



# Tendencias de alimentos procesados en Europa



Frankfurt, 2015



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

# Contenido

- Factores que influyen en el consumidor
  - Salud
  - Falta de tiempo
  - Sostenibilidad
  - Polarización del consumidor
  - Globalización
- Importancia del empaque

# Factores clave que influyen en el consumidor



La población se está  
envejeciendo

Sistema de pensiones insuficientes.

# Salud

*Enfermedades asociadas al  
estilo de vida*

**Diabetes**

**Cáncer**

**Obesidad**

**Hipertensión**



Problemas de salud ampliamente  
tratados en los medios

# Salud



*Requerimientos dietarios especiales*

**Libre de gluten**  
**Libre de lactosa**  
**Vegetariano**

## Orgánicos

Paleo



Raw Food



Super Foods

*Bajos en*  
**Azúcar**  
**Sodio**  
**Grasas**



# Salud

## Productos orgánicos

Variedad de orgánicos

Actualmente existe una oferta creciente de alimentos procesados orgánicos. El rango de productos va desde salsas, enlatados y otros ingredientes hasta alimentos listos para el consumo.



# Salud

## Productos orgánicos

Variedad de orgánicos: confitería

Gran variedad de productos de confitería dura y blanda, postres, galletas, tortas y otros productos en versiones orgánicas.

El contenido de endulzantes no es bajo. Lo importante es que sea orgánico.



# Salud

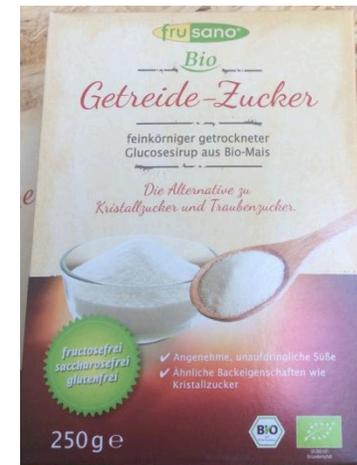
## Productos orgánicos

Dada la tradición de hornear tortas y panes, se hace necesario tener los ingredientes orgánicos para poder realizar esta recetas en casa.

Actualmente hay una oferta importante de productos de panadería y molinería destinados al consumidor final, como polvos para hornear, mezclas listas para tortas y postres, levaduras orgánicas, entre otros.

Dentro de estas mezclas se incluyen formulas innovadoras, como mezcla para pancakes a base de papa.

Variedad de orgánicos: Molinería Bio



# Salud

## Productos orgánicos

### Los endulzantes en productos procesados orgánicos

Si bien la mayoría de los productos de la feria se presentan como saludables, la mayoría tienen endulzantes añadidos. Lo más importante es que el endulzante sea orgánico.

El uso de caña de azúcar orgánica como ingrediente en snacks, bebidas y otros productos es muy común. Algunos productos incluso tienen jarabe de maíz, el cual ha sido ampliamente criticado por sus efectos nocivos para la salud. En estos casos, sin embargo, se trata de jarabe de maíz orgánico.

Muchos productos usan sustitutos del azúcar como miel o jarabe de agave.

Algunos productos incluyen el uso de stevia como endulzante.

# Salud

## Necesidades dietéticas especiales

### Alimentos libres de Gluten + sustitutos

Hay una oferta importante de productos de panadería, galletería y otros alimentos que tradicionalmente son de trigo, en versiones sin gluten.

Por otro lado se puede ver el aumento de sustitutos de galletas y otros productos de trigo por productos de maíz y arroz así como tortas de arroz en diferentes presentaciones como sustitutos de galletas de coctel, barras de cereal, entre otros.



Mezclas para brownie y torta libres de gluten



# Salud

## Necesidades dietéticas especiales

## Productos veganos

Esta tendencia se caracteriza por la ausencia de productos de origen animal en las preparaciones, excluyendo incluso huevos, derivados lácteos y grasas de origen animal.

En los ingredientes de este tipo de productos destacan la soya y los hongos por ser una fuente importante de proteína vegetal.

Esta tendencia no sólo está limitada a los sustitutos de los productos de origen animal. En esta medida, todos los productos que no contengan productos de origen animal pueden ser promocionados como veganos, accediendo a este segmento del mercado.



# Salud

## Necesidades dietéticas especiales

Importancia de los productos [sin azúcar](#)

Cuando se trata de ofrecer productos saludables, los endulzantes son observados de manera meticulosa.

