

Informe comercial elaborado por el  
Consulado General de la República Argentina  
en Hamburgo, República Federal de Alemania.

## Frutas frescas en Alemania

30 de diciembre de 2021



## ÍNDICE

1. DEFINICIÓN Y EJECUCIÓN DEL PERFIL
2. POSICIÓN ARANCELARIA
3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
4. ARANCEL DE IMPORTACIÓN
5. SITUACIÓN DEL MERCADO
6. IMPORTACIONES DE ALEMANIA DE FRUTAS
  - 6.1 IMPORTACIONES ALEMANAS DE FRUTAS EN GENERAL
  - 6.2 IMPORTACIONES ALEMANAS DURANTE PERÍODOS ESTACIONALMENTE ALTOS PARA OFERTA ARGENTINA
  - 6.3 RE-EXPORTACIONES
7. NIVELES DE PRECIOS
  - 7.1 NIVEL IMPORTADOR
  - 7.2 NIVEL MINORISTA
  - 7.3 NIVEL MAYORISTA
8. CONSUMO
9. TENDENCIAS
10. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN MÁS USUALES
11. REQUISITOS DE INGRESO PARA FRUTAS Y HORTALIZAS
12. PRINCIPALES CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO
13. EMBALAJES Y FORMAS DE PRESENTACIÓN
14. PRINCIPALES ACCESOS AL MERCADO
15. FERIAS Y EXPOSICIONES ESPECIALIZADAS
16. ASOCIACIONES SECTORIALES
  - 16.1 A NIVEL ALEMÁN
  - 16.2 A NIVEL EUROPEO
17. IMPORTADORES Y AGENTES DE FRUTAS FRESCAS
18. RECOMENDACIONES PARA LOS EXPORTADORES ARGENTINOS
19. SITIOS WEB DE INTERÉS



## 1. DEFINICIÓN Y EJECUCIÓN DEL PERFIL

En apoyo a las empresas argentinas pertenecientes a los complejos de FRUTAS DE CAROZO; FRUTOS SECOS Y BERRIES; CÍTRICOS DULCES; FRUTA SDE PEPITA y LIMONES en el marco del Consejo Público Privado para la Promoción de las Exportaciones (CPPPE), se ha elaborado este perfil de mercado para dar a conocer las oportunidades concretas de negocio en el mercado alemán.

Los siguientes productos han sido seleccionados para este primer informe y, tras un análisis general, se abordan específicamente en los respectivos subcapítulos: (1) limones frescos, (2) manzanas frescas, (3) peras frescas, (4) arándanos frescos y (5) cerezas frescas.

Este perfil se centra en el canal de comercialización de la fruta fresca destinada a la venta al por menor. Se llevó a cabo una identificación selectiva y personalizada de potenciales compradores y otros socios de este segmento, con el fin de proporcionar a las empresas argentinas información y contactos relevantes y maximizar el resultado de las reuniones previstas con socios locales y/o la futura participación en ferias del sector.

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Hamburgo, sede de este Consulado General, se concentra un número considerable de importadores locales de frutas, este Consulado General ha establecido varios contactos con interlocutores del sector. A lo largo de los dos últimos dos años, ha sido posible identificar unas 40 oportunidades de negocio concretas en el sector de la fruta fresca y reunir datos basados en las expectativas y objetivos de los compradores alemanes.

Desde el punto de vista metodológico, para el presente análisis se han utilizado las posiciones arancelarias a 6 dígitos, ya que representan el nivel más específico de las estadísticas locales y también reflejan cifras fiables a nivel internacional para la realización de cruzamientos, comparaciones o contrastes de datos.

Nos referimos previamente a la situación especial de los Países Bajos, cuyo puerto de Rotterdam funciona en gran medida como puerto de reexportación de productos del hemisferio sur o de ultramar hacia la Unión Europea y, en gran medida, especialmente hacia Alemania. Sobre todo en la contraestación, que está claramente delimitada en el caso de las cerezas y los arándanos, y en el caso de frutas como los limones, que no forman parte de la oferta de exportación de los Países Bajos, las cantidades de importación asignadas a los Países Bajos deben distribuirse en correspondencia porcentual con los orígenes figuran en las estadísticas neerlandesas. En cambio, en el caso de las manzanas y las peras, esta distribución es más difícil, ya que precisamente en el caso de las manzanas hay un solapamiento con los suministros de las frutas de cultivo de Holanda procedentes de almacenes.

Para este perfil, se consideraron los valores de importación entre 2009 y 2020 y, en algunos casos, hasta 2021, si la contraestación ya había finalizado y registrado durante el año. En general, de forma similar a la evolución del comercio mundial, se observa un aumento de las cifras de importación de arándanos y cerezas en Alemania, mientras que las manzanas y las peras, por el contrario, muestran un importante descenso. Aunque se ha producido un aumento de las importaciones alemanas de limones, Argentina aún no ha podido beneficiarse de ello, al contrario que los arándanos y las cerezas.

En cuanto a las importaciones, Sudáfrica destaca como competidor directo en el caso de los limones, Nueva Zelanda, Chile y Sudáfrica en el de las manzanas, Chile en particular en el de las cerezas y Perú en el de los arándanos, con un dominio creciente.



2.1 POSICION ARANCELARIA	3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Denominación		4.1 ARANCEL (%)					
		en alemán		General	Argentina				
0805.5010	Limones (Citrus limon, Citrus limonum)	Zitronen		General	Argentina				
0805.5010.10	--- Frescos			6,40	6,40				
0805.5010.90	--- Otros								
Cuando el precio de entrada a la importación es igual o superior a:				Se aplica					
46,20 Euros / 100 Kg.				6,40 %					
45,30 Euros / 100 Kg.				6,40 % más 0,9 € / 100 kg					
44,40 Euros / 100 kg.				6,40 % más 1,8 € / 100 kg					
43,40 Euros / 100 Kg.				6,40 % más 2,7 € / 100 kg					
42,50 Euros / 100 Kg.				6,40 % más 3,7 € / 100 kg					
0,0 Euros / 100 Kg.				6,40 % más 25,6 € / 100 kg					
56,90 Euros / 100 kg (Valor de importación a tanto alzado)* Excepto Egipto (99,30 €) , Turquía (46,90 €) , Sudáfrica (24,50 €)				6,40 %					
En el caso de los limones, frescos y otros, están sujetos al arancel general del 6,4%. Sin embargo están sujetos al sistema europeo de precios de entrada. La Unión Europea fija un precio de entrada que varía durante las temporadas. Además, fija cada día con información de precios que recibe de mercados mayoristas de cada país miembro de la Unión Europea un “valor de importación a tanto alzado” (valor global general). Cuando este precio es inferior al precio de entrada, se deben abonar derechos adicionales.									
Cifras totales de importaciones									
2016		2017		2018		2019		2020	
t	1.000 \$	t	1.000 \$	T	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$
160.186	277.084	172.651	264.361	171.976	311.761	189.301	270.588	233.216	393.216
Cifra de importaciones desde Argentina									
9.067	21.188	3.392	4.885	7.029	14.228	1.860	2.849	3.872	6.624
Ranking de orígenes de importación con Cifras de Importaciones totales (2020)									
España		Sudáfrica		Italia		Turquía		Argentina	
182.368	298.578	19.307	36.679	17.460	32.198	4.047	3.135	3.872	6.624
Países competidores con régimen preferencial									
España		Italia							
0 % - UE-27		0 % - UE 27							

\* La Unión Europea fija cada día, con información de precios que recibe de mercados mayoristas de cada país miembro de la Unión Europea, un “valor de importación a tanto alzado” (valor global general) para cada país proveedor. Este valor general se aplica cuando el precio no se declara en la importación.



2.2 POSICION ARANCELARIA	3.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Denominación	4.2 ARANCEL (%)						
		en alemán							
0808.10	Manzanas	Äpfel	General	Argentina					
0808.1080	-- No a granel								
0808.1080.100	--- Manzanas para sidra		9,0	9,0					
0808.1080.200	--- Manzanas de mesa de la variedad Fuji								
0808.1080.900	--- Manzanas de mesa de otras variedades								
Cuando el precio de entrada a la importación es igual o superior a:			Se aplica						
45,70 Euros / 100 kg			9,0 %						
44,80 Euros / 100 kg			11,2 % más 0,9 € / 100 kg						
43,90 Euros / 100 kg			11,2 % más 1,8 € / 100 kg						
43,00 Euros / 100 kg			11,2 % más 2,7 € / 100 kg						
42,00 Euros / 100 kg			11,2 % más 3,7 € / 100 kg						
00,00 Euros / 100 kg			11,2 % más 23,8 € / 100 kg						
118,30 Euros / 100 kg (Valor de importación a tanto alzado) * Excepto Chile (100,10 €) , Nueva Zelanda (171,00 €), Africa del Sur (83,70 €)			9,0 %						
En el caso de las manzanas, la Argentina no goza de preferencia arancelaria, sino que está sujeto al arancel general del 9% cuando el precio de entrada es igual o superior a 45,70 Euros por 100 kg, precio de entrada determinado de acuerdo al sistema europeo de precios de entrada con el cual la Unión Europea fija precios de entrada que varían durante las temporadas. El precio de entrada de Euros 45,70 por 100 kg. indicado rige en el período del 1 de agosto de 2021 al 31 de diciembre de 2021. Cuando el precio declarado en la factura de importación es inferior al precio de entrada, se aplica un arancel general del 11,2% y se deben abonar además derechos adicionales de acuerdo a la tabla superior.									
<b>Cifras totales de importaciones</b>									
2016		2017		2018		2019		2020	
t	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$
519.781	499.329	629.356	638.701	555.601	715.220	494.795	470.795	550.252	638.195
<b>Cifra de importaciones desde Argentina</b>									
2.441	4.853	2.033	3.741	7.470	14.625	3.793	5.709	5.291	10.050
<b>Ranking de orígenes de importación con Cifras de Importaciones totales (2020)</b>									
Italia		Holanda		Francia		Polonia		Chile	
232.214	272.833	73.704	65.738	49.343	67.718	43.928	15.210	36.125	64.003
<b>Países competidores con régimen preferencial</b>									
Italia		Holanda		Francia		Polonia		Chile	
0 % (UE-27)		0 % (UE-27)		0 % (UE-27)		0 % (UE-27)		0 % (más derechos)	


\* La Unión Europea fija cada día, con información de precios que recibe de mercados mayoristas de cada país miembro de la Unión Europea, un "valor de importación a tanto alzado" (valor global general) para cada país proveedor. Este valor general se aplica cuando el precio no se declara en la importación.

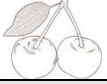


2.3 POSICION ARANCELARIA	3.3 DESCRIPCION DEL PRODUCTO		Denominación	4.3 ARANCEL (%)					
			en alemán						
0808.30		Peras	Birnen	General	Argentina				
0808.3010.000	--	Peras para la producción de jugos, a granel, del 1 de agosto al 31 de diciembre		7,20	7,20				
Se aplica un arancel de 7,20% sobre el precio de entrada declarado que deben ser mínimo 0,36 Euros por 100 kg.									
0808.3090	--	Otras							
0808.3090.100	---	De la variedad Nashi (Pyrus pyrifolia), Ya (Pyrus bretschneideri)							
0808.3090.900	---	Las demás (variedades)		10,4	10,4				
Cuando el precio de entrada a la importación es igual o superior a:				Se aplica					
51,00 Euros / 100 kg				10,4 %					
50,00 Euros / 100 kg				10,4 % más 1 € / 100 kg					
49,00 Euros / 100 kg				10,4 % más 2 € / 100 kg					
47,90 Euros / 100 kg				10,4 % más 3,1 € / 100 kg					
46,90 Euros / 100 kg				10,4 % más 4,1 € / 100 kg					
00,00 Euros / 100 kg				10,4 % más 23,8 € / 100 kg					
77,20 Euros / 100 kg (Valor de importación a tanto alzado)* Excepto China (93,1 €) y EE.UU. (201,1€)				10,4 %					
En el caso de las peras, la Argentina no goza de preferencia arancelaria, sino que está sujeto al arancel general del 10,4% cuando el precio de entrada es igual o superior a 51,00 Euros por 100 kg, precio de entrada determinado de acuerdo al sistema europeo de precios de entrada con el cual la Unión Europea fija precios de entrada que varían durante las temporadas. El precio de entrada de Euros 51,00 por 100 kg. indicado rige en el período del 1 de noviembre al 31 de diciembre de 2021. Cuando el precio declarado en la factura de importación es inferior a ese precio de entrada, se aplica el mismo arancel general del 10,4% y se deben abonar además derechos adicionales de acuerdo a la tabla superior.									
<b>Cifras totales de importaciones</b>									
2016		2017		2018		2019		2020	
t	1.000 \$	T	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$
168.947	222.302	169.614	236.094	166.861	238.400	157.324	203.325	157.616	238.672
<b>Cifra de importaciones desde Argentina</b>									
7.434	11.203	5.259	9.225	5.855	10.987	6.056	11.333	4.940	9.580
<b>Ranking de orígenes de importación con Cifras de Importaciones totales (2020)</b>									
Holanda		Italia		Bélgica		Sudáfrica		Chile	
50.377	70.009	34.768	62.512	19.502	21.416	13.266	22.156	10.807	20.078
<b>Países competidores con régimen preferencial</b>									
Holanda		Italia		Bélgica		Chile			
0 % (UE-27)		0 % (UE-27)		0 % (UE-27)		0 % (más derechos)			

\* La Unión Europea fija cada día, con información de precios que recibe de mercados mayoristas de cada país miembro de la Unión Europea, un "valor de importación a tanto alzado" (valor global general) para cada país proveedor. Este valor general se aplica cuando el precio no se declara en la importación.



2.4 POSICION ARANCELARIA	3.4 DESCRIPCION DEL PRODUCTO		Denominación		4.4 ARANCEL (%)					
			en alemán		General	Argentina				
	 Arándanos frescos		Blaubeeren		General	Argentina				
0810.4030.000	--	Frutos del Vaccinium myrtillus (arándanos, mirtilos)		3,20	3,20					
En el caso de los arándanos, la Argentina no goza de preferencia arancelaria, sino que está sujeto al arancel general del 3,2 %.										
Cifras totales de importaciones										
2016		2017		2018		2019		2020		
t	1.000 \$	T	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$	
18.660	138.275	28.235	186.460	36.038	262.289	54.205	332.157	56.062	379.553	
Cifra de importaciones desde Argentina										
324	4.049	366	4.298	593	5.340	999	10.066	554	5.880	
Ranking de orígenes de importación con Cifras de Importaciones totales (2020)										
España		Perú		Polonia		Marruecos		Chile		
17.510	113.623	9.780	76.383	7.949	54.206	7.710	42.561	3.734	25.237	
Países competidores con régimen preferencial										
Perú		Chile		Sudáfrica		Uruguay		Marruecos		
0 %		0 %		0 %		No tiene		0 %		

2.5 POSICION ARANCELARIA	3.5 DESCRIPCION DEL PRODUCTO		Denominación		4.5 ARANCEL (%)					
			en alemán		General	Argentina				
	 Cerezas		Kirschen		General	Argentina				
0809.2900	--	Cerezas de mesa		12,0	12,0					
En el caso de las cerezas, la Argentina no goza de preferencia arancelaria, sino que está sujeto al arancel general del 12,0 %.										
Cifras totales de importaciones										
2016		2017		2018		2019		2020		
t	1.000 \$	T	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$	t	1.000 \$	
45.426	162.690	51.469	194.748	44.751	160.735	48.825	167.293	50.043	186.922	
Cifra de importaciones desde Argentina										
10	49	16	104	41	320	13	113	6	47	
Ranking de orígenes de importación con Cifras de Importaciones totales (2020)										
Turquía		Grecia		España		Italia		Holanda		
29.165	108.681	10.559	36.020	3.597	14.469	2.791	16.512	1.222	6.008	
Países competidores con régimen preferencial										
Turquía		Chile		Sudáfrica		Uruguay		Marruecos		
0 %		0 %		0 %		No tiene		0 %		

Cifras de diciembre de 2021. Consultar en:

► [http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=es](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es)



## 5. SITUACIÓN DEL MERCADO

Alemania tiene un mercado amplio y maduro, con una demanda estable de la mayoría de las frutas y hortalizas frescas. Con una población de 83,1 millones de habitantes (casi el 19% de la población de la UE-27), Alemania es el mayor mercado de consumo de Europa, tanto en términos de magnitud de la población como de poder adquisitivo. En 2020, las empresas alemanas importaron un valor total de 12,4 mil millones de euros en frutas y verduras frescas, lo que representa más del 20% de todos los productos hortifrutícolas frescos importados en Europa. La importación desde países extracomunitarios se valoró en 3,5 mil millones de euros.

