destacar que Alemania es uno de los principales destinos de las exportaciones de granos de cacao desde el Perú, no solo en Europa, sino también a nivel mundial.

- Si se consideran las importaciones de productos elaborados con cacao, las importaciones alemanas – convertidas en granos de cacao – alcanzaron las 452 000 toneladas en el 2013, lo cual representó aproximadamente el 12,4% del total del mercado mundial de granos de cacao. A su vez, Alemania es el mayor exportador de chocolate a nivel mundial y genera un importante superávit comercial en este segmento.

Cuadro 2: Alemania – Importaciones Totales de Granos de Cacao (SA 18010000) Periodo 2010-2013

Año ¹	Peso Neto (t)	Valor Comercial (en miles de €)	Valor Comercial (en miles de US\$)
2013	313 557,9	665 422	884 331
2012	369 445,9	808 177	1 042 722
2011	446 884,8	1 059 647	1 476 776
2010	346 337,9	871 667	1 159 227

Fuente: DESTATIS 2014

¹ A partir de enero 2009, la elaboración y publicación de estadísticas comerciales se han modernizado. Como resultado de este cambio, los datos reportados antes de enero de 2009 no son plenamente comparables a estadísticas posteriores (DESTATIS 2012a).

² Los valores para importaciones y exportaciones, indicados en USD\$, se calculan retrospectivamente sobre la base del tipo de cambio mensual del euro, según publicados por el Banco Central Europeo (DESTATIS 2012a).

Cuadro 3: Perú - Exportaciones Totales de Granos de Cacao a Alemania (SA 18010000) Periodo 2010-2013

Periodo ³	Peso Neto (t)	Valor Comercial (en miles de € Euros)	Valor Comercial (en miles de US\$) ⁴
DIC 2013	1 134,4	2 438	3 333
NOV 2013	655,1	1 418	1 913
OCT 2013	604,1	1 417	1 932
SEPT 2013	720,9	1 706	2 277
AGO 2013	835,7	1 755	2 335
JUL 2013	871,9	1 860	2 433
JUN 2013	163,4	332	437
MAY 2013	101,4	237	308
ABR 2013	120,1	283	368
MAR 2013	99,8	189	245
FEB 2013	453,8	912	1 219
ENE 2013	949,4	1 999	2 657
2012	3 677,8	7 953	10 192
2011	596,9	1 627	2 259
2010	753,7	1 927	2 556

Fuente: DESTATIS 2014

³ Véase Pie de Página #1

⁴ Véase Pie de Página #2.

- En Alemania, el consumo de cacao per cápita al año, 3,8 kg, es superior al promedio europeo que solo llega a 2,1 kg. Asimismo, el consumo per cápita de dulces de chocolate y de otras preparaciones alimenticias que contienen cacao asciende a un promedio de 11,6 kg. Debido a esto, se considera a Alemania como uno de los principales mercados consumidores de chocolate orgánico en la UE, conjuntamente con el Reino Unido (principal mercado consumidor de chocolate orgánico), Países Bajos y Francia. Suiza, que no es parte de la UE, es otro importante mercado para el chocolate orgánico en Europa.
- La información que existe sobre el comercio de granos de cacao orgánico, así como sobre su producción y consumo, no es precisa. La falta de datos estadísticos oficiales puede estar basada en el hecho de que el cacao orgánico aún se produce y se comercializa en cantidades muy pequeñas y representa una parte relativamente pequeña del mercado total del cacao. Otros factores que no permiten tener datos precisos sobre el comercio, producción y consumo de cacao orgánico son las diversas presentaciones de los productos con o a base

de cacao (granos, mantequilla, polvo, entre otros) y la disparidad entre las cantidades producidas y las cantidades comercializadas.

- Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO), en el 2005 el cacao orgánico solo representaba un 0,5% del total de la producción de cacao y estimó que se produjeron aproximadamente 15 500 toneladas de cacao orgánico certificado. Euromonitor International, empresa dedicada a la investigación de mercados en diversas industrias, estimó que las ventas mundiales de cacao orgánico incrementaron de USD\$ 171 millones en el 2002 a USD\$ 304 millones en el 2005. Más recientemente, el estudio "Organic Monitor", encargado por Fairtrade International Labelling Organizations (FLO) estimó que la producción de cacao orgánico llegó a 25 000 toneladas en el 2009 y que esta tuvo un crecimiento de 2% a 5% en el 2013.
- De los 18 países que producen cacao orgánico, 11 son Latinoamericanos (Belice, Bolivia, Brasil, Costa Rica, El Salvador, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela) y los 7 restantes están entre

África y Asia-Oceanía (Fiji, India, Madagascar, Sri Lanka, Tanzania, Uganda y Vanuatu). Aproximadamente el 80% de la producción de cacao orgánico certificado proviene de Latinoamérica. Según fuentes del sector, en el 2006 la demanda total de cacao orgánico y de comercio justo estuvo entre las 25 000 y 30 000 toneladas. La UE y Estados Unidos fueron los mercados con mayor demanda, siendo la UE quien acaparó la mayor parte de la demanda total de cacao orgánico ya que demanda de los Estados Unidos fue abastecida a través de importadores europeos.