Por una parte, el uso de sustitutos como agave o estevia es bien visto por los compradores.

Es preferible que se trate de productos LIBRES de azúcar. En esta medida, es aconsejable evitar el uso de azúcar, incluso cuando se agrega una pequeña cantidad como estabilizante y no como endulzante.

# Salud

## Productos mejorados

Amplia gama de productos con vitaminas añadidas. Principalmente jugos y otras bebidas incluyendo lácteos y malteadas de proteína.

Además de las bebidas, algunos snacks presentan también esta característica. Un ejemplo de esto es la marca francesa **Fruinergy**, frutas deshidratadas con una infusión de vitaminas.



Marca francesa de frutas secas con infusión de vitaminas.

PROCOLOMBIA.CO

## Vitaminas extra



Bebida de leche y cereales enriquecida con vitaminas y calcio.



Bebida de té verde y frutas enriquecida con vitaminas

# Salud

## Productos mejorados

## Procesos más saludables

Por otro lado, se han incorporado en el mercado productos elaborados a partir de procesos que generan mejores

Un ejemplo de esto son jugos exprimidos con alta presión, lo cual permite extender su vida útil sin necesidad de pasteurizar.



Papas de paquete cocinadas con presión, lo cual hace que tengan un menor contenido de grasa (80% menos).

**Popped crisps low fat not fried**  
POPPED SNACKS

Grocery products / Épicerie • October 2014 / Octobre 2014

Natural chips baked under heat and pressure, low in fat. Prepared with less than 5% oil. Non fried. 80% less fat than the average chips on the market.

**Committee's analyse (PGC):** Selected for the health positioning of the cooking process.

**Trends:** Slimness.

**Type of innovation:** Technology, manufacturing process.

*Chips nat avec moins de 5% d'huile. Non frites. 80% moins de matière grasse que les chips moyennes du marché.*

*Avis du Comité de l'innovation:*

**Tendances :**

**Type d'innovation :**

**Coldpress Smoothies**  
COLDPRESS FOODS

Non-alcoholic beverages / Boissons non alcoolisées • October 2014

Cold pressed raw fruit smoothie. Unpasteurized and not cooked, to preserve nutrients. 100% fruit. High in antioxidants. Provides 1 or 2 of the 5-a-day.

**Committee's analyse (PGC):** Selected for the process that preserves the naturalness and nutrients of the product.

**Trends:** Sophistication - Medical.

**Type of innovation:** Technology, manufacturing process.

# Salud

## Dietas alternativas

### Raw Food

La dieta “raw food” consiste en comer alimentos que no hayan sido calentados a más de 40 grados.

Bajo esta línea, se han creado numerosos productos procesados que cumplen con esta característica.

Se resalta la importancia de snacks con diferentes ingredientes que se han creado bajo esta tendencia.

El crudismo a dieta “raw” va muy de la mano con los productos orgánicos, pues al no ser sometidos al calor, la presencia de pesticidas y otras sustancias en los ingredientes tiene un mayor impacto en el consumidor.



# Salud

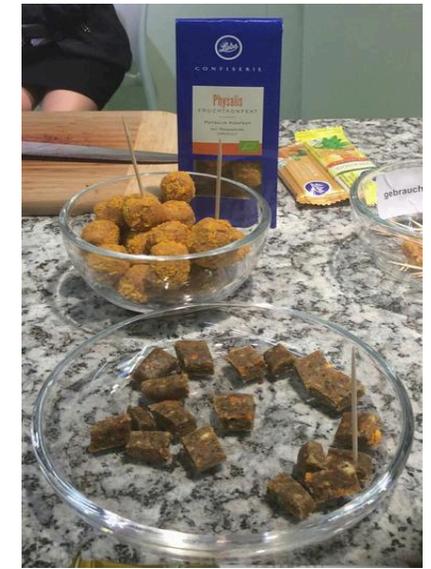
## Dietas alternativas

Se resalta la importancia de los chocolates dentro de la dieta crudista, pues el cacao crudo se considera un super alimento. Los chocolates “crudos” son hechos a partir de cacao sin tostar y luego preparados a una temperatura menor a los 42 grados. Estos chocolates, suelen estar mezclados con frutos secos o incluso con otros ingredientes como chiles o espirulina.