Alemania también es un mercado importante para la fruta fresca debido a su bajo nivel de autoabastecimiento. El 80% de la fruta que se consume tiene que ser importada. Por supuesto, hay diferencias de un tipo de fruta a otro, que se examinarán en detalle en el capítulo 7. sobre el consumo.

Otro aspecto importante es que Alemania es el mayor mercado de consumo de alimentos ecológicos, con un 29 % del total de las ventas minoristas de productos ecológicos en la Unión Europea en 2019. Por otro lado, a la hora de enfocar Alemania como destino final, hay que tener en cuenta no solamente en el segmento orgánico que es uno de los países más estrictos en cuanto a seguridad alimentaria y atención a los residuos de pesticidas, para los que hay tolerancia cero.

Alemania tiene un consumo medio de frutas y hortalizas frescas: el 54,8% de los alemanes consume una o más raciones al día y el presupuesto medio mensual es de 131 euros, según un estudio de consumo. Las frutas más populares que suelen formar parte de la dieta habitual de los alemanes son las manzanas, los plátanos, las naranjas y las uvas de mesa.

Los productos más cultivados en la horticultura alemana son las zanahorias, las coles, las cebollas y las manzanas. Además de estos productos, también existe una producción competitiva en categorías más pequeñas como

- berries (30-40 mil toneladas, principalmente arándanos y grosellas)
- ciruelas (30-60 mil toneladas, ciruelas damascenas, ciruelas mirabel, ciruelas verdes)
- cerezas (25-50 mil toneladas, principalmente dulces)

Sin embargo, la producción nacional no es suficiente para satisfacer toda la demanda, lo que convierte a Alemania en un importador neto de prácticamente todas las frutas y hortalizas, a excepción de las papas. Esto significa que Alemania es uno de los principales países de destino para frutas y verduras en Europa.

### Efectos de COVID-19

COVID-19 cambió toda la dinámica del comercio de frutas y verduras frescas. La logística internacional se hizo más difícil y los países de la Unión Europea se volvieron más nacionalistas. La demanda se satisfizo localmente en la medida de lo posible. Sin embargo, los suministros locales no siempre se han satisfecho adecuadamente debido a la escasez de personal durante la cosecha y a las condiciones meteorológicas adversas que afectaron a los resultados de la misma. En consecuencia, los precios subieron, como muestran las estadísticas comerciales. Otra razón fueron los costes logísticos internacionales, que aumentaron significativamente debido a la limitada disponibilidad de contenedores y a la subida de las tarifas de los fletes aéreos. La recuperación de la logística internacional es fundamental para un suministro sólido de los países extracomunitarios en los próximos años.





Sin perjuicio a ello, la importación de fruta fresca siguió aumentando en 2020, tanto en volumen como en valor. A pesar de las dificultades de la COVID-19, los exportadores e importadores hicieron todo lo posible para mantener el comercio de fruta fresca. Esto no fue posible para todos los productos. Las naranjas, las mandarinas, las paltas y los arándanos se importaron en mayores cantidades en comparación con 2019, mientras que las piñas y las sandías disminuyeron.

Los precios de importación de la fruta han aumentado ya desde un descenso excepcional en 2018. Los productos más demandados, como los plátanos, los cítricos, las uvas, las paltas y los mangos, son los que más influyen en la evolución del precio medio. El aumento del valor de los productos puede atribuirse al incremento de los costes de producción, a una mayor proporción de productos valiosos, a la fluctuación de los tipos de cambio y a la creciente complejidad de abastecerse y cumplir con los requisitos europeos, cada vez más estrictos. La mayoría de los precios siguieron aumentando en 2020/2021 debido a una fuerte demanda y al aumento de los costes logísticos en tiempos de COVID-19.

El aumento del valor de las importaciones y la creciente proporción de productos de alto valor son favorables para los exportadores, pero es importante anticiparse a los requisitos más estrictos de los compradores y a las circunstancias adversas del clima y las divisas. A largo plazo, cabe esperar que los precios y el valor de las importaciones aumenten gradualmente, pero siempre habrá momentos en los que las carencias temporales o el exceso de oferta presionen sobre los acuerdos contractuales o los márgenes.

Teniendo en cuenta la posibilidad que tiene Alemania de comprar frutas de los países europeos, la importación de los países extracomunitarios se refiere principalmente a los periodos de contraestación.

## 6. IMPORTACIONES DE ALEMANIA DE FRUTAS

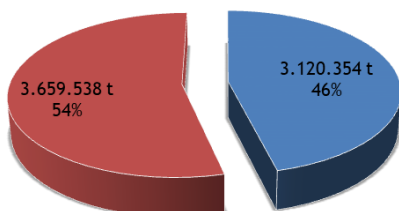
En primer lugar, examinamos las cifras del mercado total de frutas frescas y frutos secos del capítulo 08 y, a continuación, examinamos específicamente los segmentos individuales en los periodos de comercialización de las frutas del hemisferio sur y específicamente de las de la oferta argentina.



## 6.1 IMPORTACIONES ALEMANAS DE FRUTAS EN GENERAL

Capítulo TARIC 08 (en toneladas) y cuotas											
País (Ø part. 16-20 en t)	2016		2017		2018		2019		2020		Var. 16/20 en t
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	
España (27%)	1.737.855	2.188.496	1.827.818	2.347.053	1.797.797	2.578.144	1.857.157	2.417.379	1.880.294	2.898.625	8,2 %
Italia (12%)	858.243	1.254.015	918.770	1.402.450	812.601	1.304.295	753.671	1.098.361	772.578	1.235.766	-10,0 %
Costa Rica (7%)	436.975	362.398	432.705	344.128	462.503	395.288	464.922	379.318	486.123	418.466	11,2 %
Ecuador (6,1%)	490.452	292.327	421.255	265.518	405.986	270.459	384.351	268.585	346.743	240.487	-29,3 %
Colombia (5,6%)	363.528	300.997	463.638	373.065	367.598	313.058	347.605	286.078	344.917	294.484	-5,1 %
Holanda (4,3%)	287.879	514.057	251.298	501.097	267.059	599.603	313.766	592.948	319.981	685.899	11,2 %
Polonia (4,2%)	282.723	265.704	330.505	318.090	308.378	317.585	249.044	287.179	248.335	323.401	-12,2 %
Turquía (3,1%)	192.661	669.466	196.174	634.987	212.496	649.953	216.122	685.392	220.874	758.638	14,6 %
Sudáfrica (2,7%)	173.786	308.036	160.353	322.608	183.241	428.361	170.043	377.838	199.828	438.248	15,0 %
EE.UU. (2,4%)	140.604	916.740	158.826	953.327	150.921	1.008.199	172.796	1.054.981	187.798	1.117.903	33,6 %
Perú (1,8%)	105.040	189.912	124.972	233.296	145.328	303.520	113.844	267.280	128.479	312.771	22,3 %
Grecia (1,7%)	123.766	130.259	105.547	136.758	100.372	130.017	108.704	131.017	120.694	188.773	-2,5 %
Brasil (1,6%)	91.055	177.460	93.287	188.160	117.077	231.653	117.340	227.452	115.247	226.471	26,6 %
Rep.Dom.(1%)	59.694	76.269	52.538	63.803	51.549	61.351	93.495	99.979	108.222	116.852	81,3 %
Chile (1,6%)	90.351	239.289	107.834	328.934	121.040	363.229	93.455	294.171	107.677	320.773	19,2 %
Francia (1,6%)	115.176	218.499	133.031	225.901	95.851	193.407	84.475	152.157	89.288	168.731	-22,5 %
Bélgica (1,3%)	98.942	115.878	78.633	97.890	70.471	96.715	103.517	91.567	88.872	118.958	-10,2 %
Argentina* (0,3)	22.612	55.157	13.715	32.953	23.729	56.965	14.928	39.076	16.673	39.865	-26,3 %
Subtotal	3.933.486	6.086.463	5.870.899	8.770.018	5.693.997	9.301.802	5.659.234	8.750.758	5.765.951	9.865.246	46,6 %
Total	6.485.910	10.376.045	6.863.592	11.293.256	6.600.009	11.847.515	6.676.553	11.240.876	6.779.884	12.613.588	4,5 %

■ Extra UE28 ■ Total UE28



### Principales proveedores de Alemania

UE-28 (toneladas en 2020)	Extra UE-28
España: 1.880.294 t	Costa Rica: 486.123 t
Italia: 772.578 t	Ecuador: 346.743 t
Holanda: 319.981 t	Colombia: 344.917 t
Polonia: 248.335 t	Turquía: 220.874 t
Grecia: 120.694 t	Sudáfrica: 199.828 t
Francia: 89.288 t	EE.UU.: 187.798 t
Bélgica: 88.872 t	Perú: 128.479 t
Total UE-28: 3.659.538 t	Total Extra UE-28: 3.120.354 t

Fuente: Oficina Federal de Estadísticas ([www.destatis.de](http://www.destatis.de)) - \* Pos. Argentina: 2020 (38), 2019 (37), 2018 (29), 2017 (38), 2016 (29)

Como se observa en la tabla anterior, las importaciones alemanas de fruta aumentaron un 4,5% (en unidades de peso) en 2020 respecto a 2016, siendo España, con diferencia, el primer proveedor del mercado alemán con una variación del 8,2% (en unidades de peso) respecto a 2016 y una cuota media del 27% del volumen total. Los siguientes países proveedores de fruta son Italia, Costa Rica, Ecuador, Colombia y los Países Bajos. En cuanto al mercado total de frutas y frutos secos (Taric 08), Argentina juega un papel subordinado y tiene una cuota total de sólo el 0,3%. Además, se observa un fuerte descenso del volumen y también del valor de las importaciones durante el periodo de cinco años.



En general, el sector alemán de la fruta fresca prefiere abastecerse de productores locales o cercanos de países europeos, y España es el principal proveedor de cítricos, bayas, pimientos y tomates para el país germano, así como para muchos otros países del norte de Europa. Según Eurostat, **España** es, con diferencia, el país con mayor superficie de cultivo de frutas de la UE, lo que refleja su importancia como productor cercano de productos hortofrutícolas.

**Italia** desempeña un papel similar al de España, pero en lugar de cítricos suministra a Alemania principalmente manzanas y uvas frescas.

Alrededor del 23% de las importaciones alemanas de fruta proceden de los **Países Bajos**, aunque hay que tener en cuenta que una parte importante de la fruta holandesa se importa originalmente a la UE desde terceros países. Y es que, aunque los Países Bajos también exportan productos frescos directamente a Alemania, sobre todo peras y hortalizas como tomates, pimientos y cebollas, el país vecino desempeña un papel logístico y comercial sobre todo en el suministro y la reexportación de productos procedentes de ultramar.

Las **importaciones de ultramar** se centran principalmente en las frutas tropicales y en el suministro de ventanas que se abren cuando la producción en Europa es baja. Los mayores proveedores no europeos son:

**Ecuador, Costa Rica y Colombia:** proveedores típicos de las principales frutas tropicales como el plátano y la piña (principalmente Costa Rica). Colombia también tiene una creciente exportación de paltas y frutas exóticas.

**Perú, Chile, Nueva Zelanda y Sudáfrica:** son proveedores típicos de contraestación con patrones similares a los de Argentina. Perú tiene proyectos de producción a gran escala y utiliza diferentes zonas climáticas para alargar la temporada. Sudáfrica compite en la misma ventana con productos similares como cítricos, uvas y paltas, entre otras frutas.

**Marruecos, Egipto, Túnez y Turquía:** países competitivos en precio y con la ventaja de estar cerca de Europa. Estos países son ideales para que los mercados europeos compren hortalizas fuera de temporada, así como frutos rojos, uvas, melones y cítricos. Turquía está en el mercado alemán con fruta de carozo, uvas frescas e higos. Marruecos es, con diferencia, el principal proveedor de hortalizas a Europa. Túnez está reforzando su posición como proveedor de dátiles;

**Kenia y Guatemala:** Kenia está aumentando sus volúmenes especialmente en paltas y judías. Guatemala tiene un acuerdo comercial con Europa y una exitosa expansión de las exportaciones de plátano, paltas y limas.



## 6.2 IMPORTACIONES ALEMANAS DURANTE PERÍODOS ESTACIONALMENTE ALTOS PARA OFERTA ARGENTINA

Respecto a Argentina, Alemania ofrece oportunidades para algunas variedades en contraestación, y especialmente cuando la producción europea se ve reducida por circunstancias climáticas. Los períodos de comercialización en las que las variedades de fruta argentinas pueden posicionarse en el mercado alemán están, por supuesto, relacionadas, por un lado, con la disponibilidad en la propia Argentina y, por otro, con la disponibilidad de la cosecha alemana y de la europea, tanto almacenada (especialmente en el caso de las manzanas y las peras) como de las mercancías procedentes de la cosecha fresca alemana y/o europea.

Panorama con los tiempos de cosecha en Argentina, los tiempos de demanda en el mercado alemán y los tiempos en los que se recomienda mantener conversaciones comerciales.

Variedad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Noviem.	Diciemb.
Limones	O O O	O O O	O O O	O O OX	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X
Eureka	O O O	O O O	O O O	O O O	X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X
Lisboa	O O O	O O O	O O O	O O O		X	X X X	X X X	X X X			
Genova	O O O	O O O	O O O	X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X			
Limoneira	O O O	O O O	O O O	O O O		X X	X X X					
Manzanas	O O O	O O O	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X O
Royal Gala	O O X	X X X	X X X	X X X	X X X							
Red Delicious	O O O	X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X
Golden D	O O O	X X	X X X	X X X	X X X	X X X						
Red Star	O O O	X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X		
Granny Smith	O O O		X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X
Fuji	O O O		X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X
Peras	O O O	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	O O O	O O O	O O O
William's	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X				O O O	O O O	O O O
Red Bartlett		X	X X X	X X X	X X X	X X					O O O	O O O
D'Anjou	O O O	X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X	O O O	O O O
Red D'Anjou	O O O	X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X	O O O	O O O
Pack. Triumph	O O O	X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	O O O	O O O
Abate Fetel	O O O	X X	X X X	X X X	X X						O O O	O O O
Beurre Bosc	O O O	X	X X X	X X X	X X X	X X					O O O	O O O
Winter Bartlett	O O O	X	X X X	X X X	X X X	X					O O O	O O O
Asian	O O O		X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	X X X	O O O	O O O
Arándanos						O O O	O O O		X X X	X X X	X X X	X X X
O'Neal						O O O	O O O			X X X		
Misty						O O O	O O O		X X X	X X X		
Sharpblue						O O O	O O O		X X X	X X X		
Climax						O O O	O O O				X X X	
Cerezas	X X								O O O		X X X	X X X
Bing	X X								O O O		X X	X X X
Early Bing									O O O	X X	X X X	
Burlat									O O O		X X X	X
Napolitaner	X X X	X							O O O		X X X	X X X
Rainier	X X								O O O		X X X	X X X
Stella									O O O		X X X	X X
Tartarian									O O O			X X
Inglesa tempr.									O O O	X X		
Van	X								O O O			X X X

Fuente: Panorama propio basado en la experiencia e información obtenida de productores, importadores alemanes y datos de mercado. Puede haber desviaciones en casos puntuales, ya que el desarrollo de variedades avanza continuamente y el mercado alemán también evoluciona de forma dinámica debido a la pandemia y a los desafíos climáticos.

O = Oportunidades comerciales: Período para realizar negociaciones comerciales.