- Se debe tener en cuenta que el mercado del cacao orgánico está creciendo rápidamente, debido a diversas tendencias de consumo como la creciente concientización sobre el consumo de productos y alimentos saludables, éticos y sostenibles, además de la creciente demanda del chocolate Premium.
- La certificación y etiquetado de productos orgánicos y de comercio justo no están necesariamente vinculados entre sí – el cacao orgánico no se comercializa necesariamente basándose en criterios del comercio justo y viceversa.

Sin embargo, en la práctica, casi el 45% de las 1 020 toneladas de chocolate de comercio justo vendido en Alemania en el 2013 era orgánico y contaba con el "Bio-Siegel".

- Para muchos fabricantes alemanes de chocolate, no se puede llevar a cabo un cambio total hacia una producción orgánica del cacao debido a la escasez de materia prima que existe hoy en día. No obstante, actualmente la demanda de cacao orgánico es mayor que la oferta. Para poder superar este problema, algunos fabricantes alemanes optan por establecer contratos de exclusividad con agricultores de cacao específicos para así asegurar su abastecimiento de materia prima. Por ejemplo, Ritter Sport empezó a fomentar el cultivo de cacao orgánico en Nicaragua hace 18 años y apoya a los pequeños agricultores locales. Varias fuentes del sector en Alemania (mayormente procesadores grandes) han indicado que actualmente están evaluando a posibles proveedores de cacao orgánico, mientras que el interés por parte de importadores especializados también continúa consolidándose.

**Cuadro 4: Alemania - Exportaciones de Granos de Cacao
(SA 18010000) Periodo 20011-2013**

Año ⁵	Peso Neto (t)	Valor Comercial (€)	Valor Comercial (\$) ⁶
2013	14 551,3	30 210	40 276
2012	8 571,8	17 351	22 269
2011	8 022,7	18 993	26 354

Fuente: Destatis 2012a

⁵ A partir de enero 2009, la elaboración y publicación de estadísticas comerciales se han modernizado. Como resultado de este cambio, los datos reportados antes de enero de 2009 no son plenamente comparables a estadísticas posteriores (DESTATIS 2012a).

⁶ Los valores para importaciones y exportaciones, indicados en USD\$, se calculan retrospectivamente sobre la base del tipo de cambio mensual del euro, según publicados por el Banco Central Europeo (DESTATIS 2012a).

1.2 Características Generales

- El puerto de entrada más importante para las importaciones de granos de cacao en Alemania es Hamburgo. Aproximadamente dos tercios de las importaciones totales de granos de cacao crudo son descargadas anualmente en Hamburgo. El Puerto de Bremen es otro punto de entrada importante, pero la concentración de moledores y fabricantes es mucho mayor en Hamburgo.
- Entre los principales fabricantes alemanes de chocolate y de alimentos con chocolate se encuentran Ferrero, Kraft Foods, Ludwig Schokolade, Alfred Ritter, Stollwerk y Hosta Group. Estas empresas no sólo operan en Alemania, sino también a nivel mundial.
- Algunos de los procesadores alemanes, sobre todos los que procesan a gran escala, importan granos de cacao direc-

tamente, pero una parte significativa de las importaciones ingresa al mercado alemán a través de intermediarios especializados. Véase Sección 4 para mayor información.