Dentro de los snacks “crudos” es muy común ver barras energéticas a partir de frutas secas como dátiles, higos, cerezas y otras frutas. El coco es uno de los principales ingredientes de este tipo de productos.

Actualmente ya se están empleando las uchuvas secas dentro de la producción de snacks “crudos”.

Raw Food



# Salud

## Super foods

Los super foods son alimentos ricos en antioxidantes, que han ganado popularidad gracias a sus propiedades nutricionales excepcionales.

Los super foods más conocidos son los arándanos, las semillas de chía, cacao, quinoa, maca, acaí, bayas de goji, linaza, spirulina, entre otros.

Actualmente hay una amplia oferta de alimentos procesados que contienen estos ingredientes, especialmente snacks y cereales para el desayuno



These are the superfoods that Lovechocolate uses:

- Cacao
- Bourbon vanilla
- Cinnamon
- Lucuma
- Maca
- Gojiberries
- Incaberries
- Mulberries
- Quinoa



# Salud

Aumento de las certificaciones



# Salud

## Aumento de las certificaciones

| Certification guidelines    |  <p><b>Bioland</b></p>    |  <p><b>EU Eco-regulation</b></p> |
|-----------------------------|---|---|
| Farmland use                | 100% of the farm must be based on organic food production.  | Allows organic and traditional food production on the same farm   |
| Nitrogen fertilizer         | Amount limited by available livestock (lower than the legal maximum)  | Amount limited by national laws setting a legal maximum by farmland area  |
| Organic-waste fertilizer    | Blood, meat, bone, manure and guano prohibited  |   |
| Copper pesticides           | Only for perennial vegetables (3 kg/ha/year)  | Up to 6 kg/ha/year  |
| Additional purchased fodder | No more than 50%; majority of pasture must be grown on the farm   | Any amount allowed  |
| Genetically-modified seed   | No genetically-modified seeds allowed (includes a ban on purchased fodder from genetically-modified plants) | Allowed   |
| Additional ingredients      | Certified product must contain 100% organic ingredients.  | Certified product must contain at least 95% organic ingredients.  |

# Salud

IFS es más exigente y es muy importante en Europa, con excepción de Reino Unido.

Sin embargo, hay otros que se pueden adaptar mejor. Si se quiere exportar a Reino Unido por ejemplo, BRC es la certificación que se debe tener.

ISO 22000 es otra estándar de calidad en procesos de inocuidad ampliamente reconocido.

Sin embargo, lo más importante es determinar el cliente objetivo para poder definir la certificación adecuada.

Fuentes: Katerine Arce, HLB Tropical Food GmbH; Jörn Berger, Organic Services; Arjan Verhagen, Columbus Exotics; Thomas Grundhöfer, GRUNDHÖFER GmbH .

# Salud



Producción artesanal



## Etiquetados descriptivos

Declaración nutricional: esta declaración será obligatoria sólo a partir del 13 de diciembre de 2016. Los elementos obligatorios de esta declaración son:

- Valor energético
- La cantidad de grasa, grasa saturada, carbohidratos, azúcar, proteína y sal.

Mejor percepción de seguridad del producto local



EUR-Lex

# Salud

El consumo en Europa de cerveza y chocolate, ambos de gran popularidad en este mercado, se ha estabilizado, e incluso se ha visto una ligera contracción de la demanda gracias a la mala publicidad que los relaciona con los problemas de obesidad del mundo. ***Esto crea la necesidad de generar mayor valor agregado para que el producto sobresalga de los productos masivos.***

Ante la tendencia principal de la producción en escala industrial y la homogenización de la producción, ha aparecido una contra-tendencia basada en la producción artesanal.

Este tipo de empresas de elaboración de cerveza artesanal han mostrado crecimientos tanto en las ventas internas como en exportación. Un ejemplo de esto son las cervezas belgas artesanales, las cuales pasaron de exportar el 15% de su producción en 1980 a exportar el 62% de su producción en 2012. Esto se logró a través del mercadeo, vendiendo una historia, y a través de la incorporación de elementos diferenciadores como sabores nuevos.

*Developing a mid-market: Learning from beer. The Economics of Beer*  
***Johan Swinnen (University of Leuven)***

# Productos artesanales

“Inicialmente comercializaba el café de origen de su finca en Medellín. Sin embargo, todos los esfuerzos de sostenibilidad, trazabilidad y calidad se perdían porque cuando la producción se vende a granel, se mezcla con cafés de otras fincas. En este sentido, no vale la pena para los productores hacer mejoras en sus procesos, pues no va a haber un retorno de esta inversión si se sigue comercializando como commodity.