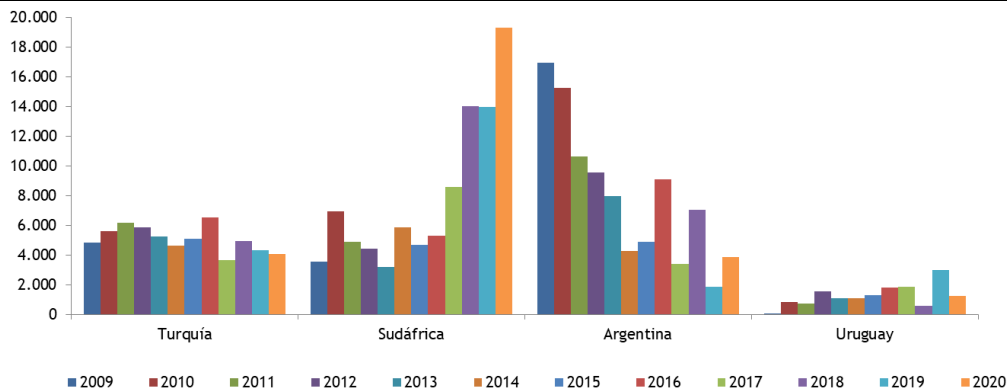
X = Época de la cosecha argentina - disponibilidad del producto argentino para el mercado alemán.

Fondo amarillo - momento de la demanda principal en el mercado alemán, entre más oscuro el color, más volumen de mercancías argentinas en el mercado local.



Pais proveedor	6.2.1 Importaciones alemanas de limones (Pos.Taric 0805.5010) Cifras del período junio - octubre (temporada oferta argentina)										Part.% Peso t jun-oct 2021	Var.% Peso t 5 años jun-oct
	2017		2018		2019		2020		2021			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
España	45.932	76.958	35.432	77.523	53.604	74.132	64.754	121.091	45.976	83.268	63,8	0,10
Sudáfrica	8.107	15.935	13.580	31.485	13.679	22.900	17.535	33.835	14.846	25.612	20,6	83,13
Italia	2.738	5.040	3.571	7.605	3.744	5.436	2.618	5.814	2.377	4.329	3,3	- 13,18
Holanda	1.951	4.832	3.046	7.933	2.194	4.774	1.734	4.840	2.726	6.911	3,8	39,72
Uruguay	1.951	2.760	526	918	2.852	3.162	1.240	1.810	1.785	2.212	2,5	- 8,51
Argentina	3.278	4.720	6.900	13.992	1.799	2.779	3.756	6.450	2.571	3.702	3,6	- 21,57
Turquía	1.300	1.358	1.845	1.838	408	396	682	661	699	480	1,0	- 46,23
Subtotal	65.257	111.603	64.900	141.294	78.280	113.579	92.319	174.501	70.980	126.514	98,5	8,77
Total jun-oct	67.018	115.783	66.600	146.040	79.784	117.715	93.497	178.708	72.039	129.779	100,0	7,49
Pais Proveedor	Cifras de todo el año										Part.% Peso t 2020	Var.% Peso t 5 años
	2016		2017		2018		2019		2020			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
España	116.202	193.398	135.830	202.176	122.564	215.392	142.366	197.257	182.368	298.578	78,2	56,94
Sudáfrica	5.288	11.446	8.557	16.963	14.016	32.279	13.941	23.353	19.307	36.679	8,3	265,11
Italia	14.930	26.248	13.865	21.843	15.778	26.646	16.419	24.233	17.460	32.198	7,5	16,95
Argentina	9.067	21.188	3.392	4.885	7.029	14.228	1.860	2.849	3.872	6.624	1,7	- 57,30
Holanda	2.273	5.323	2.926	6.769	4.012	9.868	3.957	7.998	2.629	6.928	1,1	15,66
Uruguay	1.787	4.487	1.846	2.880	590	1.010	2.995	3.308	1.252	1.822	0,5	- 29,94
Turquía	6.547	4.941	3.663	3.233	4.932	4.410	4.343	2.813	4.047	3.135	1,7	- 38,19
Subtotal	156.093	267.031	170.078	258.749	168.921	303.833	185.881	261.811	230.935	385.964	99,0	47,95
Total año	160.186	277.084	172.651	264.361	171.976	311.761	189.301	270.588	233.216	393.216	100,0	45,59

Importaciones de países extra-UE (toneladas)



Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)

El principal exportador de limones para Alemania es España, satisfaciendo casi un 67 % de la demanda total (63,8 % durante la temporada de la oferta del hemisferio sur), seguido por Sudáfrica e Italia. Juntamente, estos tres países son responsables para 82 % del mercado total.

En agosto de 2020, la Comisión Europea decidió suspender las importaciones de cítricos procedentes de Argentina porque se había encontrado el organismo nocivo *Phyllosticta citricarpa* (mancha negra de los cítricos CBS) en partidas procedentes de Argentina. La prohibición de importación afectaba a los limones y las naranjas de los números arancelarios 0805.5010, 0805.1022, 0805.1024, 0805.1028 y 0805.1080 y se limitaba hasta el 30 de abril de 2021. Las autoridades europeas justificaron su decisión con el riesgo para su propio estatus fitosanitario. Esta situación creó complicaciones para los citricultores argentinos, ya que el mercado europeo normalmente absorbe el 70% de las exportaciones nacionales. Ahora era necesario cubrir destinos alternativos, como Estados Unidos y China. La prohibición de importación se levantó el 1 de mayo de 2021, poco antes de la nueva temporada. Con el objetivo de prevenir la introducción de la plaga en la Unión Europea, se introdujeron a partir de entonces mediante el Decisión de ejecución (UE) 2021/682 medidas basadas en el riesgo para las importaciones, como el registro de los campos de producción, los códigos de trazabilidad, las inspecciones oficiales in situ y el aumento de los muestreos.

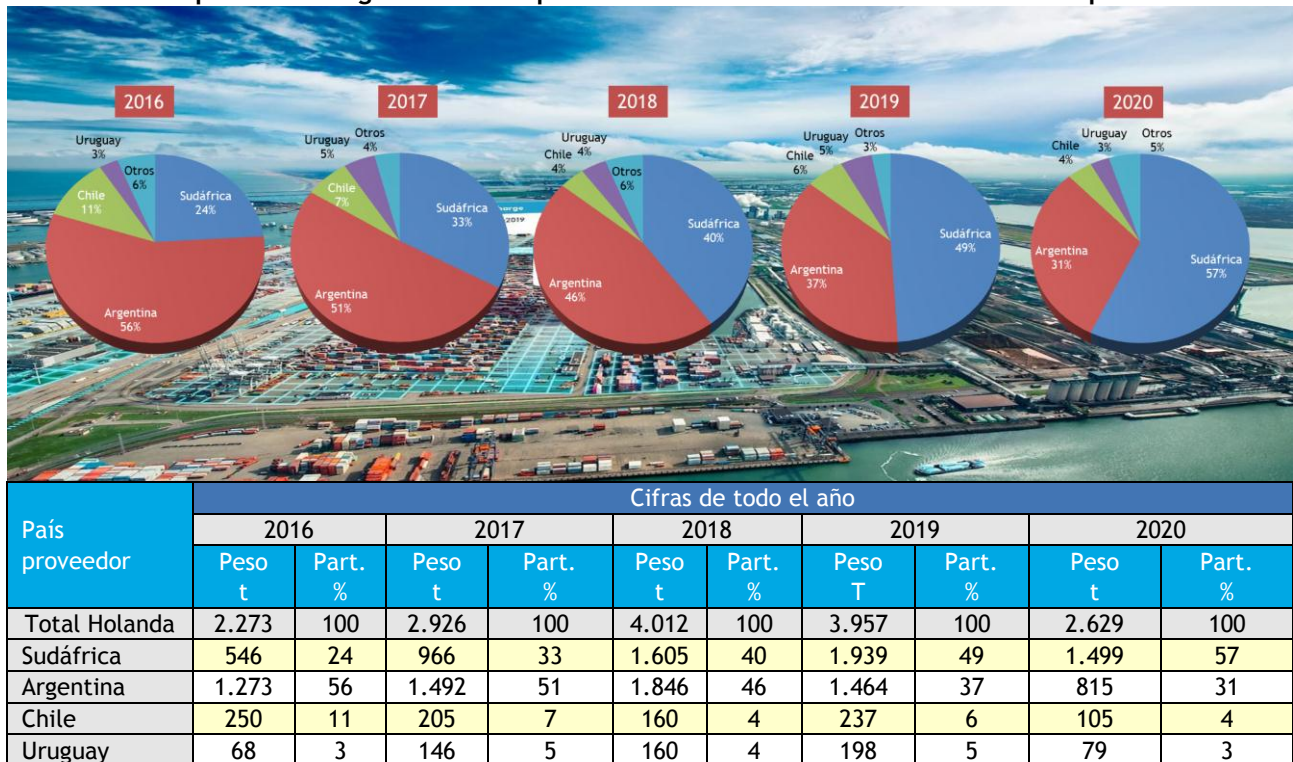


Sin embargo, los requisitos ponen a los proveedores argentinos en clara desventaja en el mercado y pueden considerarse una barrera para el acceso a ese mercado. Por ejemplo, el reglamento estipula que si se detecta el organismo nocivo en un envío de mercancías, se suspenden todos los limones de la unidad de producción, incluso los que ya están en la ruta marítima después de haber pasado la inspección. Esto supone un riesgo considerable para los exportadores.

Se destaca que las exportaciones argentinas de limones, como toda la oferta frutícola, ya se vieron afectadas por la exclusión del país del Sistema General de Preferencias en 2013. Mientras que del 2010 al 2013 Argentina se posicionaba detrás de España e Italia cubriendo el 12% de las importaciones alemanas en 2010, el 8% en 2011, el 7% en 2012 y el 6% en el 2013, cayó al 3% en los años 2014 y 2015. En el año 2016 y 2018 se vislumbraron aumentos alcanzando porcentajes más elevados debido a las malas cosechas de los países competidores, en este caso Turquía y Sudáfrica. En el año 2017 la Argentina alcanzó a satisfacer el 2% de las importaciones alemanas de limones y en 2020 sólo el 1,7 del total importado.

Las cifras atribuidas a Holanda en las estadísticas se deben a los orígenes en el hemisferio sur, ya que el país vecino de Alemania no tiene producción de cítricos. Las importaciones de limones de Holanda procedentes de países extracomunitarios se distribuyen en términos porcentuales de la siguiente manera.

**Gráfico: Participación de orígenes en la importación holandesa de limones de terceros países.**



Fuente: Eurostat (pos.ar. 0805.5010) - <https://trade.ec.europa.eu>

Según los datos de EUROSTAT, las importaciones holandesas de limones de los últimos años proceden principalmente de Sudáfrica, Argentina, Chile y Uruguay y se importan a través del puerto de Rotterdam. Este "efecto Rotterdam" no se refleja plenamente en las estadísticas oficiales de comercio exterior. Por lo tanto, las toneladas registradas para las importaciones procedentes de los Holanda deberían transferirse aún a las cantidades registradas para las importaciones procedentes de los países mencionados según su cuota de ponderación.



Las naranjas son una de las frutas más importantes para los consumidores europeos. El valor y los precios de las importaciones de naranjas fueron excepcionalmente altos en 2020, debido principalmente a la demanda de vitamina C durante la COVID-19. Los consumidores europeos demandarán más naranjas frescas en lugar de jugos preparados. Esto podría crear más espacio para el suministro externo en un futuro próximo

Esto depende en parte de la ampliación de la producción y la mejora de las variedades en España que es el productor más importante de Europa y sigue ejerciendo una gran influencia en el mercado europeo. El país proveedor más importante de naranjas fuera de Europa es Sudáfrica, un proveedor de contraestación con una cuota de valor de casi el 60% de las importaciones. Egipto es el segundo proveedor y está en alza con un aumento del valor del % hasta los 206 millones de euros en 2020. Los productores egipcios son competitivos en cuanto a precios y pueden seguir el ritmo de la producción española en una temporada de solapamiento. En general, cabe esperar fluctuaciones en el valor comercial de las naranjas, en función de la evolución de la temporada y la producción.

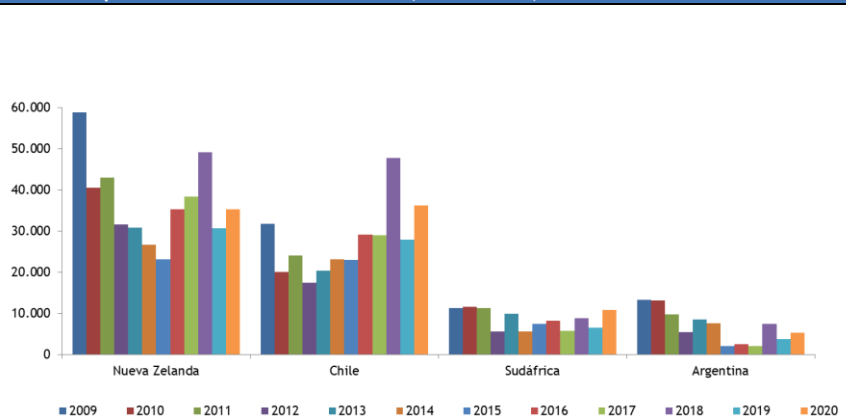
País Proveedor	6.2.2 Importaciones alemanas de manzanas (Pos.Taric 0808.1080)										Part.% Peso t mar-oct 2021	Var.% Peso t 5 años jun-oct
	Cifras del período marzo - octubre (temporada oferta argentina)											
	2017		2018		2019		2020		2021			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
Italia	171.086	170.296	117.134	161.627	119.786	120.135	149.805	171.386	133.559	171.249	38,7	- 21,93
Polonia	55.049	15.473	40.988	19.076	23.886	6.449	27.284	9.397	48.566	12.868	14,1	- 11,78
Holanda	47.258	48.182	46.184	56.543	47.217	33.072	54.382	52.329	31.672	39.546	9,2	- 32,98
Nue. Zelanda	35.471	59.116	47.911	82.991	29.742	43.485	34.430	56.382	22.362	38.779	6,5	- 36,96
Francia	32.312	38.086	23.550	36.452	27.590	27.989	31.034	41.189	22.121	37.253	6,4	- 31,54
Chile	28.525	51.432	47.336	87.305	27.420	47.606	35.734	63.265	37.853	71.245	11,0	32,70
Bélgica	25.994	27.762	19.794	24.590	20.934	14.765	23.794	26.570	10.434	15.938	3,0	- 59,86
Austria	8.050	8.100	10.928	17.134	25.149	13.903	11.535	14.545	10.747	12.148	3,1	33,50
Sudáfrica	5.567	7.844	8.714	13.334	6.346	9.687	10.717	16.220	13.095	20.937	3,8	135,23
Argentina	2.032	3.738	7.415	14.523	3.789	5.703	5.247	9.978	3.716	6.966	1,1	82,87
Subtotal	411.344	430.029	369.954	513.575	331.859	322.794	383.962	461.261	334.125	426.929	96,8	- 18,77
Total mar-oct	434.029	445.843	394.201	531.751	347.216	335.975	394.042	473.219	345.313	438.266	100,0	- 20,44

País Proveedor	Cifras de todo el año										Part.% Peso t 2020	Var.% Peso t 5 años
	2016		2017		2018		2019		2020			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
Italia	205.132	216.680	273.710	290.210	202.081	275.308	192.533	202.436	232.214	272.833	42,2	13,20
Polonia	59.445	10.595	88.021	25.187	57.807	25.792	43.274	11.685	43.928	15.210	8,0	- 26,10
Holanda	62.092	39.025	64.597	63.601	64.181	71.959	64.672	45.200	73.704	65.738	13,4	18,70
Nue. Zelanda	35.231	58.259	38.336	66.380	49.138	85.310	30.709	45.359	35.279	57.907	6,4	0,14
Francia	45.757	56.301	49.603	60.032	41.104	63.487	39.903	45.255	49.343	67.718	9,0	7,84
Chile	29.146	49.542	28.966	52.416	47.731	87.887	27.893	48.341	36.125	64.003	6,6	23,94
Bélgica	33.812	23.166	34.940	32.349	26.606	26.889	29.987	17.319	29.100	30.466	5,3	- 13,94
Austria	18.207	16.154	12.293	12.034	17.542	24.185	33.208	19.339	15.615	18.538	2,8	- 14,24
Sudáfrica	8.122	10.100	5.755	8.134	8.860	13.511	6.518	9.935	10.833	16.381	2,0	33,38
Argentina	2.441	4.853	2.033	3.741	7.470	14.625	3.793	5.709	5.291	10.050	1,0	116,76
Subtotal	499.385	484.675	598.254	614.084	522.517	688.953	472.490	450.578	531.431	618.844	96,6	126,33
Total por año	519.781	499.329	629.356	638.701	555.601	715.220	494.795	470.795	550.252	638.195	100,0	5,86

### Importaciones de países del hemisferio sur (toneladas)

Las manzanas se cultivan en grandes cantidades en Alemania y también en otros países europeos. Desde la cosecha local en septiembre hasta mayo, apenas se importan manzanas a Alemania. Incluso entre junio y la siguiente cosecha en septiembre, se puede vender la mercancía almacenada localmente en cámaras frigoríficas, pero el volumen de esa mercancía va disminuyendo paulatinamente y los costes de almacenamiento y también la huella de CO2, cada vez más importante, aumentan con la duración del periodo de almacenamiento. Por lo tanto, el periodo comprendido entre junio y la siguiente cosecha en septiembre es normalmente el momento de mayor demanda de productos procedentes de terceros países.



Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)



**Tabla: Temporadas de suministro de manzanas en Europa**

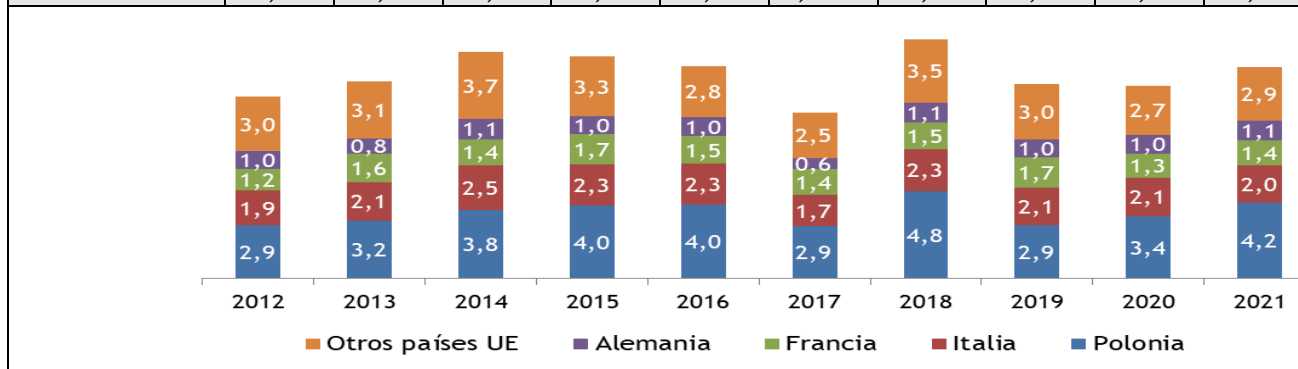
Proveedor	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Países europeos (Italia, Polonia, Francia, Alemania, entre otros)												
Países del Este (Serbia, Macedonia del Norte, Ucrania, Moldavia)												
Hemisferio Sur (Chile, N.Zelandia, Sudáfrica, Argentina y Brasil)												

Fuente: CBI con cifras de ICI Business

La cantidad de manzana almacenada en la UE es un dato importante para medir el potencial en los mercados de la UE. Por ejemplo, los niveles de producción y existencias europeas fueron excepcionalmente altos en 2018 y 2019, lo que se tradujo en menos importaciones en 2019 y también en 2020 debido a los altos niveles de existencias en depósitos europeos. Por otro lado, en marzo de 2021, Europa contaba con 2,7 millones de manzanas almacenadas, alrededor de un 12% menos que en el año máximo de 2019.

**Tabla: Cosecha de manzanas en la UE en millones de toneladas**

País productor	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Polonia	2,9	3,2	3,8	4,0	4,0	2,9	4,8	2,9	3,4	4,2
Italia	1,9	2,1	2,5	2,3	2,3	1,7	2,3	2,1	2,1	2,0
Francia	1,2	1,6	1,4	1,7	1,5	1,4	1,5	1,7	1,3	1,4
Alemania	1,0	0,8	1,1	1,0	1,0	0,6	1,1	1,0	1,0	1,1
España	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	0,5
Otros países UE	2,6	2,7	3,2	2,8	2,3	2,0	3,0	2,5	2,3	2,4
Total UE-27	10,0	10,8	12,4	12,2	11,7	9,1	13,1	10,7	10,6	11,6



Fuente: cifras de WAPA y Eurostat.

La Asociación Mundial de la Manzana y la Pera WAPA (por su sigla en inglés) publica resúmenes de las existencias de manzanas y peras, en los que también se distinguen las distintas variedades:

► [http://www.wapa-association.org/asp/page\\_1.asp?doc\\_id=449](http://www.wapa-association.org/asp/page_1.asp?doc_id=449)

En una comparación de cinco años, la competencia europea ha perdido claramente terreno mientras que los productos de ultramar han ganado fuertemente en importancia. Sudáfrica y Chile en particular pudieron beneficiarse de ello.





Las exportaciones de manzanas argentinas también experimentaron un aumento de más del 82 %, aunque a un nivel mucho menor en términos de volumen. Las importaciones de manzanas más importantes de Argentina se registran de marzo a octubre. Para Argentina, Alemania es el destino más importante en Europa, seguido por Francia, Holanda, Reino Unido y España, todos los cuales importaron entre 1.000 y 5.000 toneladas de Argentina en 2020. Sin embargo, si se considera un periodo de tiempo más largo, Argentina, como cuarto proveedor de Europa, ha ido perdiendo cuota de mercado. Expertos europeos lo atribuyen a que las variedades tradicionales, como la Red Delicious (64%) y la Granny Smith (14%), en las que se basa Argentina, están perdiendo terreno frente a las nuevas variedades. Por otro lado, el cultivo ecológico se considera una de las mayores fortalezas de Argentina, por lo que el país ha sabido posicionarse bien en este segmento.

Chile, como mayor exportador del hemisferio sur, exporta más de 800.000 toneladas a todo el mundo en los años de máxima actividad, y entre el 20 y el 30 % se destina a Europa. Esto convierte al país vecino de Argentina en el principal proveedor de contraestación de Europa, con una oferta muy diversificada a partir de una temporada relativamente larga, de finales de enero a noviembre. Las variedades Gala, Cripps Pink y Red Delicious representan el 75 % de las exportaciones chilenas. Sin embargo, las exportaciones de variedades más nuevas (club), como Ambrosia, Jazz y Kanzi, están aumentando. Los clones mejorados de las variedades tradicionales y las nuevas plantaciones de variedades nuevas deben asegurar el lugar de Chile en el mercado internacional.

Sudáfrica cultiva manzanas principalmente para la exportación. El principal mercado para las manzanas sudafricanas es el Reino Unido, que importó casi 80.000 del total de 116.000 toneladas de manzanas destinadas a Europa en 2020. Volúmenes más pequeños también se dirigen a Alemania. Las variedades producidas se ajustan a los mercados de exportación. Según southafrica.co.za, las principales son Golden Delicious (24%), Gala/Royal Gala (17%), Granny Smith (15%), Cripp's Pink y Pink Lady (11%), Topred/Starking (11%), Fuji (9%), Cripp's Red, Joya (5%) y Braeburn (3%). Para satisfacer la demanda europea e internacional de nuevas variedades, los productores han empezado a producir también Cripp's Pink y Pink Lady, Cripp's Red, Joya y Kanzi.

Otro actor importante es Nueva Zelanda, cuyos exportadores de manzanas han podido establecer estrechas relaciones con el mercado alemán. Su éxito se remonta a la década de 1990, cuando el país introdujo un programa de Producción Integrada de Frutas (IFP, por su sigla en inglés). Con el tiempo, Nueva Zelanda se puso a la cabeza de las manzanas con bajo contenido en residuos, alineándose con los estrictos requisitos europeos. Además, gracias a inversiones en variedades avanzadas como Jazz y Envy los exportadores neozelandeses han conseguido una ventaja competitiva, especialmente en el mercado de las manzanas de alta gama.



6.2.3 Importaciones alemanas de peras (Pos.Taric 0808.3090)											Part.% Peso t feb-ago 2021	Var.% Peso t 5 años jun-oct
Cifras del período febrero - agosto (temporada oferta argentina)												
País proveedor	2017		2018		2019		2020		2021			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
Holanda	22.525	27.485	24.876	33.784	32.223	31.479	29.739	42.342	36.767	52.472	36,7	63,23
Italia	18.631	29.398	26.070	43.566	19.629	30.515	9.039	17.571	15.662	29.608	15,6	- 15,94
Sudáfrica	16.513	22.136	11.965	18.302	10.256	14.965	13.120	21.900	10.386	17.429	10,4	- 37,10
Chile	14.091	22.499	11.191	18.906	8.076	13.053	10.493	19.360	9.987	17.734	10,0	- 29,12
Bélgica	6.250	6.777	7.730	8.077	8.442	6.624	9.990	11.768	14.092	14.073	14,1	125,47
Argentina	5.187	9.146	5.789	10.870	6.007	11.257	4.807	9.364	4.294	8.187	4,3	- 17,22
España	3.435	3.414	2.243	2.865	3.790	5.089	3.950	5.339	3.348	4.351	3,3	- 2,53
Francia	1.596	2.059	1.072	1.580	1.482	1.768	1.773	2.415	677	1.277	0,7	- 57,58
Portugal	961	1.106	5.669	6.634	5.121	5.186	6.055	7.113	3.240	4.197	3,2	237,15
China	818	1.212	671	1.367	356	754	1.065	2.013	757	1.901	0,8	- 7,46
Subtotal	90.007	125.232	97.276	145.951	95.382	120.690	90.031	139.185	99.210	151.229	99,0	10,22
Total feb-ago	90.542	125.912	97.949	146.891	96.101	121.647	90.708	140.153	100.241	152.504	100,0	10,71

Cifras de todo el año											Part.% Peso t 2020	Var.% Peso t 5 años
País proveedor	2016		2017		2018		2019		2020			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
Holanda	32.623	34.731	36.736	43.921	41.307	51.054	49.500	50.244	50.377	70.009	32,0	54,42
Italia	60.427	89.078	59.927	96.618	60.620	97.283	41.069	67.664	34.768	62.512	22,1	- 42,46
Sudáfrica	26.746	36.081	17.362	23.439	12.041	18.386	10.305	15.041	13.266	22.156	8,4	- 50,40
Chile	11.413	18.029	14.552	23.240	11.453	19.262	8.150	13.186	10.807	20.078	6,9	- 5,31
Bélgica	10.621	8.964	12.413	12.462	13.510	13.253	15.796	13.665	19.502	21.416	12,4	83,62
Argentina	7.434	11.203	5.259	9.225	5.855	10.987	6.056	11.333	4.940	9.580	3,1	- 33,55
España	10.507	12.913	10.812	11.677	7.003	8.987	10.323	12.744	8.780	12.296	5,6	- 16,44
Francia	1.974	2.477	2.356	3.192	1.473	2.232	2.069	2.739	2.219	3.130	1,4	12,41
Portugal	4.036	4.744	7.001	7.815	10.668	11.868	10.833	11.596	8.369	9.913	5,3	107,36
China	1.600	2.130	1.528	2.494	1.563	3.184	1.634	2.969	2.758	5.162	1,7	72,38
Subtotal	167.381	220.350	131.210	190.162	165.493	236.496	155.734	201.181	155.785	236.252	98,8	- 6,93
Total por año	168.947	222.302	169.614	236.094	166.861	238.400	157.324	203.325	157.616	238.672	100,0	- 6,71

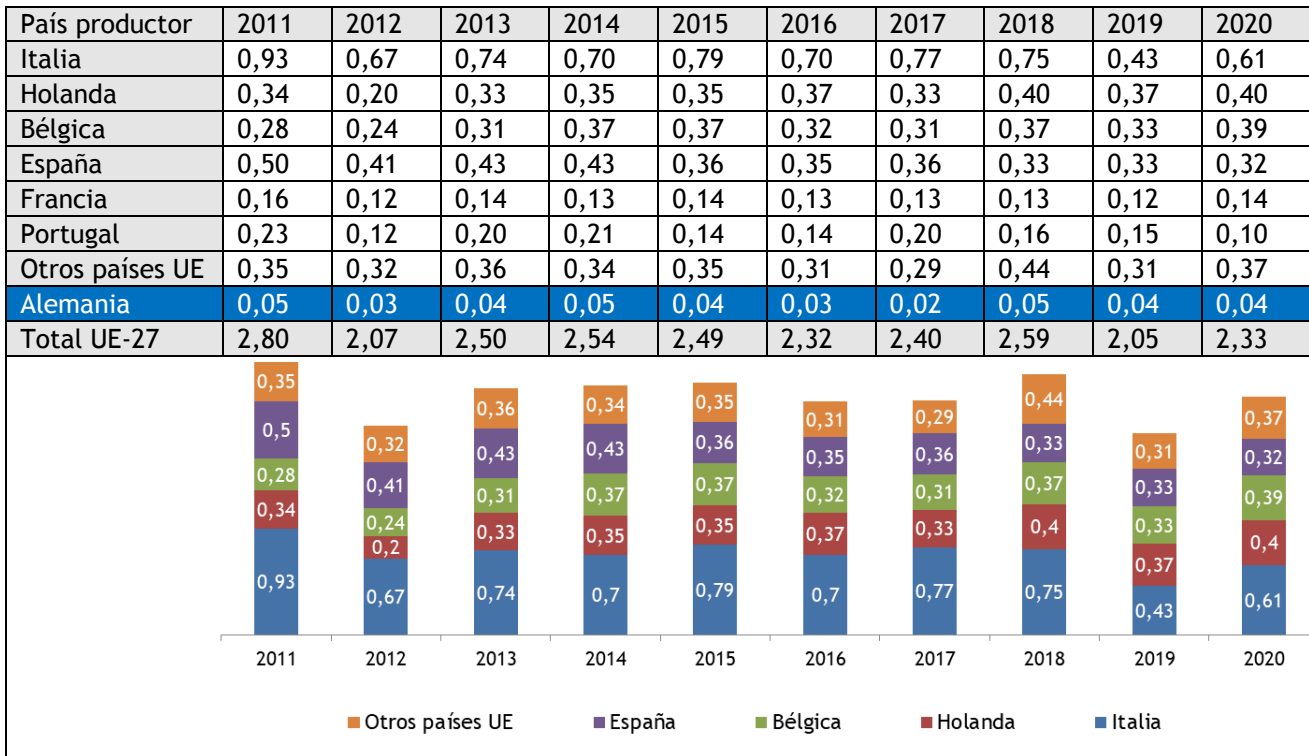
Importaciones de principales países (toneladas)										
Holanda	Italia	Chile	Sudáfrica	Argentina						

Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)

La cosecha de peras de la UE se redujo a unos 1,6 millones de toneladas en 2021 debido a las heladas de primavera, el nivel más bajo de los últimos 30 años. De las regiones relevantes para el mercado, sólo España no se ve afectada. Italia, que es con diferencia el mayor proveedor de peras de la UE, con una cosecha normal de 700.000 toneladas, sólo espera una producción de 213.000 toneladas. Los principales beneficiarios son los productores de los Países Bajos y Bélgica, que también tienen un déficit del 20% pero encuentran un mercado alemán abierto. Alemania sólo produce 40.000 toneladas y suele importar 150.000 toneladas de peras. Debido a la menor oferta, es de esperar que los precios sean más altos.



Tabla: Cosecha de peras en la UE en millones de toneladas



Fuente: cifras de WAPA y Eurostat.

En general, el volumen de peras del hemisferio sur (Sudáfrica, Chile y Argentina) destinado al mercado alemán y también al de la UE en su conjunto ha disminuido en los últimos años. En la misma medida, la oferta en volumen de la variedad Conference cultivada en Bélgica y los Países Bajos ha aumentado, tanto a lo largo del año como en el periodo de comercialización de las peras del hemisferio sur. Mientras que los países del hemisferio sur exportaban todavía unas 67.000 toneladas anuales a Alemania en 2009, esta cifra se redujo a sólo 25.000 toneladas en 2021. En el caso concreto de Argentina, el volumen descendió de unas 19.600 toneladas a 4.300 toneladas durante este periodo. La pérdida de importancia en comparación con otros países del hemisferio sur también se debió a la supresión del tipo arancelario preferencial en 2013.

Otra causa citada por los expertos del mercado es la pérdida de importancia de las variedades Packham y, sobre todo, Williams, lo que ha afectado especialmente a Argentina, como mayor exportador mundial de Williams, lo que explica en parte el descenso de las exportaciones de peras argentinas.