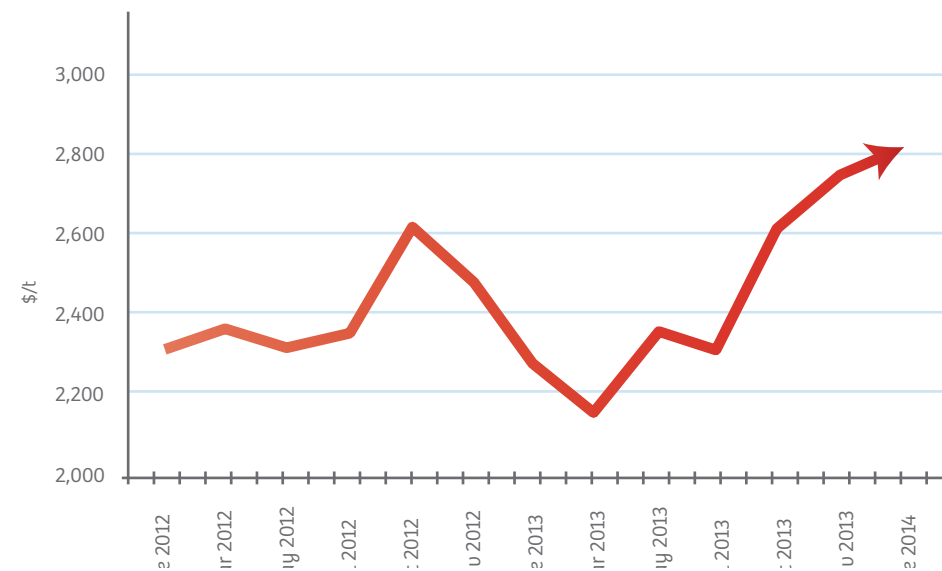
- En Alemania, el cacao se consume principalmente como confitería/dulces de chocolate, productos cubiertos en chocolate (galletas, helados, entre otros), o en otros alimentos que contienen polvo de cacao, tales como bebidas, pasteles, snacks y otros.
- En el mercado minorista alemán, el chocolate cumple un papel importante y especial. Los precios del chocolate se han mantenido relativamente estables durante los últimos años y observadores de este mercado explican que esta estabilidad se debe al hecho de que el chocolate es un “producto ancla” para el comercio minorista. Casi todo el mundo sabe el precio de una barra/tableta de chocolate y por tanto los consumidores prestan especial atención a los precios de venta del chocolate y cualquier cambio que pueda surgir.
- En las tiendas de comestibles alemanas, el chocolate se ofrece a precios bastante económicos. Por ejemplo, en el 2012, el precio nacional referencial para una barra/tableta de chocolate de leche de 100g fue US\$ 0,45. Pero la oferta de barras/tabletas de chocolate a precios económicos solo representan una parte del mercado. En los últimos años, el consumo de chocolate Premium y de chocolates más caros ha ido aumentando.
- En el caso del chocolate Premium, sobre todo de chocolate negro con un mayor porcentaje de cacao, su creciente demanda se debe a la necesidad del consumidor de adquirir un producto con mayor sabor, más conveniente, más saludable y más ético. El chocolate negro y con alto contenido de cacao se le atribuyen diversos beneficios para la salud y por tanto responde significativamente a las tendencias de consumo anteriormente mencionadas. Más aún, en el mercado del chocolate, estas tendencias de consumo son alimentadas por campañas publicitarias que presentan al chocolate como un producto saludable.
- La forma tradicional de comer basada en tres comidas diarias cada vez se substituye más por el consumo de varias comidas/snacks pequeños durante el

día. Como resultado, el sector de comida rápida, alimentos listos para comer y snacks (incluyendo el chocolate) se ha visto beneficiado por la demanda de los consumidores.

- Los precios de venta al público bajos y la fuerte competencia de precios en el mercado alemán son las dos razones principales por las cuales los fabricantes alemanes cubren el 50% de su demanda de granos de cacao con importaciones procedentes de Costa Marfil. Los granos de cacao de Costa Marfil, aunque son de calidad inferior, son más baratos que los granos de cacao originarios de otros países.
- Los precios diarios de granos de cacao convencional son facilitados por la ICCO a través de su portal: <http://www.icco.org>. Estos precios utilizan la cotización promedio del London Cocoa Terminal Market y del New York Board of Trade. El Gráfico 1 muestra la evolución mensual de los precios entre enero 2012 y enero 2014.
- Los granos de cacao con certificación (orgánico, Comercio Justo, entre otros) generalmente se comercializan a un precio más alto en el mercado mundial. Estos precios dependen en gran medida

del mercado, a no ser que los productos tengan la certificación de una entidad que garantiza un precio preferencial, como es el caso de la certificación de Comercio Justo. Como promedio, los agricultores reciben entre US\$ 100 a US\$ 300 más por tonelada de cacao certificado, que por cacao convencional. Esto, comparado con el precio del mercado mundial, resulta en una prima de aproximadamente el 10%, más aún, la diferencia de precio entre granos de cacao convencionales y granos de cacao orgánicos puede ser mucho mayor. Para los agricultores y exportadores de granos de cacao orgánico es importante que se aseguren que la prima cubra los gastos de cumplir con los requisitos para la producción de cacao orgánico o de Comercio Justo, así como las tasas de certificación correspondientes.

Gráfico 1: Granos de Cacao
Promedios Mensuales de Precios Diarios (USD\$/t)
Periodo enero 2012 a enero 2014



Fuente es ICCO 2014

02

Condiciones de Acceso

2.1 Requisitos Específicos para los Importadores

Requisitos legales

- Como país miembro de la Unión Europea (UE), Alemania cumple con los requisitos alimentarios generales y las leyes fijadas por la UE. Para mayor información sobre la legislación alimentaria general, la cual es válida para todos los productos comestibles comercializados en la UE, véase el portal de la Comisión Europea: http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/index_en.htm
- Recientemente, la Comisión Europea publicó la guía "Documento de Guía - Preguntas Clave Relacionadas a Requisitos de Importación y las Nuevas Reglas sobre Higiene Alimentaria y Controles Oficiales de los Alimentos (Guidance Document – Key Questions Related to Import Requirements and The New Rules on Food Hygiene and Official Food Controls)", la cual puede resultar útil para aquellos exporta-

dores peruanos interesados en ingresar al mercado alemán y europeo: http://ec.europa.eu/food/international/trade/index_en.htm.

