

La semana pasada, [PortalFruticola.com](http://PortalFruticola.com) estuvo en Holanda en la primera edición del **Amsterdam Produce Show (APS)**, lugar donde importadores de Europa y exportadores de todo el mundo, pudieron reunirse en un evento que para muchos fue "más eficiente y personalizado", y que estuvo ubicado en un punto geográficamente estratégico para lo que es la comercialización de los productos frescos en Europa.

Y es que, como todos saben, el puerto de Rotterdam es la "puerta de entrada" de los productos frescos al resto de los mercados en Europa, especialmente para Francia, Alemania e incluso Inglaterra, y es por esta razón, que era tan relevante para nosotros como medio especializado, ver personalmente **cuál es la tendencia que hay en las importaciones de estos países, y eso fue posible gracias al "retail tour"** organizado por APS y liderado por Claire Powell, donde pudimos visitar a 4 de las cadenas de supermercados más importantes de Holanda y el mercado central de Rotterdam.

¿Qué tenían todos en común? **La fuerte presencia de frutas exóticas provenientes desde Colombia, Ecuador, Brasil, Vietnam, Ghana**, entre otros. No hablamos del mango o los aguacates, que ya son prácticamente parte de la dieta de las personas, si no **de productos poco conocidos como la pitahaya, uchuva, kiwano y mangostinos**, los que poco a poco han ido ganando espacios en las estanterías de productos frescos de estos retailers.



Kiwanos de Ecuador en Jumbo Foodmarkt

Pero, **¿cómo se genera la necesidad de consumo de estos productos en Europa?** Según comentó el encargado del departamento de productos frescos de Jumbo Foodmarkt, los consumidores de Holanda y Europa en general, son muy de mundo, es decir, han viajado mucho y sobre todo al continente sudamericano, donde han tenido la oportunidad de probar este tipo de productos y se han dejado encantar por ellos, tanto que cuando aparece en las estanterías de los supermercados, ellos los prefieren.



Prueba una pitahaya por 2 euros en el mercado central de Rotterdam

Pero seamos objetivos, no todos han podido viajar a Ecuador y probar el kiwano o a Colombia para probar la pitahaya, **¿qué pasa con los consumidores que no conocen estas frutas?** Simple, la etiqueta de los productos muestra toda la información necesaria que debe tener el consumidor para poder investigar e interiorizarse más sobre estas frutas, incluso el staff de Jumbo Foodmarkt está preparado para hablar de los beneficios y propiedades de ellas cuando alguien tiene alguna duda.

Dentro de los productos exóticos la fruta que nunca estuvo ausente dentro de los estantes fue la pitahaya o dragon fruit, que según el administrador de la tienda Natuurlijk en el mercado de Rotterdam, Tim Zegwaard, es una fruta de la que se habla bastante por las propiedades digestivas y nutricionales.

## Frutas altamente demandadas: arándanos, aguacates y mangos

Si pasamos de lo exótico a las frutas que ya son tendencia y que han generado una demanda constante y creciente en el tiempo, nos encontramos con los arándanos, aguacates (paltas) y los mangos. En esta época del año, el Hemisferio Sur está partiendo con sus temporadas de exportación en Europa, por lo que pudimos ver en los estantes como tímidamente se asomaban algunas paltas provenientes de Chile, arándanos de Argentina y mangos de Brasil.



Paltas de Chile, 2.96 euros la malla (compuesta por 4 o 5 piezas de calibres pequeños)

Los precios pueden alcanzar los 3 euros por 4 paltas de calibre pequeño (2.96 para ser exactos), mientras que 150 gr de arándanos pueden alcanzar los 2.99 euros.

**Otra tendencia que vimos muy fuerte son los paquetes de fruta en mix**, es decir, trozos de diferentes frutas listas para comer en cómodos y compactos envases. Mango con papaya y lima, mango en trozos, melón en trozos, etc.



"Las personas prefieren llevar algo que pueden consumir inmediatamente en sus casas, sin tener que hacer mucho esfuerzo y este tipo de packing ha tenido un gran impacto en las ventas", comentan desde la cadena de supermercados Albert Heijn, la más importante en Holanda con cerca de 900 tiendas.

**Y realmente, si sacamos las cuentas, una pieza de mango cuesta 1.97 euros, y por 2 euros tienes una mezcla de sabores únicos** y sin tener que ensuciar un cuchillo ni tus manos al comer, ¡maravilloso!

En conclusión, lo que podemos decir de las tendencias en los retails de Holanda que son la referencia de los demás mercados dentro de Europa, es que los consumidores están altamente interesados en descubrir nuevos productos que sean beneficiosos para su salud, atractivos en apariencia y convenientes, ya sea en precio o en packing.

## Hazlo tú mismo

No podemos dejar de mencionar que los supermercados también están buscando ofrecer a los clientes una experiencia en las compras, como por ejemplo esta máquina de jugo natural, donde el cliente puede escoger las naranjas que desea exprimir y obtiene un jugo 100% fresco y natural.



Un importador de Suecia comentó a Portalfruticola.com que esta tendencia está siendo cada vez más popular en las tiendas y que los consumidores realmente adoran el hecho de poder escoger su fruta y beberla inmediatamente. **Este tipo de ideas se está replicando en**

**otras frutas, no para jugos pero si para hacer al cliente parte de una experiencia, lo que revisaremos en un artículo relacionado a nuestra experiencia en Amsterdam Produce Show.**

[www.portalfruticola.com](http://www.portalfruticola.com)