

FICHA MERCADO – PRODUCTO ALGAS MARINAS EN PAÍSES BAJOS

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA

1.1. Nombre de la OCEX	ROTTERDAM	1.2. Fecha	30.12.2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Cinthya Gamero	
	Cargo	Asistente administrativa y comercial	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	Algas para consumo humano.
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	La partida arancelaria para la importación de algas es 1212.210000-290000, que corresponde a “Algas marinas y otras algas” Fuente: My trade Assistant de Access2Markets
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	El producto se conoce en Países Bajos como "zeewier".
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Requisitos de acceso al mercado para algas en Países Bajos</p> <p>Aranceles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ El alga proveniente de Perú está exenta de aranceles en Países Bajos, por un lado el Perú tiene un TLC con la Unión Europea, gracias a ello posee preferencias arancelarias. Por otro lado, gracias al <u>Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)</u> de la Unión Europea, el arancel es del 0%. Sin embargo, se debe pagar el IVA, con una tasa de 21%. <p>Requisitos Obligatorios, sanitarios y fitosanitarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Es importante cumplir con las normas generales establecidas por la Unión Europea para los productos alimenticios. Estas normas establecen los estándares de calidad y seguridad. Algunos ejemplos destacados incluyen: ○ La Ley General de Alimentos, que garantiza la seguridad de (extracto de) algas marinas. Bajo el marco legislativo de la Ley General de Alimentos, debe contar con un sistema de trazabilidad en toda su cadena de suministro. Esto también incluye la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura. ○ El Reglamento (EC) 1333/2008, que establece las normas sobre aditivos alimentarios, incluyendo definiciones, condiciones de uso, etiquetado y procedimientos. ○ El Reglamento (EC) 852/2004, que requiere un sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) si usted es un procesador de alimentos de extractos de algas marinas. El HACCP examina la higiene, los residuos de

pesticidas, los contaminantes, los criterios microbiológicos, los aditivos permitidos y los procesos y sistemas.

- El reglamento de la UE 2012/231/UE, el Código de Regulaciones Federales y los estándares del Food Chemicals Codex han aprobado la carragenina refinada como E407 y la carragenina semirrefinada como E407a. Por otro lado el agar (E406) está autorizado como aditivo alimentario en la UE de acuerdo con el Anexo II del Reglamento (EC) N° 1333/2008. Ambos químicos pueden ser encontrados en algunas algas.

Certificaciones:

Muchas veces se le aconseja al consumidor prestar atención al origen, porque según la zona de recolección, el producto marino podría estar contaminado con sustancias nocivas. Los productos de calidad ecológica suelen ofrecer aquí la mayor seguridad, y los complementos alimenticios, como el polvo de algas, la menor.

Otros certificados que se aconseja para los productos de algas son:

- FSSC 22000
- International Food Standard (IFS)
- British Retail Consortium (BRC)
- Global GAP
- HALAL Certified, dependiendo del mercado final
- Kosher Certified, dependiendo del mercado final

La certificación de calidad más importante para las algas es el ASC-MSC Seaweed Standard. Este certificado es el más predominante en sustentabilidad y abarca tanto las algas salvajes o cultivadas y abarca un estándar global.

<https://www.asc-aqua.org/what-we-do/our-standards/seaweed-standard/>

Para certificar el producto orgánico dentro de la Unión Europea, se deberá considerar el reglamento 834/2007 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/LSU/?uri=CELEX%3A32007R0834>) , el cual además tiene información detallada sobre etiquetado, producción y comercio.

Requisitos de etiquetado

EL REGLAMENTO (UE) N° 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, incluido el etiquetado de alimentos preenvasados vendidos en el mercado de la UE.

- EL REGLAMENTO (UE) N° 1169/2011 establece los requisitos de información alimentaria que se debe cumplir para comercializar productos alimenticios en la Unión Europea.
- La Unión Europea, de la cual los Países Bajos forma parte, ha trabajado en una estandarización de los requisitos de etiquetado en el REGLAMENTO (UE) N° 1169/2011

Los siguientes artículos deben estar en la etiqueta de (preenvasados):

- El nombre con el que se vende el producto; o la identificación comercial: clase, tamaño (código), número de unidades, peso neto; Nombre y dirección del productor; Lugar / país de origen
- Para el caso de las demás algas, no se han establecido Requisitos Fitosanitarios debido a que no se puede ingresar el producto.
- **Fuente:** REGLAMENTO (UE) N° 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor
- Alegaciones (claims) de salud y nutrición - Mención al Reglamento 1924/2006 UE
- REGLAMENTO (CE) N° 1924/2006 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos

Más información:

- Frutas y hortalizas: normas de comercialización - Las importaciones en la Unión Europea (UE) de estos productos deben cumplir las normas de comercialización armonizadas de la UE.
- El importador o su representante autorizado deberá informar a los funcionarios competentes sobre los datos relativos al envío (identificación del importador, país de origen, identificación del producto, peso neto y bruto, categoría de calidad, etc.) y presentar los documentos o certificados que cumplan los requisitos con las normas de comercialización. Los productos pueden pasar por un control documental, inspección física y/o toma de muestras y análisis (según las necesidades) para verificar que las mercancías cumplen con las normas de comercialización correspondientes.
- Guía de Información al Consumidor en Europa.
- REGLAMENTO (UE) N° 1308/2013 – Normas de comercialización.

Requisitos de embalaje:

- El material usado para el envase debe ser nuevo, estar limpio y ser de calidad tal que evite daños al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, que lleven las especificaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamentos no tóxicos.
- Los materiales y artículos en contacto con los alimentos, incluidos los utilizados para el envasado de alimentos, están controlados por una legislación armonizada completa de la UE que se ha aplicado plenamente en los Países Bajos.

Fuente:

- REGLAMENTO (CE) N° 1935/2004 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, de 27 de octubre de 2004, sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos y por el que se derogan las Directivas 80/590/CEE y 89/109/CEE

	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Evaluación de la salud de los materiales en contacto con los alimentos</u> - Botellas de PET, envases de cartón o láminas de aluminio - BfR informa acerca de los • UNIÓN EUROPEA: Materiales en contacto con los alimentos • UNIÓN EUROPEA: Símbolos para etiquetar los materiales de contacto con alimentos - Documento de trabajo <p>PERÚ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los exportadores serán responsables de que los embalajes al ser exportados cumplan con las reglamentaciones establecidas para el caso por las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria de los países de destino. • Cuando se utiliza embalajes de madera para la exportación en Perú, estas deberán contar con un sello que certifique que ha recibido tratamiento térmico contra plagas. Este sello es otorgado por SENASA en base al cumplimiento de las Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias – NIMF 15 “Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”. Los proveedores para el tratamiento de madera deben estar autorizados por el SENASA. • La NIMF 15 entiende como embalaje de madera a: pallets, la madera de estiba, jaulas, bloques, barriles, cajones, tablas para carga, collarines de paletas y calces. • Lista de empresas autorizadas para realizar el tratamiento térmico y marcado de embalajes de madera para la exportación.
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Europa es un mercado atractivo para los proveedores de algas comestibles de los países en desarrollo. • Las algas están ganando popularidad en el mercado europeo de productos naturales para la salud. Las razones de esto incluyen la creciente conciencia de los consumidores sobre los beneficios nutricionales de las algas marinas. • Además, las empresas están encontrando nuevas aplicaciones para las algas. En el caso de las microalgas como la espirulina y la chlorella, la demanda está impulsada por una creciente demanda de suplementos en el mercado europeo, así como por una creciente demanda de fuentes sostenibles de proteínas de origen vegetal. <p>Fuente: CBI Ministry of Foreign Affairs Europa</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local.</p>	<p>Temporada principal de cosecha: De marzo a junio.</p> <p>Especie principal: Saccharina latissima (Kombu Real)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sembrada en otoño (septiembre-octubre) • Cosechada en primavera (marzo-junio) <p>Ciclo de producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siembra: septiembre-octubre • Crecimiento: noviembre-febrero • Cosecha: marzo-junio • Mantenimiento y preparación: julio-agosto <p>Producción fuera de temporada:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Algunas empresas, como Zeewaar, han desarrollado técnicas para producir algas durante todo el año en sistemas controlados.
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Los principales puntos de ingreso para algas importadas en los Países Bajos son:</p> <p>Puerto de Rotterdam: Principal puerto marítimo del país y uno de los más importantes de Europa para importaciones.</p> <p>Aeropuerto Schiphol de Ámsterdam: Centro vital para el comercio internacional y punto de entrada para importaciones aéreas.</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>La cadena de distribución y comercialización de algas, como la espirulina y la chlorella, en el mercado de los Países Bajos se compone de varios eslabones clave, cada uno con actores específicos que desempeñan un papel fundamental en el proceso. A continuación se describe la cadena:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Productores: <ol style="list-style-type: none"> a. Cultivadores: En países en desarrollo, los cultivadores producen espirulina y chlorella, a menudo utilizando métodos sostenibles. Estos productores son responsables de la cosecha y el procesamiento inicial, que generalmente incluye el secado y la molienda de las algas. b. Ejemplo: Productores en países como China y Taiwán, como Hainan Diaisheng Microalgae y FEBICO, que cuentan con certificaciones de calidad. 2. Exportadores: <ol style="list-style-type: none"> a. Exportadores directos: Empresas que compran algas a los productores y las exportan a mercados internacionales, incluidos los Países Bajos. Estos exportadores deben cumplir con normativas de calidad y certificaciones requeridas por los compradores neerlandeses. b. Agentes de exportación: A veces, se utilizan agentes que representan a los exportadores en el mercado neerlandés, facilitando la conexión con compradores. 3. Importadores/Distribuidores: <ol style="list-style-type: none"> a. Importadores: Empresas que importan algas y las distribuyen a fabricantes de productos de salud, alimentos y cosméticos en los Países Bajos. Se centran en requisitos como volúmenes mínimos, entrega rápida y calidad del producto. b. Ejemplos: Nexira y Bio Import Europa, que se especializan en la importación y distribución de espirulina y chlorella, tanto orgánicas como convencionales. 4. Fabricantes: <ol style="list-style-type: none"> a. Industria de productos de salud: Los fabricantes en los Países Bajos utilizan espirulina y chlorella en la producción de suplementos nutricionales, alimentos funcionales y productos cosméticos. Estos productos son luego empaquetados y preparados para la venta al por mayor o al por menor. 5. Minoristas:

	<p>a. Tiendas especializadas y supermercados: Los productos finales llegan a los consumidores a través de tiendas de salud, supermercados y plataformas de comercio electrónico en los Países Bajos. Los minoristas juegan un papel crucial en la presentación y comercialización de los productos al consumidor final.</p> <p>6. Consumidores:</p> <p>a. Cientes finales: Incluyen tanto a consumidores individuales que buscan productos saludables como a empresas que utilizan algas en sus propias líneas de productos.</p> <p>Cada uno de estos actores debe colaborar y cumplir con normativas específicas, como las certificaciones de calidad y los requisitos de documentación, para asegurar que el producto final cumpla con las expectativas del mercado de los Países Bajos.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Los actores clave en los canales de distribución y comercialización de algas, tienen varios criterios que consideran al seleccionar proveedores. A continuación, se presentan estos criterios en orden de importancia:</p> <p>1. Calidad del Producto: La calidad es el criterio más importante. Los importadores y distribuidores buscan proveedores que ofrezcan productos que cumplan con estándares de calidad específicos, como certificaciones ISO, HACCP y orgánicas. La pureza y la seguridad alimentaria son esenciales para satisfacer las expectativas de los consumidores y las regulaciones del mercado.</p> <p>2. Cumplimiento Normativo: Los proveedores deben cumplir con las normativas y regulaciones del mercado de los Países Bajos y de la Unión Europea. Esto incluye requisitos de etiquetado, seguridad alimentaria y certificaciones específicas que aseguren que los productos son aptos para el consumo.</p> <p>3. Capacidad de Suministro: La capacidad del proveedor para cumplir con los volúmenes de pedido requeridos es crucial. Los importadores y distribuidores necesitan asegurarse de que el proveedor puede entregar cantidades suficientes de producto de manera consistente y oportuna.</p> <p>4. Precio Competitivo: Aunque la calidad es primordial, el precio también es un factor importante. Los distribuidores buscan proveedores que ofrezcan precios competitivos que les permitan mantener márgenes de beneficio adecuados en el mercado.</p> <p>5. Fiabilidad y Reputación: La reputación del proveedor en el mercado es un criterio clave. Los importadores prefieren trabajar con proveedores que tengan un historial comprobado de fiabilidad en la entrega y calidad del producto. Las referencias y testimonios de otros clientes pueden influir en esta decisión.</p> <p>6. Flexibilidad y Capacidad de Adaptación: La capacidad del proveedor para adaptarse a cambios en la demanda, personalizar productos o ajustar plazos de entrega es un aspecto valorado. Esto es especialmente importante en un mercado dinámico donde las tendencias pueden cambiar rápidamente.</p>