- La Directiva 2000/36/CE de la UE regula la comercialización de los productos de cacao y de chocolate destinados al consumo humano. La Directiva proporciona descripciones específicas con respecto a las denominaciones de venta, características, definiciones y el etiquetado para cada uno de los productos a base de cacao considerados bajo esta normativa. Si las exportaciones destinadas a Alemania no cumplen con los requisitos establecidos, éstas no podrán ingresar al mercado. Cabe señalar que los exportadores peruanos deben estar al tanto de los niveles máximos de cadmio permitidos para el cacao y el chocolate dado que la UE está actualmente revisando el reglamento correspondiente a estos niveles.

- Alemania también tiene requisitos legales nacionales específicos con respecto a los valores y/o límites para contaminantes alimentarios. Sin embargo, estos no aplican a la importación de granos de cacao.
- Los requisitos respecto a la producción, control y etiquetado de productos orgánicos, así como acuerdos para la importación de estos productos por parte de Países Terceros (aquellos que no son Países Miembros de la UE), están definidos en tres reglamentos de la UE: Reglamento (CE) 834/2007, Reglamento (CE) 889/2008 y Reglamento (CE) 1235/2008.
- Dado que el marketing de productos orgánicos es muy estricto en la UE, los productos sólo pueden comercializarse y etiquetarse como orgánicos, si es que cumplen con los reglamentos mencionados anteriormente, los cuales son válidos en toda la UE. Es importante resaltar que los requisitos para obtener un etiquetado de producto orgánico en Alemania (Bio, Demeter o Bioland), suelen ser más exigentes que los requisitos de la UE.
- Alemania también se rige bajo el Codex Alimentarius, el cual establece requi-

sitos alimentarios para garantizar productos sanos, puros y debidamente etiquetados. Asimismo, define normas sobre la calidad, defectos, tamaños, empaquetado, señalización y etiquetado de los productos. Para más información véase el portal del Codex Alimentarius http://www.codexalimentarius.org/standards/list-of-standards/en/?no_cache=1.

- Los granos de cacao tienen un arancel de importación del 0% al ingresar a la UE. Además del arancel de importación también se debe tener en cuenta el impuesto sobre el valor añadido (IVA), que para los granos de cacao asciende al 7% en Alemania.

Otros Requisitos

- Muchos productores alemanes utilizan el cacao orgánico certificado para etiquetar sus propios productos como orgánicos y obtener las certificaciones por parte de las autoridades oficiales. Por lo tanto, es una ventaja para los exportadores peruanos el comercializar cacao orgánico certificado con el fin de incrementar su cuota de mercado.
- Se debe tener en mente que la UE permite un periodo de dos años de transición

para poder adecuarse y cumplir con los requisitos de etiquetado para productos orgánicos. Luego de este periodo es obligatorio utilizar el logotipo y etiquetado orgánico de la UE. Desde julio de 2012 todos los productos alimentarios orgánicos producidos y pre-empaquetados en los Estados Miembros de la UE, que cumplen con los requisitos para ser comercializados como orgánicos, deben llevar el logotipo y etiquetado orgánico de la UE. Por el momento, el uso del logotipo y etiquetado orgánico de la UE sigue siendo voluntario para productos importados y no empaquetados provenientes de Países Terceros.

- Si los exportadores peruanos tienden a utilizar el logotipo y etiquetado orgánico de la UE, deben asegurarse que sus productos cumplan con la normativa vigente para este tipo de productos. Aunque se espera que el logotipo y etiquetado orgánico de la UE se utilice cada vez más, también es probable que las empresas europeas además continúen utilizando etiquetas orgánicas nacionales que ya son conocidas en sus mercados y reconocidas por sus consumidores.
- En Alemania, la etiqueta orgánica para alimentos es la "Bio-Siegel". Esta

etiqueta fue establecida en el 2001 y está basada en el reglamento sobre agricultura orgánica de la UE (Reglamento (CE) No. 834/2007 y no es obligatoria. Por lo general los productos orgánicos comercializados en el mercado alemán utilizan la etiqueta "Bio-Siegel", además del logotipo y etiquetado orgánico de la UE. Cabe destacar que a pesar de no ser obligatoria, la etiqueta "Bio-Siegel" ha tenido un gran impacto en el mercado de productos orgánicos en Alemania y es ampliamente aceptada por productores y consumidores del país. Actualmente, hay aproximadamente 4 175 empresas alemanas que utilizan la etiqueta "Bio-Siegel" en alrededor de 65 917 productos orgánicos. Los exportadores de productos orgánicos de Países Terceros pueden solicitar y obtener la etiqueta "Bio-Siegel" para sus productos. Para mayor información véase el portal: <http://www.bio-siegel.de>.

- Aparte de los logotipos y etiquetas anteriormente mencionados, en Alemania existen otras etiquetas que se utilizan para identificar los productos como orgánicos. Entre las más importantes se encuentran "Bioland", "Naturland", "Ökosiegel" o "Biopark", entre otras, las cuales suelen tener requisitos que son más exigentes que los establecidos por

la UE. Asimismo, en Alemania también es común el uso de la etiqueta internacional "Demeter" para productos orgánicos.