Por lo anterior, decidieron crear una marca para vender el producto para que el consumidor pueda recibir los beneficios del mejoramiento de los procesos, y por ende recibir un mejor precio. Para esto usaron el concepto de “single finca”, lo cual implica que el café de esta denominación sólo proviene de una sola finca, lo cual da un sentido de exclusividad, trazabilidad y transparencia al consumidor.

Este cambio en la comercialización ha generado que el productor reciba 20% más por el café, lo cual hace que valga la pena la inversión en mejores prácticas y control de calidad.

Cabe resaltar, que en este caso los consumidores han podido percibir una diferencia en el producto, en esta medida, se han posicionado no sólo por la historia que venden sino también por la calidad. Prueba de esto es que **tras un test de percepción de calidad en el consumidor, esta marca obtuvo calificaciones por encima de Illy y Lavazza, líderes del mercado.** Esto les ha permitido poder tener precios más altos sin desmotivar la demanda.”



*Arnold Noorduijn*  
*Fundador de Single Finca Medellin Secret*

# Falta de tiempo

*Dada la falta de confianza en la economía que aún se siente entre los ciudadanos europeos, se ha privilegiado las alternativas más económicas como comer en casa o en restaurantes económicos.*

La generación X se caracteriza por no conocer muchas recetas ni productos y carecer de motivación para cocinar. Hay un uso extendido del microondas y gran consumo de alimentos listos para el consumo o de fácil preparación. Esta generación lidera el consumo de los productos de conveniencia.



PROCOLOMBIA.CO



La generación Millennial se caracteriza por tener varios trabajos

## Gran estrés en las poblaciones urbanas



# Falta de tiempo

Actualmente el consumo de alimentos frescos se ha reducido en el mundo y ha sido reemplazado por los alimentos procesados. En Europa, esta reducción ha sido del 20% en los últimos 10 años.



Poco tiempo para comer



Poco tiempo para cocinar

# Falta de tiempo

# Productos de conveniencia



Gran consumo de snacks

# Falta de tiempo

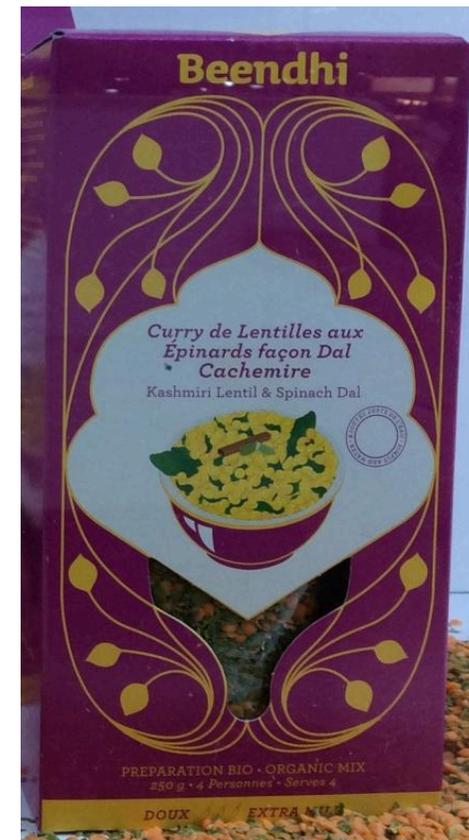
Alimentos **saludables** listos para el consumo

Los productos listos para el consumo son percibidos como poco saludables, altos en sodio, grasa, calorías y con poco valor nutricional. Por lo tanto, el consumidor actual ya no está buscando la oferta tradicional.

En esta medida, los productos deben ofrecer una buena cantidad de nutrientes como vitaminas y minerales, además de estar compuestos por diferentes tipos de alimentos como verduras, proteína y granos.

Es importante además, que el producto sea bajo en sodio y en grasa, pues por lo general los consumidores desconfían de los productos listos para el consumo por su alto contenido de estos compuestos.

Sopa orgánica deshidratada



Mezcla orgánica de curry. Sólo hay que añadir agua

# Falta de tiempo



Mezcla para risotto para niños. Bajo en sodio con 30% de puré de vegetales. Listo en 8 minutos.