	<p>7. Soporte y Servicio al Cliente: Un buen servicio al cliente y soporte postventa son esenciales. Los importadores y distribuidores valoran proveedores que estén disponibles para resolver problemas, responder preguntas y ofrecer asistencia técnica cuando sea necesario.</p> <p>8. Condiciones de Pago y Términos de Entrega: Las condiciones de pago flexibles y los términos de entrega claros son importantes para facilitar la relación comercial. Los distribuidores prefieren proveedores que ofrezcan opciones de pago que se alineen con sus flujos de caja y que cumplan con los plazos de entrega acordados.</p> <p>9. Innovación y Desarrollo de Productos: La capacidad del proveedor para innovar y desarrollar nuevos productos puede ser un factor diferenciador. Los distribuidores buscan proveedores que estén dispuestos a colaborar en el desarrollo de productos que se alineen con las tendencias del mercado.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Aunque no se tienen registros específicos de exportaciones peruanas de algas hacia los Países Bajos, el mercado holandés presenta oportunidades interesantes para este producto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los Países Bajos son un importante punto de entrada para algas importadas en Europa, principalmente a través del Puerto de Rotterdam y el Aeropuerto Schiphol de Ámsterdam. 2. El país está desarrollando iniciativas de cultivo local de algas, como el proyecto North Sea Farm 1, que será la primera granja de algas con fines comerciales dentro de un parque eólico marino. 3. Sin embargo, la producción local no es suficiente para satisfacer la demanda, por lo que la importación sigue siendo necesaria. 4. Las algas son consideradas un superfood en el mercado holandés, con oportunidades en retail, servicios de comida e industrias de procesados. 5. El enfoque para las algas peruanas debería centrarse en: <ul style="list-style-type: none"> • Especies que no se producen en Europa. • Productos de algas con valor agregado. • Resaltar sus beneficios nutricionales y su sostenibilidad.
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Para promover el producto de algas, como la espirulina y la chlorella, en Europa, se pueden considerar las siguientes actividades de promoción:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación en Ferias y Exposiciones: Asistir a ferias comerciales relevantes, como Vitafoods, Nutraceuticals Europe y Health Ingredients Europe, donde se pueden establecer contactos directos con importadores, distribuidores y otros actores clave del sector. Estas ferias son oportunidades ideales para mostrar productos, realizar degustaciones y obtener retroalimentación del mercado. 2. Marketing Digital y Redes Sociales: Utilizar plataformas de redes sociales y marketing digital para crear conciencia sobre los beneficios de las algas. Publicar contenido informativo, recetas, estudios de caso y testimonios de clientes puede ayudar a atraer a consumidores interesados en productos naturales y saludables. 3. Desarrollo de Materiales Promocionales:

Crear folletos, catálogos y videos que destaquen las propiedades nutricionales, beneficios para la salud y usos de las algas. Estos materiales pueden ser distribuidos en ferias, eventos y a través de canales digitales.

4. Educación y Talleres:

Organizar talleres y seminarios sobre los beneficios de las algas y su uso en la alimentación y la salud. Esto puede incluir demostraciones de cocina y sesiones informativas sobre la sostenibilidad y la producción de algas.




Pruebas de Producto y Muestras Gratuitas:


Ofrecer muestras gratuitas a distribuidores y consumidores para que prueben el producto. Esto puede ser efectivo para generar interés y fomentar la compra.

5. Relaciones Públicas y Artículos en Medios:

Trabajar con medios de comunicación para publicar artículos y notas de prensa sobre los beneficios de las algas y su creciente popularidad en el mercado europeo. Esto puede ayudar a posicionar la marca como un líder en el sector.

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (EUR/Kg)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Supermercado Ekoplaza	Paquete 100 gramos.	42,5	Francia	30/12/2024	Dulce, alga roja de los océanos Pacífico y Atlántico, se recolecta manualmente. Procesada, se lava con agua de mar y almacena en sal marina. Requiere desalarse antes de su uso.	
Supermercado Albert Heijn	Paquete 50grs.	69,80	Países Bajos	30/12/2024	AH Krokante zeewier. Procesado. Algas fritas cubiertas con una capa de masa crujiente. Algas fritas cubiertas con una capa de masa crujiente.	
Holland & Barrett	Espirulina 500mg - 200 Comprimidos.	€12,99 cada frasco presentación 200 comprimidos.	Varios países proveedores: México, India, y China	30/12/2024	Espirulina 500mg - 200 Comprimidos. Spirulina. Es un tipo de algas verdeazuladas. Contiene aminoácidos, ácidos grasos, vitaminas y minerales.	

Supermercado Jumbo	100 g	32,90	Alimento procesado en los Países Bajos	30/12/2024	Chuka Wakame Zeewiersalade (Ensalada de Algas).	
--------------------	-------	-------	--	------------	---	---