- Casi todas las asociaciones de certificación y/o etiquetado orgánico importantes son miembros de la Federación Alemana para la Industria de Productos Orgánicos (Bund Ökologischer Lebensmittelwirtschaft, BÖLW). La BÖLW incluye entre sus asociados a agricultores, procesadores, comerciantes y distribuidores de alimentos orgánicos establecidos en Alemania.
- Como se puede ver, el etiquetado de productos puede ser muy confuso en Alemania debido a las múltiples etiquetas orgánicas, de Comercio Justo y de sostenibilidad que se utilizan para resaltar las características de los productos y se espera que a futuro se establezcan e introduzcan nuevas etiquetas.
- También puede resultar ventajoso para los exportadores peruanos tener certificaciones tales como Global GAP, HACCP e IFS (International Featured Standards). Los estándares IFS son estándares para la inspección de productores y/o fabricantes de alimentos y su obje-

tivo principal se basa en la seguridad alimentaria, así como en la calidad y procesamiento de los productos. Estos estándares se aplican no solo a procesadores de alimentos sino también a aquellas empresas que envasan productos frescos o comestibles a granel. Asimismo, se deben considerar las certificaciones QS (Qualität und Sicherheit) y ISO para manejarse con éxito en el mercado alemán. En el caso de la certificación QS o sistema QS, es un sistema que sirve para garantizar la producción, procesamiento y marketing de alimentos, teniendo en consideración toda la cadena de valor y las empresas involucradas.

- Cabe indicar que los mercados están desarrollando constantemente, lo cual puede dar como resultado nuevos requisitos legislativos y no legislativos. Por consiguiente, para evitar problemas y malos entendidos, se recomienda a los exportadores peruanos mantenerse actualizados con respecto a los requisitos del mercado alemán.