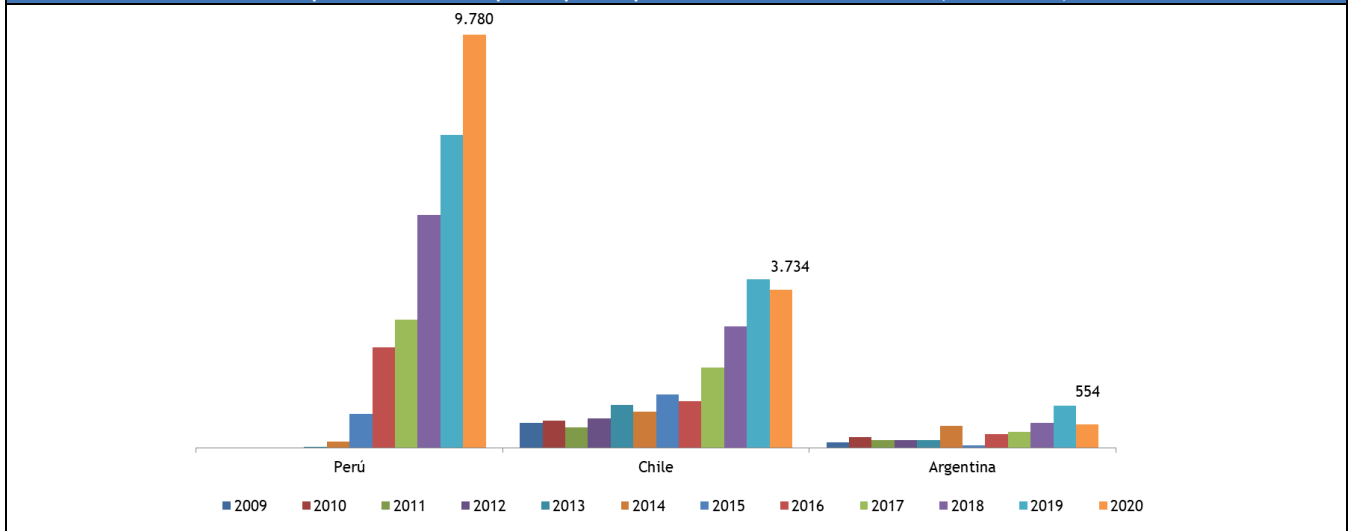


País proveedor	6.2.4 Importaciones alemanas de arándanos (Pos. Taric 0810.4030) Cifras del período septiembre - enero (temporada oferta argentina)										Part. % Peso t sep-ene 2021	Var. % Peso t 5 años jun-oct
	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21			
	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$		
Perú	2.023	17.026	3.190	31.567	4.774	39.640	6.587	49.572	8.478	68.923	47,7	319,1
Chile	1.016	6.693	791	5.752	1.126	6.872	1.381	10.712	1.009	9.294	5,7	- 0,7
Polen	958	8.745	1.451	11.810	875	8.539	2.618	15.130	3.896	29.265	21,9	306,7
Holanda	456	3.111	1.483	16.377	1.861	19.504	2.696	21.020	2.271	15.521	12,8	398,0
Argentina	319	4.010	360	4.280	670	6.104	870	8.686	614	6.467	3,5	92,5
Bélgica	30	274	57	462	145	583	38	167	12		0,1	- 60,0
España	151	1.323	462	6.021	347	4.209	681	6.259	172	1.538	1,0	13,9
Italia	47	582	31	347	15	194	42	300	12		0,1	- 74,5
Sudáfrica	43	535	101	747	67	761	627	5.345	850	6.453	4,8	1.876,7
Uruguay	31	160	26	261	1	9	11	39	43	285	0,2	38,7
Portugal	1	6	114	962	43	340	11	106	29	318	0,2	2.800,0
Marruecos	0	0	7	43	34	308	36	229	15	108	0,2	38,7
Subtotal	5.075	42.465	8.066	78.586	9.924	86.755	15.562	117.336	17.386	138.064	97,9	242,6
Total sep-ene	5.101	42.715	8.157	78.931	10.023	87.571	15.706	118.385	17.755	140.682	100,0	248,1

País proveedor	Cifras de todo el año										Part. % Peso t 2020	Var. % Peso t 5 años
	2016		2017		2018		2019		2020			
	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$		
Perú	2.369	19.117	3.037	29.014	5.511	46.867	7.399	56.433	9.780	76.383	17,4	312,8
Chile	1.101	8.624	1.894	13.505	2.878	20.860	3.989	26.743	3.734	25.237	6,7	239,1
Polen	2.387	17.694	3.308	22.024	4.536	30.658	7.240	39.680	7.949	54.206	14,2	233,0
Holanda	1.402	11.029	1.517	15.739	3.679	37.253	6.336	45.601	4.914	35.465	8,8	250,5
Argentina	324	4.049	366	4.298	593	5.340	999	10.066	554	5.880	1,0	71,0
Bélgica	44	355	126	902	224	884	278	858	46	232	0,1	4,5
España	8.686	59.888	15.002	82.851	13.823	92.975	20.559	110.492	17.510	113.623	31,2	101,6
Italia	200	1.985	139	1.421	74	769	266	2.182	189	1.408	0,3	-5,5
Sudáfrica	56	678	97	692	98	907	548	4.780	886	6.653	1,6	1.482,1
Uruguay	32	164	26	261	3	12	11	39	43	285	0,1	34,4
Portugal	104	856	448	2.576	916	5.133	752	3.912	346	2.494	0,6	232,7
Marruecos	1.461	9.917	1.917	10.944	3.119	17.413	5.114	26.837	7.710	42.561	13,8	427,7
Subtotal	18.166	134.356	27.875	184.227	35.454	259.071	53.491	327.623	53.660	364.427	95,7	195,4
Total por año	18.660	279.094	28.235	186.460	36.038	262.289	54.205	332.157	56.062	379.553	100,0	200,4

### Importaciones de principales países del hemisferio sur (toneladas)



Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)

Los arándanos son una fruta relativamente nueva para muchos consumidores de Alemania y Europa especialmente durante los meses de invierno local (noviembre-febrero). Sin embargo, hoy en día ya forman parte del surtido estándar de la mayoría de los supermercados y han experimentado un crecimiento considerable en los últimos cinco años. Especialmente entre los consumidores de Alemania, los arándanos gozan de gran popularidad.



La amplia aceptación ha dado lugar a un gran volumen de ventas. Con un volumen elevado y en rápido crecimiento, Alemania es el país con más potencial para los arándanos en Europa actualmente, pero los requisitos pueden ser estrictos. Los proveedores que son competitivos en cuanto a precios y capaces de cumplir las normas de calidad exigidas pueden encontrar un mercado atractivo en Alemania.

Desde 2019 Alemania superó al Reino Unido en volumen de importación y desde entonces es el primer importador europeo. En términos anuales, las importaciones de arándanos de Alemania aumentaron de 15.000 toneladas en 2015 a 56.000 toneladas en 2020. Los productores alemanes añadieron otras 15.000 toneladas a las importaciones. Además, Alemania es el principal destino de los berries congelados, con una cuota del 17% en Europa. La mayoría de los arándanos proceden de España (casi 18.000 toneladas en 2020) y de la propia Alemania. Los minoristas prefieren abastecerse de arándanos cercanos con la garantía de una producción limpia y sostenible. Los arándanos producidos localmente suelen tener certificación ecológica.

**Tabla: Temporadas de suministro de manzanas en Europa**

Proveedor	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
México												
Marruecos												
España, EE.UU. (sur)												
Francia												
Portugal												
Holanda												
Ucrania												
Alemania, Polonia												
Canadá, EE.UU. (norte)												
Perú												
Argentina/Uruguay												
Sudáfrica												
Chile												

Fuente: CBI con cifras de ICI Business

También los volúmenes que llegan durante contraestación, la temporada del hemisferio sur, han aumentado cada año. Las importaciones alemanas de arándanos se han multiplicado por más de tres, pasando de 5.101 toneladas en la campaña de septiembre de 2016 a enero de 2017 a 17.755 toneladas en el mismo periodo de 2020/21. El salto en el crecimiento fue especialmente grande de 2018/19 a 2019/20, con un 57%.

En la contraestación, Perú y Chile (a menudo embarcados a través de los Países Bajos) representan la mayor parte del suministro. El cultivo de arándanos ha crecido exponencialmente en Perú en los últimos años, y la mayor parte se destina a la exportación. En menos de una década, los productores peruanos han construido un sólido sector de arándanos y se han convertido en el mayor proveedor no europeo de Alemania en este corto periodo. En 2020, Alemania importó 9.780 mil toneladas de Perú, y la previsión para 2021 prevé un fuerte crecimiento nuevamente. Hay que tener en cuenta que la temporada de cosecha en Perú y Chile se solapa a finales de año, lo que aumenta los volúmenes y la competencia. Sin embargo, la dispersión de la producción en distintas zonas da a los productores peruanos la ventaja de una temporada de cosecha mucho más larga que la de sus competidores del hemisferio sur. Además de Estados Unidos, los países consumidores más importantes de arándanos peruanos son los Países Bajos, como plataforma comercial para otros países europeos, Gran Bretaña y China.



Debido a la creciente competencia de Perú, es necesario mejorar aún más la calidad y aumentar la producción ecológica. Aquí Argentina compite directamente con los productores de arándanos chilenos, cuya asociación ASOEX informa que el 17% de la superficie cultivada ya está certificada como ecológica.

Debido a que muchos nuevos productores han descubierto el mercado alemán la presión competitiva ha crecido rápidamente. En consecuencia, la creciente demanda va acompañada de una enorme oferta, por lo que los proveedores tienen que observar atentamente lo que ofrecen sus competidores. En la época de disponibilidad de los arándanos argentinos, se trata especialmente de Perú y Chile. Pero las nuevas plantaciones de Europa y las regiones vecinas también entregan cada vez más su producción durante este periodo. En España y Polonia, Ucrania, Serbia y Marruecos está surgiendo una competencia particular. Después de la temporada, el suministro se desplaza por completo a los países del Mediterráneo, como España y Marruecos.

En el sitio web de la Organización Internacional del Arándano se publica regularmente buena información sobre el mercado: ► <https://www.internationalblueberry.org/>.

El mayor obstáculo para la continuidad del crecimiento durante la pandemia de COVID 19 fue la cadena de suministro. Varios cierres y la baja disponibilidad de recursos en los países productores han provocado retrasos en el suministro. La crisis del coronavirus provocó una escasez de recolectores y envasadores. Como resultado, hubo una importante escasez de exportaciones a Europa. Muchos volúmenes se cosecharon demasiado tarde, por lo que no eran aptos para la exportación a Europa. En cambio, la demanda en el comercio minorista alemán siguió siendo elevada. El cierre de la hostelería creó, naturalmente, una brecha en el comercio mayorista, pero ésta fue compensada con creces por las ventas al por menor.

El mercado neerlandés ha crecido junto con la creciente demanda europea, pero la mayor parte de sus importaciones se reexportaron a Alemania, seguida del Reino Unido, Irlanda, Bélgica, Polonia y Dinamarca.

Debido al rápido crecimiento del número de proveedores que han reconocido el potencial del mercado europeo, los precios también se han visto presionados. El precio medio de los arándanos en el mercado ha seguido una tendencia a la baja durante varios años.



Pais proveedor	6.2.5 Importaciones alemanas de cerezas (Pos.Taric 0809.2900)										Part. % Peso t nov-ene 2021	Var. % Peso t 5 años jun-oct
	Cifras del período noviembre - enero (temporada oferta argentina)											
	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
Chile	112	1.121	283	1.944	90	1.023	188	1.735	81	1.047	17,9	-27,8
Argentina	16	76	13	93	45	364	6	43	4	42	0,9	-75,0
Holanda	14	43	16	77	16	134	14	57	151	1.164	33,3	978,6
Sudáfrica	6	25	67	345	8	80	32	318	1	9	0,2	-83,3
Italia	6	12	20	56	40	81	28	54	8	24	1,8	33,3
España	3	11	13	41	9	18	7	15	44	111	9,7	1366,7
Turquía	0	2	378	1.516	5	15	20	59	86	429	19,0	859.900
Francia	2	3	3	6	2	4	1	4	78	31	17,2	3800,0
Grecia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal	159	1.293	793	4.078	215	1.719	296	2.285	453	2.857	100,0	184,9
Total nov-ene	168	1.331	795	4.115	219	1.754	299	2.313	453	2.866	100,0	169,6
Pais proveedor	Cifras de todo el año										Part. % Peso t 2020	Var. % Peso t 5 años
	2016		2017		2018		2019		2020			
	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso T	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$	Peso t	Valor 1.000 \$		
Chile	120	1.212	163	1.109	236	1.941	148	1.732	178	1.719	0,36	48,3
Argentina	10	49	16	104	41	320	13	113	6	47	0,01	-40,0
Holanda	1.223	6.542	2.376	12.708	1.555	7.195	950	3.369	1.222	6.008	2,44	-0,1
Sudáfrica	5	24	1	2	76	432	13	219	25	205	0,05	400,0
Italia	3.625	18.659	11.150	48.495	6.957	34.067	1.936	8.291	2.791	16.512	5,58	-23,0
España	3.468	9.405	6.666	18.196	4.660	14.548	5.173	19.847	3.597	14.469	7,19	3,7
Turquía	31.904	112.595	25.880	99.285	24.248	87.104	32.393	114.094	29.165	108.681	58,28	-8,6
Francia	91	302	108	316	43	158	251	184	582	349	1,16	539,6
Grecia	3.718	10.684	3.904	11.723	4.082	10.791	5.695	16.188	10.559	36.020	21,10	184,0
Subtotal	44.164	159.472	50.265	191.938	41.898	156.556	46.571	164.037	48.181	184.367	96,28	9,1
Total por año	45.426	162.690	51.469	194.748	44.751	160.735	48.825	167.293	50.043	186.922	100,00	10,2

Importaciones de principales países del hemisferio sur (toneladas)											
País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sudáfrica	5	24	1	2	1	1	1	1	1	1	1
Chile	120	163	236	148	178	178	148	178	178	178	178
Argentina	10	16	41	13	6	6	6	6	6	6	6

Alemania es el tercer mayor importador de cerezas frescas del mundo, después de China y Rusia. Entre 2010 y 2020, entre el 52 y el 77 por ciento de las cerezas consumidas en Alemania fueron importadas, con la mayoría de las importaciones procedentes de otros estados miembros de la UE (principalmente Austria y Hungría) y con importaciones que varían entre 45.000 y 73.000 toneladas de cerezas al año.

La producción de cerezas alemanas para la campaña 2021/22 es difícil de pronosticar en este momento, ya que aún no se dispone de evaluaciones fiables de los daños causados por las fuertes lluvias de mediados de julio. Fuentes del sector estiman que los daños podrían superar ampliamente el 25%. Esto llevaría a una producción de 34.000 Tm frente a las 49.990 Tm de la MY 2020/21.

Según el último informe del USDA, el conjunto de países productores de cerezas de la UE cosechará casi 37.000 toneladas menos en la campaña 2020/2021 debido a problemas climáticos, lo que supondría unas 665.000 toneladas de cerezas. Es el tercer año consecutivo en el que los volúmenes de cosecha disminuyen. Sin embargo, los países europeos no están en competencia directa con los países del hemisferio sur.



Los competidores directos de Argentina durante la contra estación serían más bien Chile, Sudáfrica y Turquía, que también es proveedor de cerezas para Alemania y Europa durante todo el año. Según el USDA, se espera que la producción en Turquía disminuya en 54.000 toneladas, hasta las 860.000 toneladas, por primera vez desde 2014/15, ya que los daños causados por las heladas y las tormentas redujeron la producción en las principales zonas de cultivo de Izmir y Manisa. Se prevé que las exportaciones turcas totales disminuyan en 16.000 toneladas, hasta las 72.000 toneladas. Por otro lado, se espera que la producción chilena vuelva a aumentar, aunque en menor medida, en 11.000 toneladas, hasta alcanzar las 397.000 toneladas. Se prevé que las exportaciones aumenten sólo un 3%, hasta las 365.000 toneladas, y que las entregas a China se mantengan sin cambios.