Vegetales en bolsa apta para microondas. Listo en un minuto.



„BBQ Grill Mix“ es una mezcla de vegetales lista para el grill que se puede usar directamente en la parrilla o el horno.



Quinotto (risotto de quinoa) de hongos

# Falta de tiempo



Mix de frutas y verduras para hacer smoothies.



La importante marca de manzanas Pink Lady lanzó manzanas picadas en una bolsa para el público infantil. Uso de ácido absorbido a la manzana para prevenir el oscurecimiento de la pulpa.



# Falta de tiempo

## Conveniencia

Por otra parte, el reto actual no sólo está en los beneficios nutricionales. Los mercados europeos están llenos de alternativas culinarias de todos los países del mundo, por lo cual, los consumidores están acostumbrados a una amplia gama de opciones a la hora escoger sus alimentos. En esta medida, esperan poder encontrar opciones que no solo sean saludables sino que les generen una experiencia culinaria positiva, comparable con la que están acostumbrados.

88% de los consumidores de la generación Y están interesados en probar nuevos tipos de comida. Esta generación se caracteriza por querer tener nuevas experiencias a través de la comida, probando productos artesanales, nuevos y diferentes. Se busca experimentar con los sentidos a través buscan nuevas mezclas de sabores, texturas y olores.

En esta medida, se ha incrementado la oferta de productos listos para el consumo con recetas de todo el mundo como curry, mexicano thai, entre otros.

Los consumidores quieren tener más información acerca de la calidad del producto. Sin embargo, si no la encuentran o no es evidente, optarán por comprar los productos más económicos.

## Precio + salud+ gourmet

# Falta de tiempo



Mezclas de frutas cortadas, con una adición de salsa de chocolate y de syrup de rooibos (tipo de té).

## Conveniencia



Guacamole listo para el consumo. El producto se mantiene libre de bacterias y hongos a través de un la aplicación de alta presión al producto. Este método es usado como alternativa a la pasteurización ya que no hay necesidad de aplicar calor al producto lo cual permite mantener todas las propiedades tanto de sabor y textura como a nivel de vitaminas.



# Falta de tiempo

## Conveniencia



# Falta de tiempo

## Snacks

La principal razón por la cual los consumidores entre 17 y 27 fueron al supermercado fue para hacer sus compras generales para la casa, seguido por comprar snacks. Casi la mitad de los encuestados fueron por la segunda opción.

35% de las comidas de la generación Y son snacks.

# Falta de tiempo

## Snacks

La principal razón por la cual los consumidores entre 17 y 27 fueron al supermercado fue para hacer sus compras generales para la casa, seguido por comprar snacks. Casi la mitad de los encuestados fueron por la segunda opción.

35% de las comidas de la generación Y son snacks

Actualmente existen versiones más saludables de los snacks más populares. Un ejemplo de esto son los chocolates bajos en azúcar.

Algunas empresas le agregaron valor agregado a su oferta de snacks saludables con mezclas de hierbas y sabores diferentes, creando alternativas gourmet. Las papas en paquete siguen siendo un snack muy popular. Actualmente se encuentran muchas alternativas gourmet y saludables, como por ejemplo chips de sabores como wasabi, thai o chile.



Chocolates bajos en azúcar



Snacks bajos en grasa

# Falta de tiempo

## Snacks



Chips de banana de diferentes sabores.



Snacks de salmón

Chocolates bajos en azúcar



Chips de papa para niños bajos en grasa

# Sostenibilidad



Preocupación por el medio ambiente

Crisis: Apoyo a la producción local



Preocupación por los productores

# Sostenibilidad



*Marketing orientado a las historias*

# Comercio justo



Se privilegia el producto local

# Sostenibilidad



PROCOLOMBIA.CO



# Sostenibilidad

Salsas Fair Trade de Tailandia para Stir-fry, Kebab, shawarma, entre otros de mango, guayaba, piña, y carambolo.



Distribución del ingreso en la cadena de distribución de chocolate GEPA



# Sostenibilidad



Sello de Land Markt, productos de Hessen.

## Wir bringen Ihnen Frische näher.

Viele unserer Produkte sind genau wie Sie: aus Hessen.

Frische kommt bei uns nicht von ungefähr. Sondern am liebsten aus der Region. Hier erfahren Sie, welches Obst und Gemüse aus Ihrer Region stammt.