03

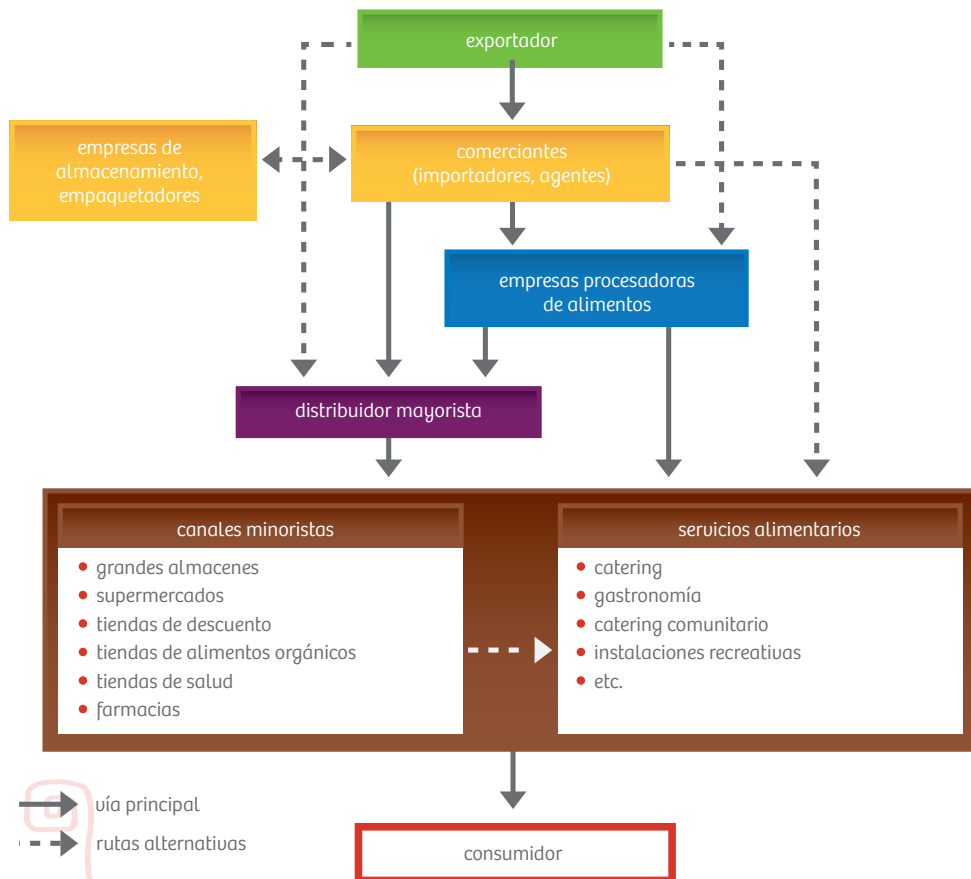
2.2 Requisitos del Consumidor

- Según la BÖLW, la comercialización de alimentos orgánicos y el uso del término “sostenibilidad” han experimentado un enorme auge en el mercado alemán en los últimos años. Esto se ha debido mayormente por los escándalos que se suscitaron en el sector de alimentos, tales como el surgimiento de la Encefalopatía Espongiforme Bovina – EBB (comúnmente conocida como la enfermedad de las vacas locas), el hallazgo de medicamentos ilegales en los lotes de pastoreo, así como descubrimiento de dioxina o carne podrida. Estos escándalos y los cambios climáticos han incrementado la concientización del consumidor alemán con respecto a consumir alimentos sanos y sostenibles. Cada vez son más los consumidores alemanes que prestan mayor atención al origen de los alimentos que consumen y al proceso de producción de los mismos.
- En el caso del cacao o el café, es muy importante para los consumidores alemanes que estos productos hayan sido producidos de manera ambientalmente y socialmente responsable, aparte de ser comercializados de manera justa.
- Aunque el cacao orgánico no es necesariamente más sano que el cacao convencional, para los consumidores los logotipos o etiquetas orgánicas implican que los productos son más saludables, uno de los motivos principales por los cuales el consumidor alemán compra este tipo de productos. Más aún, en la industria del cacao, la certificación de Comercio Justo es muy popular lo cual ha llevado a muchos productores a transformar su producción al chocolate de Comercio Justo para poder responder y aprovechar la creciente demanda de estos productos entre los consumidores alemanes. Debido a esto, muchos fabricantes, tiendas de alimentos y restaurantes en Alemania le dan mucha importancia a aquellas etiquetas que destacan las cualidades orgánicas, de Comercio Justo o de sostenibilidad de los productos.
- Sin embargo, hay un continuo debate en la prensa alemana sobre el hecho de que los productos ecológicos son mejores o peores. Estudios recientes e investigadores han mostrado que no hay diferencias significativas en las sustancias nutritivas y riesgos sanitarios entre comestibles ecológicos y convencionales. Además a los aspectos sanitarios, se cuestionan métodos de producción, especialmente la ganadería.

Distribución y Canales de Comercialización

- A continuación, el Gráfico 2 muestra los principales canales de distribución y comercialización de alimentos en Alemania. Normalmente, los primeros clientes para mercancía importada son comerciantes que revenden los productos a compradores locales o a la industria alimentaria. Luego, los productos llegan al consumidor a través de los canales minoristas y la industria de servicios alimentarios.
- Aunque existen algunos productores a gran escala y cadenas minoristas alemanas que importan granos de cacao crudos directamente de Países Terceros, es altamente recomendable
- El establecer relaciones o asociaciones comerciales con importadores alemanes de especias podría facilitar la entrada al mercado alemán. Los exportadores peruanos pueden beneficiarse del conocimiento de estos importadores con respecto al producto, su experiencia comercializando granos de cacao, así como sus conocimientos del mercado local y sobre las características de los importadores nacionales.
- El chocolate y productos a base de o conteniendo chocolate se venden a los consumidores principalmente a través de cadenas minoristas, tiendas de descuento, tiendas de productos naturales, supermercados orgánicos, comercializadores directos y ferias de agricultores locales. Otros canales de distribución son las cadenas de droguerías y grifos que ofrecen ciertas líneas de alimentos en sus establecimientos, incluyendo el chocolate.
- En el 2012, el mercado total del sector de alimentos logró un volumen de ventas de US\$ 233,5 mil millones. Las 10 principales cadenas minoristas de alimentos, con ventas de US\$ 149 mil millones, representaron el 86% del total del mercado durante ese año. De las principales cadenas minoristas, las tiendas de descuento son las más prominentes con una cuota de mercado del 43,5%, y son seguidas por

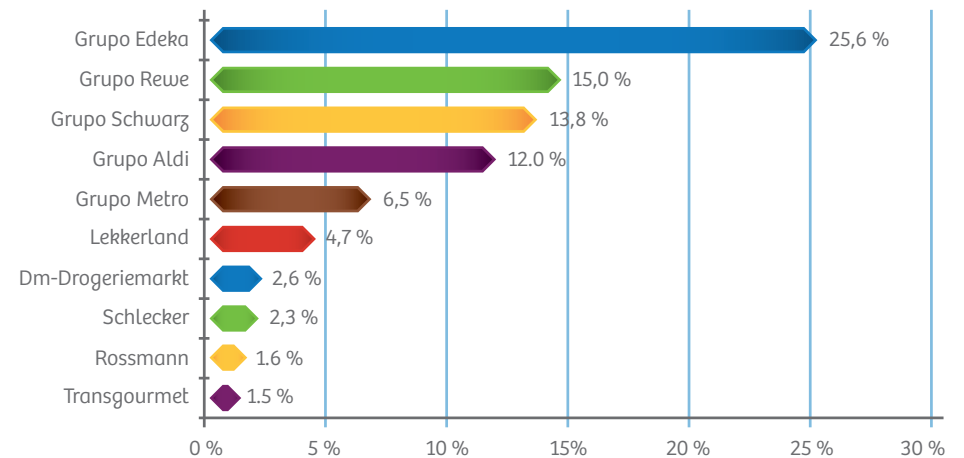
Gráfico 2: Principales Canales de Distribución y Comercialización de Alimentos en Alemania



las cadenas de supermercados (25,5%), tiendas de autoservicio (22,7%) y las droguerías (8,3%). (DEUTSCHER BAUERNVERBAND 2014). El Gráfico 3 muestra las 10 principales cadenas minoristas de alimentos en Alemania y su cuota de mercado, según las ventas totales del mercado de alimentos de este país.