Para 2021, se espera que las importaciones de cerezas dulces sigan siendo altas; las oportunidades para las cerezas dulces argentinas son mejores en el período de noviembre a enero. Sin embargo, en Alemania, las cerezas frescas se consideran un producto de temporada local y se comercializan en los supermercados principalmente durante la temporada de comercialización alemana (junio/julio). Según la empresa alemana de información de mercado Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) en 2020, el 92% de las compras de cerezas dulces de los hogares se produjeron en junio y julio, y el 6% en agosto. En cambio, las compras de duraznos, que apenas se cultivan en Alemania, se distribuyen más uniformemente entre mayo y octubre. Esta disponibilidad estacional explica el menor consumo per cápita de cerezas (2,7 kg) en comparación con los duraznos (3,4 kg). No obstante, el consumo per cápita de cerezas es más del doble que el de ciruelas (1,1 kg).

En los últimos años, las cerezas dulces se han convertido en un artículo de moda que se ha beneficiado de una mayor conciencia de la salud y de la creciente popularidad de los snacks. En el caso de las cerezas dulces, las preferencias de los consumidores se inclinan claramente por los tamaños más grandes (>26 mm/1,024 pulgadas). Las cerezas más pequeñas se venden con grandes descuentos. Por ejemplo, en la semana del 21 de junio de 2021, el precio medio al por mayor de las cerezas dulces nacionales ascendió a 5,42 euros (6,47 dólares) por kg para las cerezas más grandes, pero sólo 4,24 euros (5,06 dólares) por kg para las cerezas menores de 26 mm.

La utilización de guindas para la transformación es relativamente estable y supone aproximadamente el 70-90% de la producción nacional alemana. La mayor parte de las cerezas ácidas se destinan a la elaboración de conservas (más del 70%), mientras que el resto se utiliza en la producción de jugos. El porcentaje de cerezas dulces utilizadas para la transformación fluctúa entre el 30% y el 50%, dependiendo de las condiciones meteorológicas de la cosecha, ya que los daños causados por la lluvia aumentan el porcentaje que se destina a la fabricación de conservas o a la destilación de bebidas alcohólicas. La transformación de cerezas en frutos secos no es habitual en Alemania. La pequeña pero creciente demanda de cerezas secas se satisface con importaciones.





## 6.3 RE-EXPORTACIONES

Alemania tiene acceso al mar principalmente a través del puerto de Hamburgo, pero, como ya hemos mencionado, también obtiene una gran parte de sus suministros a través de los Países Bajos (principalmente Rotterdam). Alemania tiene fronteras con nueve países diferentes, pero sus reexportaciones de frutas son en general mínimas. La mayor parte de las importaciones y de la producción alemana de frutas frescas se destina al mercado interior. Sólo algunas de las importaciones exóticas y tropicales se transportan a Europa Central y Oriental. Los demás productos de exportación son grandes mercancías, como los plátanos, o productos locales, como papas, berries, manzanas, pimientos dulces, espárragos, cebollas, lechugas y coles, que se destinan a los países vecinos, entre ellos los Países Bajos y Dinamarca. En resumen, Alemania ofrece oportunidades como país de destino final con un alcance de exportación limitado a los países de alrededor. Para suministrar a otros países europeos, hay que adaptar una estrategia diferente trabajando con otros socios.

6.3.1 Balanza comercial para limones (Pos.Taric 0805.5010)								
Año	Exportaciones (2009-2020)		Importaciones (2009-2020)		Principales Orígenes 2020		Principales Destinos 2020	
	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	País	Cant. (en t)	Import. por países (USD)	Cant. (en t)
2009	13.357	16.125	128.518	149.250	España	182.368	Polonia	4.220
2010	16.160	21.612	124.395	162.410	Sudáfrica	19.307	Holanda	3.843
2011	19.535	20.611	132.766	150.744	Italia	17.460	Austria	3.212
2012	13.003	15.396	131.435	163.276	Turquía	4.047	Rep.Checa	1.267
2013	15.950	21.095	137.741	212.910	Argentina	3.872	Finlandia	1.057
2014	14.186	22.244	135.266	211.879	Holanda	2.629	Rumania	777
2015	19.025	26.863	152.118	214.762	Uruguay	1.252	Dinamarca	698
2016	17.401	31.493	160.186	277.084	EE.UU.	621	Eslovaquia	618
2017	15.256	24.675	172.651	264.361	Chile	501	Italia	502
2018	16.645	26.533	171.976	311.761	Grecia	260	Francia	481
2019	14.625	20.442	189.301	270.588	Francia	212	Bélgica	311
2020	18.355	27.856	233.216	393.216	Brasil	110	Suiza	277
2009-2020								

Alemania tiene una balanza comercial claramente negativa para los limones, con importaciones totales de unas 156.600 toneladas por un valor aproximado de 231,8 millones de dólares y exportaciones de 16.100 toneladas por un valor medio de 23 millones de dólares en el periodo 2009-2020. Los principales países de destino de las exportaciones alemanas en 2020 fueron solamente países europeos: Polonia, Países Bajos, Austria y República Checa.

Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.

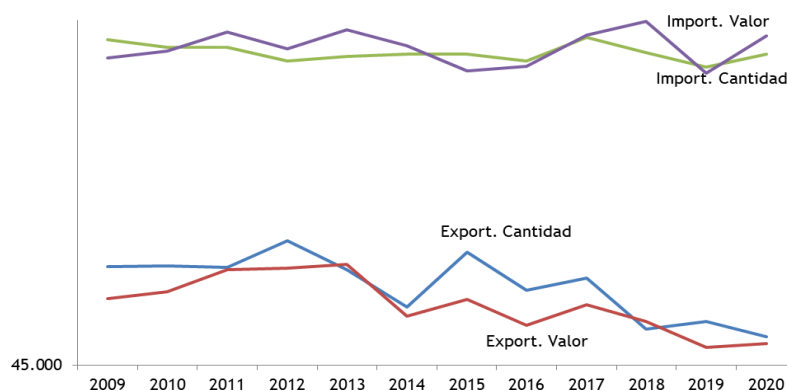
\* Los valores de exportación se basan en precios FOB (frontera alemana) y los de importación en precios CIF (frontera alemana).



Año	Exportaciones (2009-2020)		Importaciones (2009-2020)		Principales Orígenes 2020		Principales Destinos 2020	
	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	País	Cant. (en t)	Import. por países (USD)	Cant. (en t)
2009	99.483	76.770	619.030	531.524	Italia	232.214	Dinamarca	11.302
2010	100.116	80.894	579.238	562.494	Holanda	73.704	Holanda	10.422
2011	98.472	96.571	580.730	657.835	Francia	49.343	Finlandia	5.716
2012	122.645	98.111	518.446	574.345	Polonia	43.928	Reino Unido	4.826
2013	96.744	100.826	540.663	667.424	Chile	36.125	Francia	3.948
2014	71.864	66.704	550.971	587.613	N.Zelanda	35.279	Austria	3.690
2015	111.366	76.346	548.813	481.095	Bélgica	29.100	Bélgica	3.569
2016	82.191	61.963	519.781	499.329	Austria	15.615	Italia	2.385
2017	90.487	73.263	629.356	638.701	Sudáfrica	10.833	Suecia	2.295
2018	59.991	63.925	555.601	715.220	España	7.912	España	1.227
2019	63.709	51.878	494.795	470.795	Rep.Checa	5.847	Rep.Checa	1.002
2020	56.427	53.276	550.252	638.195	Argentina	5.291	Polonia	984

2009-2020

Aunque Alemania, con 33.600 hectáreas (2021), utiliza el 70% de la superficie de cultivo de árboles frutales para la producción de manzanas, la cantidad no es suficiente para cubrir sus demandas. Por ello, incluso para esta fruta, la balanza comercial muestra un claro signo negativo. Las importaciones totales de unas 557.600 t por un valor de 585 millones de USD se ven contrarrestadas por exportaciones de sólo 87.800 toneladas por un valor de un promedio de 75 millones de USD en el periodo 2009-20. Los destinos más importantes para las exportaciones alemanas en 2020 fueron países europeos como Dinamarca, Holanda, Finlandia y Reino Unido.

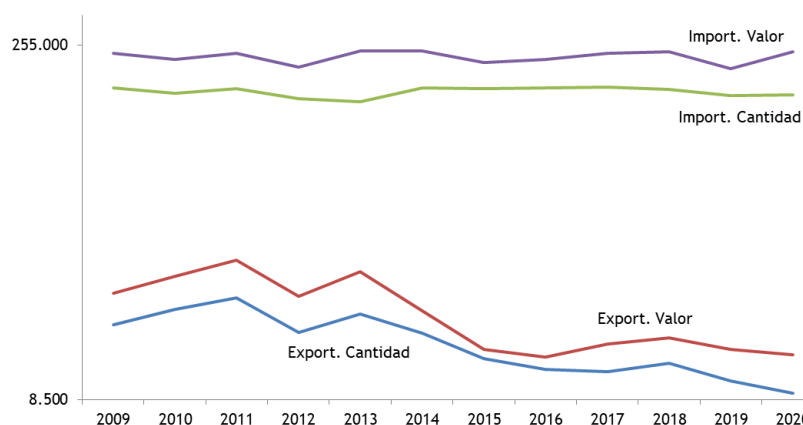




Año	Exportaciones (2009-2020)		Importaciones (2009-2020)		Principales Orígenes 2020		Principales Destinos 2020	
	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	País	Cant. (en t)	Import. por países (USD)	Cant. (en t)
	2009	17.402	23.610	169.264	236.006	Holanda	50.377	Austria
2010	20.149	27.718	160.082	222.145	Italia	34.768	Polonia	1.867
2011	22.521	32.327	167.067	234.735	Bélgica	19.502	Holanda	1.156
2012	16.251	22.841	152.458	206.637	Sudáfrica	13.266	Finlandia	955
2013	19.357	28.907	147.663	240.452	Chile	10.807	Suecia	884
2014	16.026	19.939	169.223	240.005	España	8.780	Dinamarca	819
2015	12.603	13.780	168.012	215.632	Portugal	8.369	Rep. Checa	297
2016	11.371	12.806	168.947	222.302	Argentina	4.940	Italia	255
2017	11.125	14.529	169.614	236.094	China	2.758	Francia	229
2018	12.083	15.327	166.861	238.400	Francia	2.219	Reino Unido	155
2019	10.162	13.731	157.324	203.325	Turquía	1.233	Suiza	114
2020	9.060	13.074	157.616	238.672	Polonia	248	Luxemburgo	109

2009-2020

La balanza comercial de las peras también es claramente negativa. Las importaciones totales, de unas 163.000 toneladas por un valor de 228 millones de dólares, se vieron compensadas por unas exportaciones de sólo 14.800 toneladas por un valor medio de 19,8 millones de dólares en 2009-20. Los países de destino más importantes para las exportaciones alemanas en 2020 fueron países europeos como Austria, Polonia, Holanda, Finlandia, Suecia y Dinamarca.





Año	Exportaciones (2009-2020)		Importaciones (2009-2020)		Principales Orígenes 2020		Principales Destinos 2020	
	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	País	Cant. (en t)	Import. por países (USD)	Cant. (en t)
2009	1.715	7.189	4.082	26.699	España	17.510	Austria	2.370
2010	1.469	7.096	5.016	32.849	Perú	9.780	Polonia	429
2011	1.246	9.512	4.915	39.627	Polonia	7.949	Italia	402
2012	1.400	10.461	6.622	47.651	Marruecos	7.710	Holanda	396
2013	1.762	14.383	7.523	62.449	Holanda	4.914	Finlandia	386
2014	2.086	17.746	10.586	78.590	Chile	3.734	España	330
2015	2.838	19.437	15.077	98.150	Rumania	1.209	Suecia	124
2016	1.359	12.723	18.660	138.275	Sudáfrica	886	Rep. Checa	120
2017	4.025	28.844	28.235	186.460	Serbia	701	Suiza	114
2018	5.669	34.612	36.038	262.289	Argentina	554	Dinamarca	97
2019	5.744	34.940	54.205	332.157	Portugal	346	Eslovenia	84
2020	4.977	34.519	56.062	379.553	Francia	17.510	Hungría	55

2009-2020

La balanza comercial de los arándanos es claramente negativa. Tanto las importaciones como las exportaciones muestran una tendencia al alza, pero son los indicadores de importación los que crecen a mayor ritmo que la media. Las importaciones totales, de unas 20.600 toneladas por valor de 140 millones de dólares, se compensaron con exportaciones de 2.800 toneladas por valor medio de 19 millones de dólares en el periodo 2009-20. Los destinos más importantes para las exportaciones alemanas de arándanos en 2020 fueron países europeos como Austria, Polonia, Italia, Holanda, Finlandia y España.



6.3.5 Balanza comercial para cerezas (Pos.Taric 0809.2900)								
Año	Exportaciones (2009-2020)		Importaciones (2009-2020)		Principales Orígenes 2020		Principales Destinos 2020	
	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	País	Cant. (en t)	Import. por países (USD)	Cant. (en t)
2009	5.819	15.921	23.786	76.980	Turquía	29.165	Austria	1.217
2010	5.057	14.341	28.632	94.833	Grecia	10.559	Suecia	797
2011	7.637	17.201	35.017	134.871	España	3.597	Dinamarca	783
2012	4.944	18.952	36.084	130.994	Italia	2.791	Suiza	709
2013	4.636	17.551	35.458	137.834	Hungría	1.431	Holanda	527
2014	5.144	15.819	34.178	127.586	Holanda	1.222	Francia	434
2015	4.312	11.657	36.984	113.084	Francia	582	Finlandia	396
2016	7.182	26.437	45.426	162.690	Chile	178	Hungría	333
2017	3.603	12.723	51.469	194.748	Bélgica	129	Italia	134
2018	5.092	16.106	44.751	160.735	Austria	113	España	99
2019	5.747	17.632	48.825	167.293	Perú	56	Bélgica	79
2020	5.711	19.451	50.043	186.922	Canadá	47	Polonia	61
2009-2020								

La balanza comercial de las cerezas también es negativa. Las exportaciones se mantienen en un nivel muy bajo, tanto en volumen como en valor, de unas 5.400 toneladas valoradas en 17 millones de dólares en los últimos doce años. Las importaciones han aumentado mucho en valor y moderadamente en volumen. El total de las importaciones fue de una media de 39.200 toneladas por valor de 141 millones de dólares durante el periodo 2009-2020. Los principales países de destino de las exportaciones alemanas en 2020 fueron países europeos como Austria, Suecia, Dinamarca, Suiza, Holanda, Francia, Finlandia y Hungría.



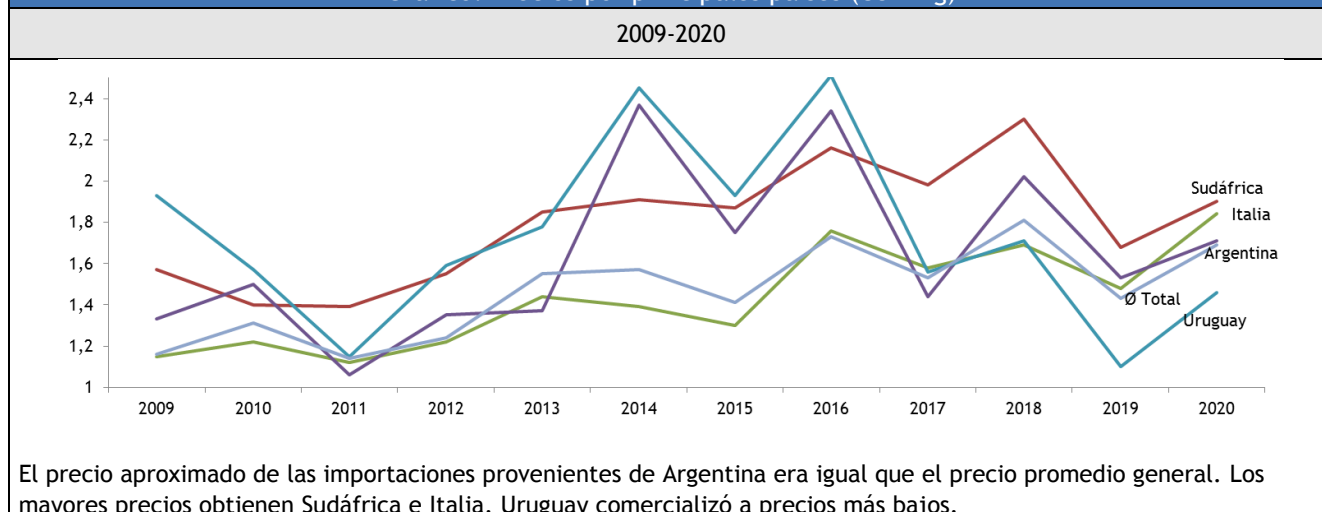
## 7. NIVELES DE PRECIOS

La información sobre la evolución de los precios se publica en varios sitios web. Un ejemplo son los informes de precios de la Agencia Federal de Agricultura y Alimentación de Alemania ([enlace](#)).