A collage of images on a dark background. It includes a white map of Germany, a wooden crate overflowing with fresh vegetables like carrots, cabbages, and leafy greens, and three small inset photos: one of a man in a field, one of hands holding a head of lettuce, and one of a basket of strawberries.

## Himbeere mit Rhabarber

Das fruchtige Landfrühstück: Traditionelle Fruchtkombinationen aus natürlichen Zutaten. Freuen Sie sich mit Schwartau Hofladen auf einen ganz besonderen Frühstücksgenuss.



Enlace de EDEKA dedicado a los productos regionales

Hofladen es una gama de mermeladas hechas sólo con frutas tradicionales de Alemania.

# Sostenibilidad

## La comunicación empresarial debe reflejar la responsabilidad social de la empresa

Actualmente la sostenibilidad es un factor importante dentro de la toma de decisión de compra de los consumidores.

Las certificaciones son una condición para entrar al segmento, pero los clientes finales esperan que las empresas hagan más que lo exigido por las certificaciones.

Actualmente muchas empresas hacen publicidad engañosa acerca de sus procesos sostenibles. En esta medida, los compradores necesitan que las empresas pongan toda la información de sus políticas de sostenibilidad disponibles para que el consumidor pueda tomar una decisión.

Muchas empresas tienen procesos sostenibles pero no lo exponen de manera efectiva, entonces el esfuerzo no se ve recompensado.

# Polarización del consumidor

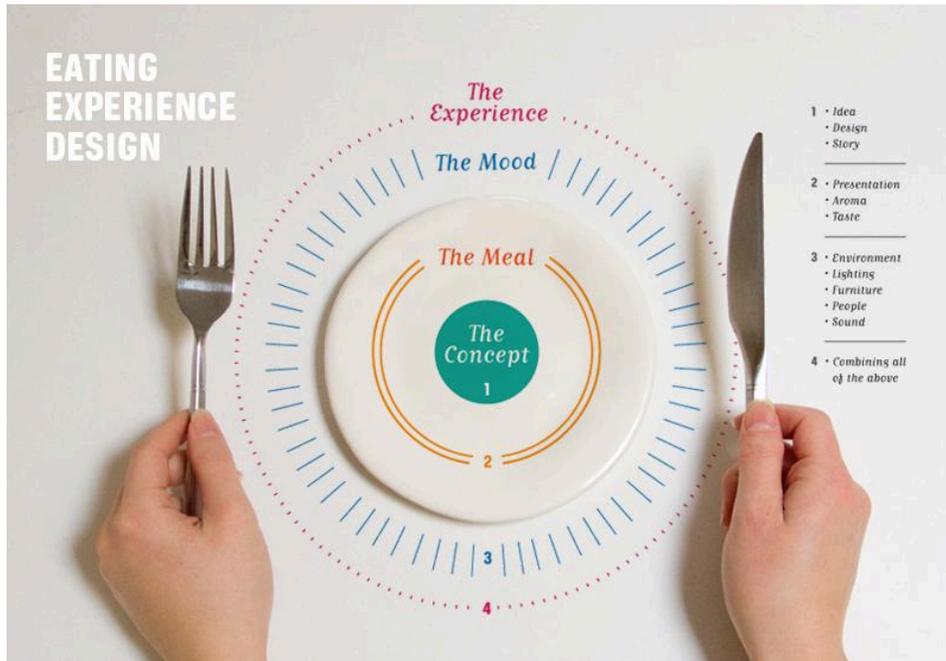
La crisis restringe el gasto de los consumidores



Países guiados por la calidad se ha tornado a los descuentos

# Polarización del consumidor

Las experiencias a través de comida



Productos gourmet son pequeños lujos posibles de pagar

# Polarización del consumidor

Los minoristas de descuento van a la cabeza del mercado



Las marcas privadas tienen una gran porción del mercado

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| <b>Beste Wahl</b><br>Die Qualität bekannter Markenartikel zu günstigeren Preisen    |   | <b>REWE Bio</b><br>Entdecken Sie die Vielfalt des REWE Bio Sortiments                   |  |
|   | <b>ja!</b><br>zu mehr einkaufen statt mehr bezahlen.      | <b>REWE frei von</b><br>Unbeschwert genießen – auch mit Laktoseintoleranz oder Zöliakie |  |
| <b>Regional</b><br>Genießen Sie frisches Obst und Gemüse von Höfen aus Ihrer Region | <b>ja!</b><br>Clever sparen, ohne auf etwas zu verzichten | <b>REWE freie Welt</b><br>Entdecken Sie sinnliche Genüsse aus aller Welt                |  |

# Polarización del consumidor

Boom de productos culinarios premium



Las marcas privadas cuentan con gamas premium

# Polarización del consumidor

## Productos de **indulgencia**

Existe una gran oferta de productos para indulgencia del consumidor. Estos productos son vistos como un pequeño placer a lo largo del día.