• Según un estudio llevado a cabo por la empresa consultora y de investigación de mercados GfK, las ventas de chocolate orgánico se subdividen en canales de comercialización convencionales y otros, tal cual muestra el Gráfico 4.

Gráfico 3: Alemania – Las 10 Principales Cadenas Minoristas de Alimentos (2011)



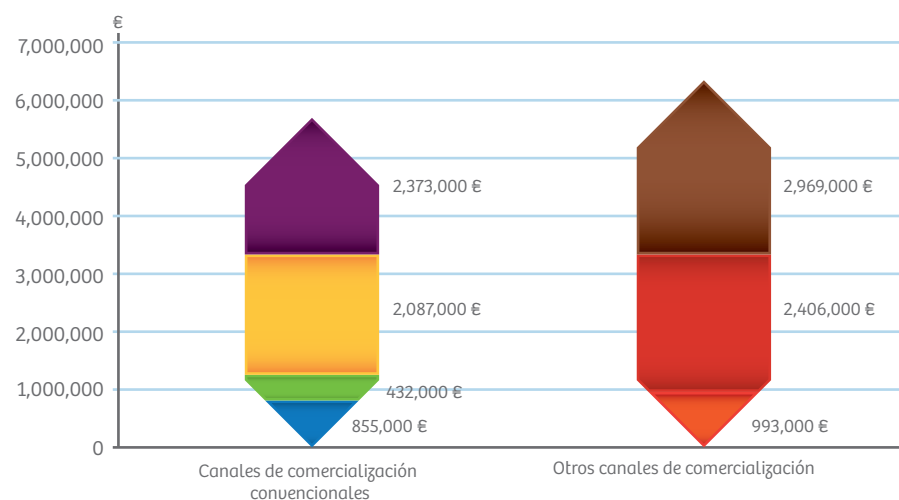
Fuente: Deutscher Bauernverband 2012

04

• Cabe mencionar que en Alemania las cadenas de farmacias ofrecen algunas líneas de productos saludables y orgánicos en sus establecimientos y normalmente compran estos productos directamente de los fabricantes. Las

cifras más recientes indican que existen alrededor de 10 250 farmacias en Alemania. Entre las cadenas de droguerías más destacadas se encuentran DM Drogerie Markt y Rosmann.

Gráfico 4: Canales de Comercialización de Chocolate Orgánico en Alemania (2009)



Fuente: GfK 2011

Datos de Contacto de Importadores:

Albrecht & Dill Trading GmbH

Brandstuecken 23
22549 Hamburgo
Alemania
Tel: +(49/40) 800- 9101
Portal: <http://www.albrecht-dill.de>

Care Naturkost GmbH & Co. KG

Am Markt 9
27419 Sittensen
Alemania
Tel: +(49/4282) 93-240
Portal: <http://www.care-natur.de>

Alnatura Produktions- und Handels GmbH

Darmstaedter Straße 63
64404 Bickenbach
Alemania
Tel: +(49/6257) 93-220
Portal: <http://www.alnatura.de>

Denree GmbH

Hofer Straße 11
95183 Toepen
Alemania
Tel: +(49/92) 92-180
Portal: <http://www.denree.de>

Bohnkaf-Kolonial GmbH & Co. KG

Veit-Stoss-Ring 65
24539 Neumuenster
Alemania
Tel: +(49/4321) 556-2208
Portal: <http://www.bohnkaf-kolonial.de>

Euromar Commodities GmbH

Euromar Straße 1
16833 Fehrbellin
Alemania
Tel: +(49/33932) 60-19-07
Portal: <http://www.euromar.de>

05

Fuentes de Información

GEPA – The Fair Trade Company

GEPA-Weg 1
42327 Wuppertal
Alemania
Tel: +(49/202) 26-68-30
Portal: <http://www.gepa.de>

Hamburg Cocoa & Commodity Office GmbH

Curschmannstraße 9
20251 Hamburgo
Alemania
Tel: +(49/40) 18-04-73-80
Portal: <http://www.hcco.de>

Interwalga

Im- und Export GmbH
25421 Pinneberg
Alemania
Tel: +(49/4101) 855-7692
Portal: <http://www.interwalga.de>

Naturkost Uebelhoer GmbH & Co. KG

Friesenhofen-Bahnhof 23-25
88299 Leutkirch-Friesenhofen
Alemania
Tel: +(49/7567) 98-810
Web: <http://www.naturkost-uebelhoer.de>

Rapunzel Naturkost GmbH
Rapunzelstraße 1
87764 Legau
Alemania
Tel: +(49/8330) 52-90