### 7.1 NIVEL IMPORTADOR

6.1.1 Precios de importación de limones (Pos.Taric 0805.5010)												
Año / País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Valor (en USD por kg)											
España	1,11	1,30	1,15	1,24	1,59	1,55	1,39	1,66	1,49	1,76	1,39	1,64
Sudáfrica	1,57	1,40	1,39	1,55	1,85	1,91	1,87	2,16	1,98	2,30	1,68	1,90
Italia	1,15	1,22	1,12	1,22	1,44	1,39	1,30	1,76	1,58	1,69	1,48	1,84
Argentina	1,33	1,50	1,06	1,35	1,37	2,37	1,75	2,34	1,44	2,02	1,53	1,71
Holanda	1,27	2,47	-	2,50	2,24	1,51	1,96	2,34	2,31	2,46	2,02	2,64
Uruguay	1,93	1,57	1,15	1,59	1,78	2,45	1,93	2,51	1,56	1,71	1,10	1,46
Turquía	1,16	0,89	0,76	0,71	0,90	0,86	0,74	0,75	0,88	0,89	0,65	0,77
Ø Subtotal	1,16	1,30	1,13	1,23	1,54	1,56	1,40	1,71	1,52	1,80	1,41	1,67
Ø Total	1,16	1,31	1,14	1,24	1,55	1,57	1,41	1,73	1,53	1,81	1,43	1,69

Gráfico: Precios por principales países (USD/kg)



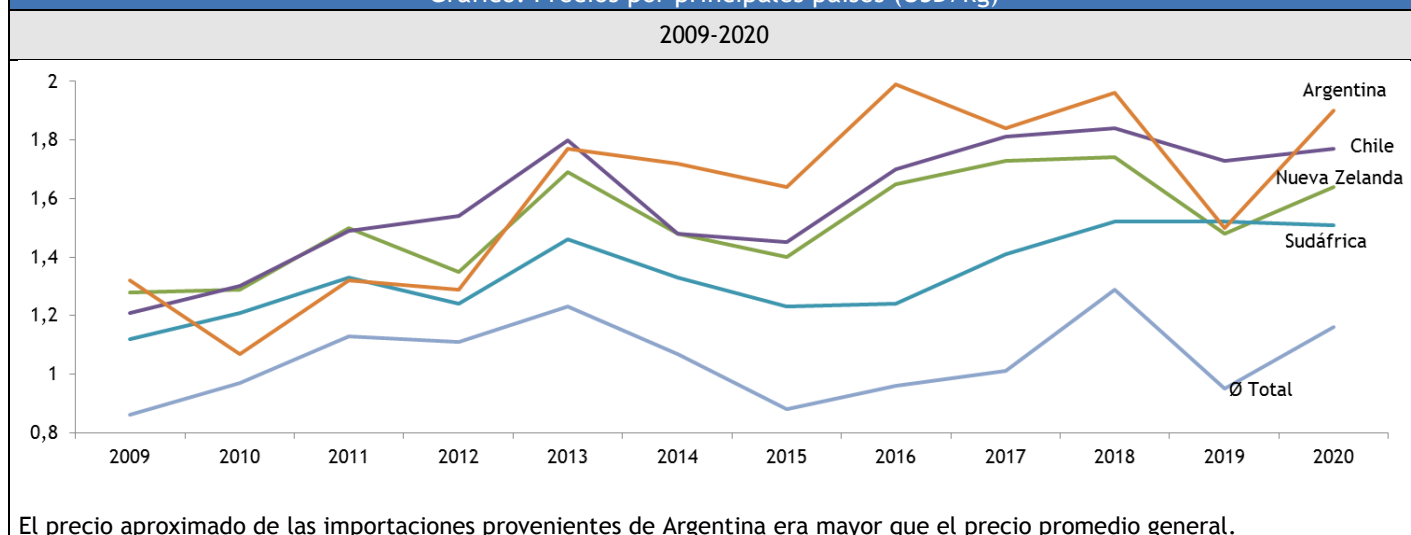
El precio aproximado de las importaciones provenientes de Argentina era igual que el precio promedio general. Los mayores precios obtienen Sudáfrica e Italia. Uruguay comercializó a precios más bajos.

Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)



Año / País	6.1.2 Precios de importación de manzanas (Pos.Taric 0808.1080)											
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Valor (en USD por kg)											
Italia	0,84	1,02	1,20	1,14	1,36	1,18	0,96	1,06	1,06	1,36	1,05	1,17
Polonia	0,22	0,27	0,49	0,34	0,34	0,31	0,20	0,18	0,29	0,45	0,27	0,35
Holanda	0,49	0,70	0,87	0,87	1,13	0,94	0,70	0,63	0,98	1,12	0,70	0,89
N. Zelanda	1,28	1,29	1,50	1,35	1,69	1,48	1,40	1,65	1,73	1,74	1,48	1,64
Francia	1,08	1,13	1,32	1,32	1,50	1,12	1,11	1,23	1,21	1,54	1,13	1,37
Chile	1,21	1,30	1,49	1,54	1,80	1,48	1,45	1,70	1,81	1,84	1,73	1,77
Bélgica	0,52	0,69	0,80	1,22	1,34	0,92	0,81	0,69	0,93	1,01	0,58	1,05
Austria	0,96	0,98	1,11	0,99	1,17	1,03	0,84	0,89	0,98	1,38	0,58	1,19
Sudáfrica	1,12	1,21	1,33	1,24	1,46	1,33	1,23	1,24	1,41	1,52	1,52	1,51
Argentina	1,32	1,07	1,32	1,29	1,77	1,72	1,64	1,99	1,84	1,96	1,50	1,90
Ø Subtotal	1,16	1,30	1,13	1,23	1,54	1,56	1,40	1,71	1,52	1,80	1,41	1,67
Ø Total	1,16	1,31	1,14	1,24	1,55	1,57	1,41	1,73	1,53	1,81	1,43	1,69

Gráfico: Precios por principales países (USD/kg)



El precio aproximado de las importaciones provenientes de Argentina era mayor que el precio promedio general.

Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)

Los precios de las manzanas dependen principalmente de su disponibilidad y de su valor en el mercado. Cuando la disponibilidad es alta en otoño, los precios están bajo presión. Durante esta época, es de esperar que los supermercados vendan mayores cantidades con más promociones. Al final de la temporada, normalmente después de abril, las existencias de manzanas disminuyen y los precios suben. En esta época hay más espacio para las manzanas importadas, que normalmente son algo más caras que las de producción nacional.

### Evolución reciente de los precios

En general, la oferta de manzanas frescas es grande y los precios suelen estar bajo presión. Sin embargo, últimamente los precios son un 20-30% más elevados que en años anteriores. La pandemia de COVID 19 impulsó la demanda de manzanas, mientras que las existencias de manzanas en 2020 fueron menores de lo habitual (especialmente en Polonia, uno de los principales productores de manzanas de Europa). Los precios continuaron subiendo en 2021. Sin perjuicio a ello, las estimaciones actualizadas de la producción europea de manzanas de los 21 principales países productores de la UE y el Reino Unido han aumentado en 160.000 t para situarse en 11.895.000 t, lo que es un 11% (o 1.195.000 t) superior a la del año 2020. La nueva cifra se ve influida sobre todo por un aumento en Polonia (+130.000 t, hasta 4,3 millones de t),



## Precios de las manzanas europeas e importadas

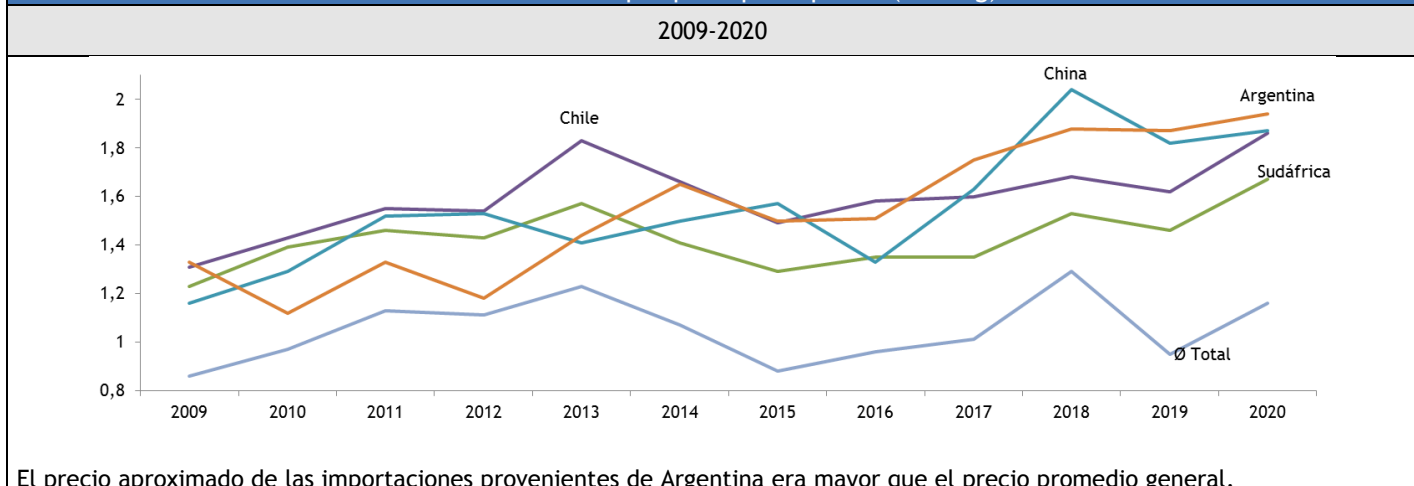
Los precios europeos al productor por 100 kg en 2020-2021 oscilaron entre 40 euros en Polonia (incluidas las manzanas para la transformación) y hasta 125 euros en Francia. En la venta al por mayor, estas manzanas se vendían a precios entre 100 y 250 euros. El valor de las manzanas importadas varía generalmente entre 100 y 150 euros por 100 kg, alcanzando precios al por mayor ligeramente superiores, entre 130 y 270 euros en Europa. El margen de beneficio de los importadores suele rondar el 8% del precio al por mayor, sin contar los gastos de gestión.

## Variedades y precios de las manzanas

Las manzanas de marca obtienen el mayor rendimiento. Para las variedades comunes, como la Golden Delicious, la Gala y la Granny Smith, se obtienen precios de entre 100 y 150 euros por 100 kg en el mercado mayorista. En el caso de Jazz, Kanzi y Pink Lady, se consiguen fácilmente más de 200 euros por 100 kg. Esto significa que los precios de venta al público también varían mucho, desde 1,50 euros por kilo (en bolsas de 1,5-2 kg) hasta 4,50 euros por kilo (para un paquete de 4 variedades de club). Los precios al por menor de las manzanas ecológicas oscilan entre 3,00 y 5,50 euros por kilo (al por mayor, entre 2,00 y 2,50 euros).

Año / País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Valor (en USD por kg)											
Holanda	1,21	1,15	1,31	1,28	1,58	1,28	1,09	1,06	1,20	1,24	1,02	1,39
Italia	1,69	1,71	1,57	1,43	1,80	1,51	1,40	1,47	1,61	1,60	1,65	1,80
Sudáfrica	1,23	1,39	1,46	1,43	1,57	1,41	1,29	1,35	1,35	1,53	1,46	1,67
Chile	1,31	1,43	1,55	1,54	1,83	1,66	1,49	1,58	1,60	1,68	1,62	1,86
Bélgica	1,04	1,06	1,11	0,88	1,24	0,82	0,88	0,84	1,00	0,98	0,87	1,10
Argentina	1,33	1,12	1,33	1,18	1,44	1,65	1,50	1,51	1,75	1,88	1,87	1,94
España	1,21	1,05	1,03	1,22	1,43	1,26	1,22	1,23	1,08	1,28	1,23	1,40
Francia	1,20	1,21	0,74	1,27	1,35	1,12	1,04	1,25	1,36	1,52	1,32	1,41
Portugal	1,11	1,27	1,21	1,11	-	1,60	1,05	1,18	1,12	1,11	1,07	1,18
China	1,16	1,29	1,52	1,53	1,41	1,50	1,57	1,33	1,63	2,04	1,82	1,87
Ø Subtotal	1,40	1,38	1,40	1,35	1,62	1,42	1,28	1,32	1,45	1,43	1,29	1,52
Ø Total	1,39	1,39	1,41	1,36	1,63	1,42	1,28	1,32	1,39	1,43	1,29	1,51

Gráfico: Precios por principales países (USD/kg)



El precio aproximado de las importaciones provenientes de Argentina era mayor que el precio promedio general.

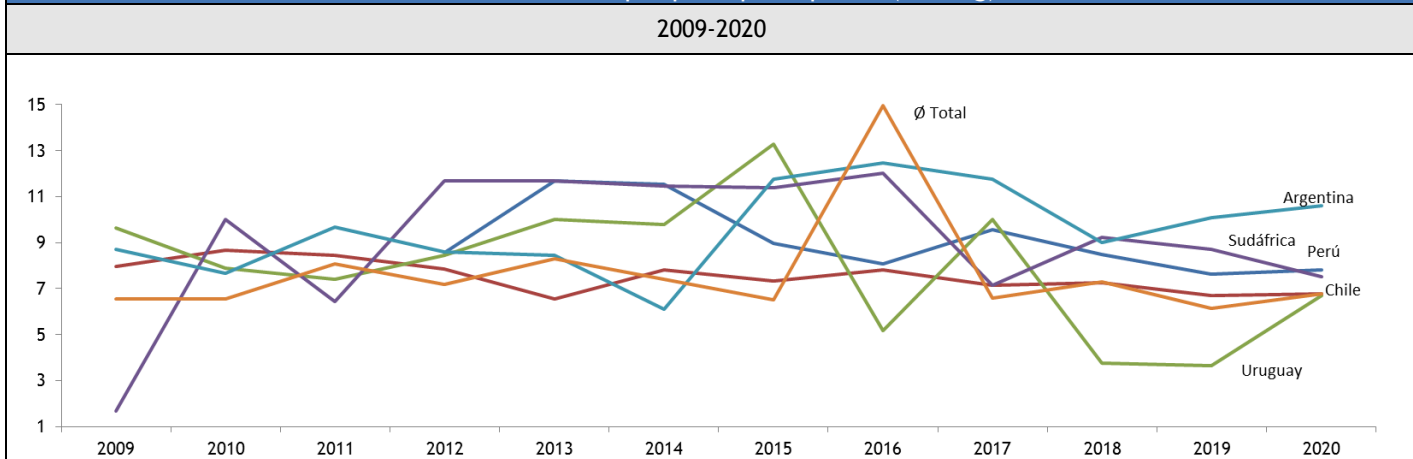
Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)





6.1.4 Precios de importación de arándanos (Pos.Taric 0810.4030)												
Año / País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Valor (en USD por kg)												
Perú	-	-	-	8,57	11,67	11,54	8,96	8,07	9,55	8,50	7,63	7,81
Chile	7,98	8,67	8,44	7,87	6,55	7,83	7,33	7,83	7,13	7,25	6,70	6,76
Polonia	3,81	4,08	5,32	4,87	5,56	6,89	6,86	7,41	6,66	6,76	5,48	6,82
Holanda	6,31	6,93	8,75	6,54	9,68	7,83	8,33	7,87	10,38	10,13	7,20	7,22
Argentina	8,71	7,65	9,68	8,61	8,46	6,09	11,76	12,48	11,75	9,00	10,08	10,61
Bélgica	4,29	7,35	6,58	5,78	8,59	6,79	6,42	8,12	7,16	3,96	3,09	5,00
España	8,53	6,31	8,29	8,07	9,46	7,34	5,96	6,89	5,52	6,73	5,37	6,49
Italia	8,85	10,06	10,04	9,62	12,15	9,73	7,78	9,91	10,26	10,35	8,22	7,46
Sudáfrica	1,67	10,00	6,43	11,67	16,70	11,45	11,39	12,02	7,16	9,22	8,72	7,51
Uruguay	9,65	7,90	7,40	8,45	10,03	9,79	13,28	5,19	10,00	3,75	3,64	6,71
Portugal	8,62	8,02	7,23	9,57	5,21	8,40	6,37	8,26	5,75	5,60	5,20	7,21
Marruecos	4,83	6,81	11,26	8,31	8,56	9,38	4,65	6,79	5,71	5,58	5,25	5,52
Ø Subtotal	6,65	6,71	8,29	7,46	8,61	7,60	6,55	7,40	6,61	7,31	6,12	6,79
Ø Total	6,54	6,55	8,06	7,20	8,30	7,42	6,51	14,96	6,60	7,28	6,13	6,77

Gráfico: Precios por principales países (USD/kg)



El precio aproximado de las importaciones provenientes de Argentina era mayor que el precio promedio general.