Hay gran variedad de productos de lujo enfocados a entradas o „finger food“ como foi grass, patés y otros dips diferentes mezclas e ingredientes. Además, oferta importante de encurtidos como aceitunas, pimientos, berenjenas, alcachofas y otras verduras.



# Polarización del consumidor



# Polarización del consumidor

## Ingredientes innovadores

La preparación en casa de la comida vs. comer en restaurantes ha visto un aumento importante en el mercado europeo después de la crisis del 2008. Si bien la confianza de los consumidores en la recuperación de la economía ha ido aumentando, estos aún siguen prefiriendo mantener bajo el consumo en restaurantes.



Esto se ha visto reflejado en la creciente oferta de productos innovadores para la realización de comidas en la casa, tanto en el segmento de lujo como en el masivo.

Muy populares son los toppings para ensaladas, como los croutones con diferentes sabores.



# Polarización del consumidor

## Marcas blancas o de distribuidor

Actualmente existe una amplia gama de productos de marca blanca que le permiten a los consumidores ahorrar en sus compras de alimentos.

La importancia de este segmento se puede ver representada en la gran cantidad de productos de las marcas blancas de los retailers europeos.

Esto genera un ambiente bastante competitivo, pues los productos de marca privada cada vez son de mejor calidad.



# Polarización del consumidor



# Globalización

Gracias a factores como el turismo internacional, los programas de comidas internacionales y el internet entre otros, han generado un gran interés por parte de los consumidores en cocinas de otros países.

En esta medida, los consumidores cada vez están mas abiertos a probar recetas e ingredientes diferentes.

Los consumidores quieren tener los mejores ingredientes de los mejores orígenes, sobre todo si se trata de versiones Premium los productos.



# Globalización



# Globalización

Es muy común que se incluyan platillos de diferentes culturas, pero que son consumidos a nivel mundial como los gnocci italianos, o las lumpias, tradicionales de la comida asiática.



# Globalización

Una de las tendencias actuales del mercado europeo es la preferencia por los productos locales para generar mayor sostenibilidad y un menor impacto en el medio ambiente.

En esta media, es importante que los productos ofertados se diferencien realmente de los productos europeos para que el consumidor tenga una motivación para preferirlos sobre otros productos locales. Esto se puede lograr a partir de las frutas tropicales y exóticas e ingredientes que no se encuentran en Europa.

Además de las frutas secas, el uso de chía y quinoa como ingredientes es percibido como un valor agregado por parte de los compradores.

Teniendo en cuenta la tendencia actual del mercado europeo por preferir productos locales, Ecuador y Perú han enfocado la producción de productos listos para el consumo en la quinoa.

# Globalización

Las frutas exóticas también están presentes como ingredientes de diversas categorías de productos orgánicos, desde chocolatería hasta jugos.

La gulupa y la granada son las frutas exóticas más usadas en la industria.



# Globalización

El coco tiene gran presencia como ingrediente en muchas categorías de producto, con una participación importante en el nicho orgánico. De gran importancia en el mercado son los subproductos del coco como aceite de coco virgen, harina de coco, mantequilla de coco, syrup de coco, entre otros.

Las bebidas a base de agua de coco gozan de gran popularidad actualmente.



# Importancia del **Empaque**

# Empaques

“Por otra parte, la televisión y las estrategias de mercadeo que han acompañado a los grandes jugadores de estas industrias han tenido una influencia muy importante en la consolidación de estos mercados. Tras varias pruebas y estudios se ha comprobado que los consumidores no pueden diferenciar entre una cerveza Heineken y una Stella Artois. En esta medida, la diferenciación del producto se da a nivel de mercadeo y no de producto como tal. De la misma forma el mercado del chocolate se ha convertido en una producción homogénea, donde la diferenciación se da en las estrategias de mercadeo usadas para capturar diferentes consumidores.”