Portal: <http://www.rapunzel.de>

Schlueter & Maack GmbH

Stadthausbruecke 12
20355 Hamburgo
Alemania
Tel: +(49/40) 32- 81-10-11
Portal: <http://www.schlueter-maack.de>

Vogler & Trummer

Am Windhukkai 5
20457 Hamburgo
Alemania
Tel: +(49/40) 669-9150
Portal: <http://www.vogler-trummer.de>

5.1 Instituciones y Entidades**BMELV – Ministerio para la Alimentación, Agricultura y Protección del Consumidor**

<http://www.bmelv.bund.de>
(en alemán e inglés)

BVL – Oficina Federal para la Protección del Consumidor y Seguridad Alimentaria

http://www.bvl.bund.de/EN/Home/homepage_node.html
(en alemán e inglés)

BGA – Asociación Federal de Mayoristas, Comercio Exterior y Servicios

http://www.bga-online.de/about_us.html
(en alemán e inglés)

HDE – Federación Alemana de Empresas Minoristas

<http://www.einzelhandel.de/pb/site/hde/alias/englishHDE/Lde/english.html>
(alemán e inglés)

BVE – Federación Alemana para las Industrias de Alimentos y Bebidas

<http://www.bve-online.de/english>
(alemán e inglés)

BVL – Asociación Alemana para el Comercio de la Industria de la Alimentación

<http://www.lebensmittelhandel-bvl.de/index.php>

(solo alemán)

BOELW – Federación Alemana para la Industria de Productos Orgánicos

<http://www.boelw.de/>

(solo alemán)

Asociación Alemana para el Comercio del Cacao

<http://www.kakaoverein.de>

(en alemán e inglés)

Asociación Alemana para la Industria de la Confeitería

<http://www.bdsi.de/>

(en alemán e inglés)

Fundación Alemana para el Cacao y Chocolate

<http://www.kakao-stiftung.de>

(solo alemán)

Organización Internacional del Cacao (ICCO)

<http://www.icco.org>

(solo inglés)

5.2 Fuentes de Información Adicional

Las ferias ofrecen una buena oportunidad para conocer e identificar clientes, ya sea como visitante o como expositor. En Alemania se realizan varias ferias dedicadas al sector de las frutas, en las que los exportadores o empresas peruanas dedicadas a la exportación de la quinua y la kiwicha pueden presentar y ofrecer sus productos. A continuación, algunas de las ferias más importantes:

ANUGA:

La feria internacional más destacada en el sector alimentos y bebidas, se lleva a cabo en Colonia durante el mes de octubre (<http://www.anuga.com>)

Biofach:

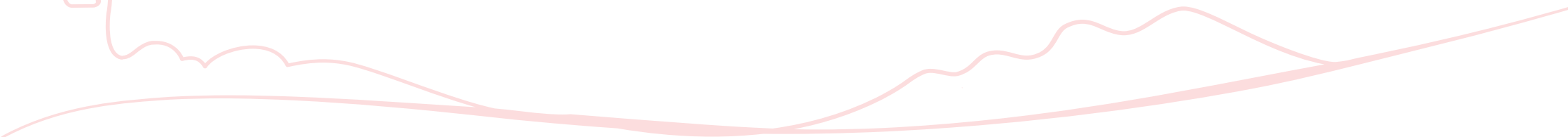
La feria internacional más prominente en el sector orgánico, se lleva a cabo en la ciudad de Núremberg durante el mes de febrero (<http://www.biofach.de>)

Internationale Gruene Woche (Semana Verde Internacional):

La feria internacional de comestibles, agricultura y horticultura “verde” más importante de Berlín, se lleva a cabo en esta ciudad durante el mes de enero (<http://www.gruenewoche.de/en/>)

COTECA:

exposición mundial de la industria del té, café y cacao, se lleva a cabo en la ciudad de Hamburgo durante el mes de enero (<http://coteca-hamburgl.com/en/>)



5.3 Fuentes de Información Adicional

BDSI – Bundesverband der Deutschen Suezwaren e. V.

(<http://www.bdsi.de/>)

BLE – Bundesanstalt fuer Landwirtschaft und Ernaehrung

(<http://www.bio-siegel.de/>)

BÖLW – Bund Oekologischer Lebensmittelwirtschaft

(<http://www.boelw.de/>)

CBI – Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands

(<http://www.cbi.eu/>)

CTA – Technical Centre for Agricultural and Rural Cooperation ACP-EU

(<http://agritrade.cta.int/en/>)

Deutscher Bauernverband

(<http://www.bauernverband.de/>)

DESTATIS – Statistisches Bundesamt

(<https://www.destatis.de/>)

Ecole Chocolat

(<http://www.ecolechocolat.com/>)

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations

(<http://www.fao.org/>)

FAOSTAT – Dirección de Estadísticas de la FAO

(<http://faostat3.fao.org/home/>)

ICCO– International Cocoa Organization

(<http://www.icco.org/>)

Transfair e. V.

(<http://www.fairtrade-deutschland.de/>).



Plan de Desarrollo de Mercado Alemania



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