## Desarrollo de un mercado intermedio: la experiencia de la Cerveza

*Developing a mid-market: Learning from beer*

*Johan Swinnen (University of Leuven)*

“... la estética de la comida cada vez tiene más relevancia. Actualmente es uno de los criterios que más tienen en cuenta los comensales a la hora de elegir un restaurante. A nivel europeo, Copenhague se ha posicionado como un destino gourmet gracias a sus presentaciones estéticas y cocina aterrizada y sencilla. En términos de productos procesados, esto se refleja en los empaques. En esta medida, se imponen las presentaciones minimalistas.”

*Anne-Claire CEO & Founder, Bento, leading trends & brand consultancy for the restaurant industry-*

# Empaques

En cuanto a la apariencia de los empaques, se pueden ver dos tendencias principales: **Lujo** y **Natural**.

Para los productos pensados en el mercado de lujo, el empaque juega un rol muy importante. En el caso de los líquidos y de algunos productos de untar, los empaques fueron principalmente de vidrio vs. Versiones dirigidas al segmento medio del mismo tipo de producto empacas en envases plásticos.

Muchas botellas de vidrio de aceite balsámico, vinagres y otras salsas tienen diseños diferentes que denotan que se trata de un producto de lujo.

Las leyendas de los empaques por lo general son de color dorado o plateado.

Por lo general se usan sólo dos colores en el empaque. El negro es muy popular en este tipo de producto.

Cuando no se trata de un empaque de vidrio, el papel es por lo general brillante.

# Empaques



Bebida gaseosa artesanal con vainilla.  
Ingredientes 100% franceses.

Vinagre de Reims hecho de vinos chardonnay, pinot noir y pinot meunier, añejado 6 años en barriles de roble.



# Empaques



Estuche de aceites balsámicos variados.



Bebidas alcohólicas herbales de Austria.

# Empaques

Por otro lado, los productos que se venden como naturales o saludables tienen una estética diferente, aunque sean vendidos en el segmento medio y alto.

Se usan envases plásticos reciclables o reciclados en los casos de líquidos y cremas.

La mayoría de los empaques son blancos o color cartón. No se usan más de tres colores en el empaque.

Los empaques son mate.

Para las leyendas se usan tipos de letra informales.



# Empaques

Dentro del segmento de productos bio, se puede ver la clara importancia del mercadeo y la imagen de la marca.

La estética del producto es muy importante. Los empaques tienen alto contenido de diseño y la imagen de marca de la mayoría de los productos está dirigida al segmento alto.

Priman los empaques de papel, por encima de los plastificados. Sin embargo, siempre se usan empaques con colores y con impresiones de excelente calidad.



# Empaques

Existe una tendencia creciente al uso de bandejas PET para el empaque de conservas vs. Las tradicionales latas.

Se presentaron productos en empaques XL para familias o para la industria del catering. Algunas empresas generaron un valor agregado incluyendo válvulas aptas para grandes cantidades.



Vino de cocina



Sopa de pescado



Anchoas en empaque PET

# Empaques



*Gama premium*

*Gama intermedia*

*Gama económica*

# Empaques

En el mercado europeo el empaque de los productos es muy importante. En esta medida, las empresas que quieran llegar con su marca deben estudiar el empaque que su producto tiene normalmente en el mercado.

Es importante tener en cuenta que el material del producto sea el adecuado para mantenerlo en condiciones adecuadas, pero que sea fácil de abrir, sobre todo en el caso de snacks.

El mercado europeo es muy sofisticado en cuanto a la apariencia de las marcas. En esta medida, es recomendable que las empresas analicen la imagen de su competencia en el mercado para hacerse una idea de las expectativas del consumidor frente a este tema. Las empresas colombianas aún deben fortalecer su imagen para entrar de manera efectiva con su marca.

El tamaño de las porciones también influye en el empaque. Es posible que haya que modificar el tamaño de las porciones individuales con respecto al producto que se vende en Colombia. El tamaño de las porciones puede variar según el país, sin embargo, en general son más grandes que en Colombia.

GRACIAS

GRACIAS  
MERCI  
THANK YOU  
OBRIGADO  
DANKE  
TEŞEKKÜRLER  
СПАСИБО  
谢谢  
ありがとう  
감사합니다