Muchos productores empezaron a cultivar arándanos cuando se dieron cuenta del potencial de este mercado. La creciente oferta provocó un descenso de los precios a partir de 2016. La temporada de suministro es corta y la disponibilidad del producto es un factor importante que influye en la evolución de los precios a lo largo del año. En 2016, la demanda era lo suficientemente fuerte como para empujar los precios al alza, pero de 2017 a 2019, los volúmenes de producción hicieron retroceder los precios a los niveles de 2014. En los años (2020-2021), los expertos de la industria esperan que los precios se mantengan por debajo de la media de cinco años.

El exceso de oferta puede reducir drásticamente los precios en determinados períodos. En 2020, la producción en Europa se vio mermada por un clima más frío y por las lluvias, lo que dio lugar a una mejor temporada. El precio comercial de los arándanos se determina según la disponibilidad y la demanda del mercado, la temporada, el origen y la calidad.

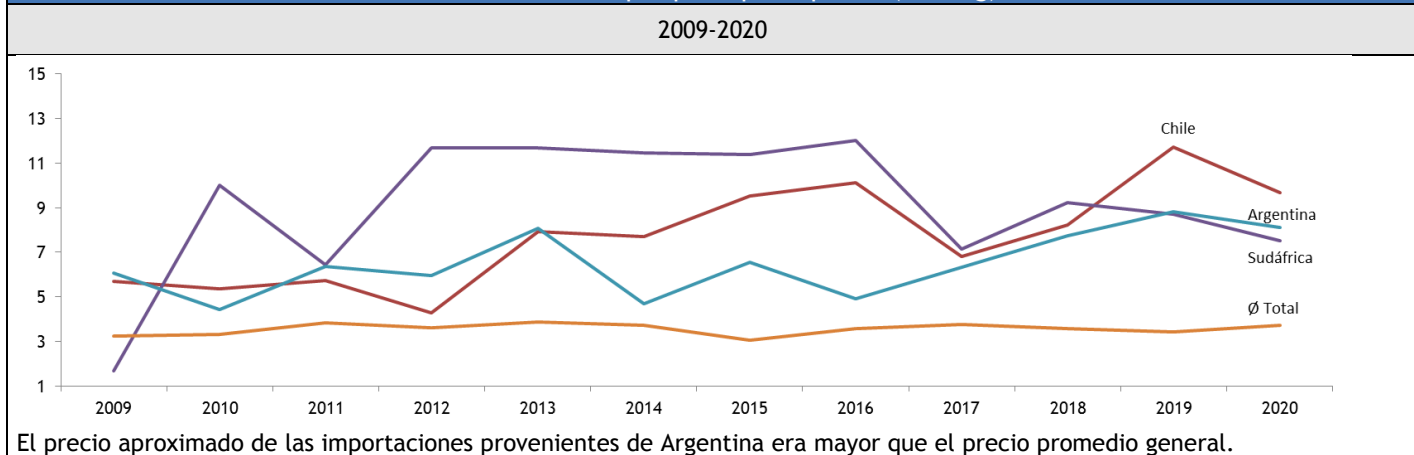
Las listas de precios de las empresas importadoras indican precios al por mayor que oscilan entre 6 y 7 euros en el segmento de precios bajos y entre 11 y 15 euros en un buen mercado para paquetes de 12 x 125 g (1,5 kg). En realidad, los precios reales pueden ser más bajos si la oferta es muy grande. Las empresas de importación trabajan con una comisión de alrededor del 8% más los gastos de gestión.



Los precios de venta al público suelen oscilar entre 12 y 24 euros por kilo. Los paquetes pequeños de arándanos de alta calidad son los más caros. Los arándanos ecológicos se venden a veces por más de 24 euros/kg. Los precios al por menor no tienen nada que ver con los precios del comercio internacional. Cuando la disponibilidad es muy alta, los supermercados suelen organizar promociones adicionales para promover la venta de las cantidades sobrantes.

Año / País	6.1.5 Precios de importación de cerezas (Pos.Taric 0809.2900)											
	Valor (en USD por kg)											
Chile	5,70	5,35	5,74	4,30	7,94	7,72	9,52	10,13	6,80	8,21	11,72	9,67
Argentina	6,08	4,42	6,35	5,95	8,07	4,70	6,55	4,90	6,34	7,75	8,83	8,10
Holanda	3,57	4,36	5,20	5,28	5,61	5,07	4,72	5,35	5,35	4,63	3,55	4,92
Sudáfrica	3,11	-	2,64	0,33	4,42	2,76	-	4,53	2,86	5,68	16,85	8,23
Italia	4,35	4,09	4,25	4,54	4,59	3,66	3,67	5,15	4,35	4,90	4,28	5,92
España	2,66	2,14	2,58	2,73	2,83	3,02	2,80	2,71	2,73	3,12	3,84	4,02
Turquía	3,61	3,43	3,90	3,92	4,23	4,05	2,92	3,53	3,84	3,59	3,52	3,73
Francia	3,79	3,30	3,94	1,42	1,37	2,57	3,47	3,30	2,92	3,71	0,73	0,60
Perú	4,00	-	-	-	10,00	5,00	4,80	-	-	-	-	6,33
Grecia	3,24	2,73	3,32	3,36	3,27	3,36	2,48	2,87	3,00	2,64	2,84	3,41
Ø Subtotal	3,45	3,27	3,79	3,82	3,99	3,76	3,09	3,61	3,82	3,74	3,52	3,83
Ø Total	3,24	3,31	3,85	3,63	3,89	3,73	3,06	3,58	3,78	3,59	3,43	3,74

Gráfico: Precios por principales países (USD/kg)



## 7.2 NIVEL MINORISTA

Información sobre los precios de consumo diarios en la gama de supermercados en línea como Kaufland y Rewe pueden consultarse por Internet. Este Consulado General Argentino también va a realizar una encuesta de precios in situ en los supermercados en la temporada de 2022.



## 7.3 NIVEL MAYORISTA

Origen		Cal.	Año	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
Argentina		3/4	2021	140	144	148	158	164	163	163	160	159	150	142	135	126	120
Argentina		3/4	2020	130	126	125	125	126	129	126	131	134	130	139	147	153	147
España		3/4	2021	139	141	147	165	167	163	173	162	166	168	170	168	167	169
España		3/4	2020	163	150	146	151	146	147	142	142	147	149	164	161	165	159
Sudáfrica		3/4	2021	139	138	144	156	164	169	179	167	167	134	147	141	134	123
Sudáfrica		3/4	2020	135	133	131	130	133	135	135	139	145	149	155	157	167	158
Argentina		5/6	2021								153	150	136	123	120	105	104
Argentina		5/6	2020								137	141	135				
España		5/6	2021	123	125	130	147	147	153	151	151	154	157	159	159	153	150
España		5/6	2020	152	135	133	137	137	137	133	136	140	140	153	147	152	150
Sudáfrica		5/6	2021		105	120	128	140	162	160	147	145	159			121	
Sudáfrica		5/6	2020			115	125	126	120	120	129						

Gráfico: Limones Argentina 3/4

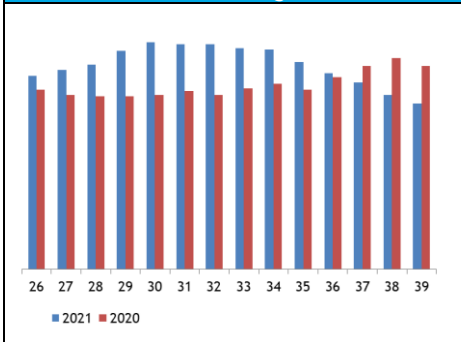


Gráfico: Limones España 3/4

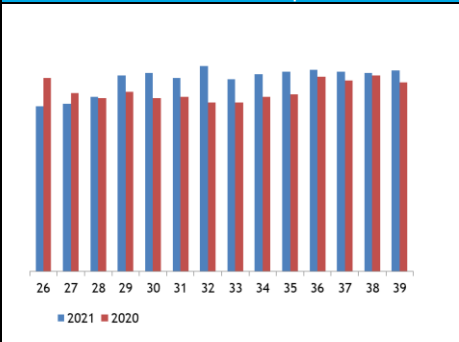
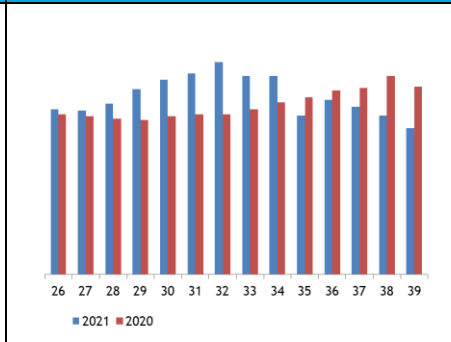


Gráfico: Limones Sudáfrica 3/4



Fuente de datos: Gráfico propio en base del informe semanal No. 25-39 2021 del BLE

Origen		Variiedad	Cal.	Año	21	22	23	24	25
Argentina		Pink Lady	75/80	2021	188	184	186	184	184
Argentina		Pink Lady	75/80	2020	295	256	252	256	257
Chile		Braeburn	70/75	2021		220	188	187	168
Chile		Elstar	70/75	2021	233	235	233	234	233
Chile		Elstar	70/75	2020	209	209	208	201	192
Chile		Granny Smith	70/75	2021	175	175	168	170	
Chile		Granny Smith	70/75	2020		204	212	212	
Chile		Pink Lady	75/80	2021		193	209	218	209
Chile		Pink Lady	75/80	2020		280	234	207	226
Chile		Tenroy/Royal Gala	75/80	2021	160	159	164	172	168
Chile		Tenroy/Royal Gala	75/80	2020	146	148	150	146	146
Chile		Jazz	75/80	2021		244	243	237	235
Nueva Zelanda		Braeburn	75/80	2021			167	180	180
Nueva Zelanda		Braeburn	75/80	2020			159	160	163
Nueva Zelanda		Kanzi	75/80	2021			265	269	269
Nueva Zelanda		Kanzi	75/80	2020			239	235	242
Nueva Zelanda		Cox Orange	75/80	2021	143	149	170	183	188
Nueva Zelanda		Cox Orange	75/80	2020	206	196	197	192	194
Nueva Zelanda		Jazz	75/80	2021		249	240	236	241
Nueva Zelanda		Jazz	75/80	2020		247	238	250	248
Nueva Zelanda		Pink Lady	75/80	2021			248		
Nueva Zelanda		Pink Lady	75/80	2020			262		
Nueva Zelanda		Tenroy/Royal Gala	75/80	2021	184	180	182	184	180
Nueva Zelanda		Tenroy/Royal Gala	75/80	2020	172	154	159	160	169

Gráfico: Pink Lady Argentina

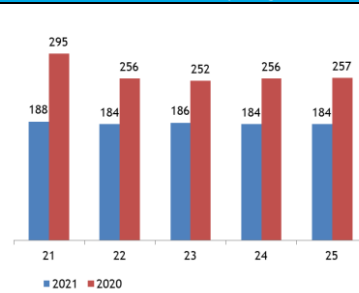
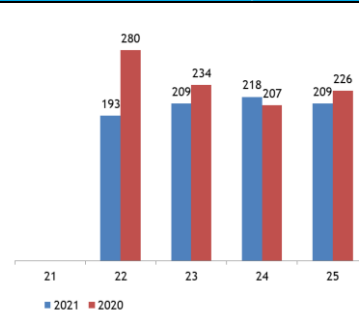


Gráfico: Pink Lady Chile





Origen	Variiedad	Cal	Año	21	22	23	24	25	Pink Lady Nueva Zelanda (23) y Sudáfrica (24, 25)
Sudáfrica	Kanzi	75/80	2021				250	240	
Sudáfrica	Granny Smith	75/80	2021				180	177	
Sudáfrica	Braeburn	75/80	2021	156	156	161	163	161	
Sudáfrica	Braeburn	75/80	2020	139	153	151	147	146	
Sudáfrica	Tenroy/Royal Gala	75/80	2021	153	153	153	153	153	
Sudáfrica	Pink Lady	75/80	2021				233	233	
Sudáfrica	Pink Lady	75/80	2020				285	251	

Fuente: Asociación Federal de Agricultura y Alimentos (BLE, por su sigla en alemán).

Todos los precios para mercadería de clase 1. Los precios incluyen los gastos para embalaje

Precios para mercadería del exterior abarcan tanto los precios de venta de los importadores como los de los mercados mayoristas. Los precios rigen para volúmenes mayores

7.3.3 Peras - Precios promedios de venta semanales de los mercados mayoristas en Alemania (en Euros por 100 kg. peso neto, sin IVA)													
Origen	Variiedad	Calib.	Año	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
Argentina	Abate Fetel	70/75	2021	207	205	196	191	190	186	180	177	186	191
Argentina	Abate Fetel	70/75	2020	242	251	267	266	252	240	194	195	200	202
Argentina	Abate Fetel	75/80	2021	167	167	167	167	169	183	198	190	202	205
Argentina	Abate Fetel	75/80	2020	243	238	272	272	266	256	235	213	222	246
Argentina	Abate Fetel	80/85	2021					175	250	245	233	228	217
Argentina	Packham's Triumph	70/75	2021	122		119	118			144	141	130	132
Argentina	Packham's Triumph	70/75	2020	160		160	160			163	164	165	172
Argentina	Williams Chr. rojas	70/75	2021	160		150	152	156	156	156	152	150	
Chile	Abate Fetel	70/75	2021	202	210	204	198	206	206	203	207	220	228
Chile	Abate Fetel	70/75	2020	243	242	233	236	235	236	229	233	231	229
Chile	Abate Fetel	75/80	2021	199	205	203	195	197	209	196	212	239	246
Chile	Abate Fetel	75/80	2020	259	259	248	250	247	245	234	239	235	238
Chile	Abate Fetel	80/85	2021		245	240	239	234	244	232	220	220	220
Chile	Abate Fetel	80/85	2020		269	266	280	290	281	255	255	255	254
Chile	Forelle	70/75	2021	218	209	204	203	200	198	197	198	200	202
Chile	Forelle	70/75	2020	239	240	234	231	229	237	232	247	231	216
Chile	Forelle	75/80	2021		238	238	238	226	238	219	202	210	212
Chile	Forelle	75/80	2020							262	269	251	210
Italia	Abate Fetel	70/75	2021	218	218	214	219	205	176				
Italia	Abate Fetel	70/75	2020	242	242	242	242	238					
Italia	Abate Fetel	75/80	2021	236	239	245	246	300	228				
Italia	Abate Fetel	75/80	2020						300				
Italia	Abate Fetel	80/85	2021	250	250	262	271	266	242				
Italia	Abate Fetel	80/85	2020					320	320				
Sudáfrica	Abate Fetel	70/75	2021	168		177	186	187	198	199	198	202	201
Sudáfrica	Abate Fetel	70/75	2020	202		199	200	200	200	205	215	222	217
Sudáfrica	Abate Fetel	75/80	2021	230		219	218	218	229	228	216	220	219
Sudáfrica	Abate Fetel	75/80	2020	206		206	206	230	228	228	230	229	230
Sudáfrica	Packham's Triumph	70/75	2021	130	128	127	127	127	126	125	123	125	127
Sudáfrica	Packham's Triumph	70/75	2020	135	134	133	133	135	134	135	134	138	141
Sudáfrica	Packham's Triumph	75/80	2021	137	136	134	134	134	134	135	136	138	140
Sudáfrica	Packham's Triumph	75/80	2020	144	144	143	142	141	139	136	140	142	148
Sudáfrica	Forelle	70/75	2021	226	221	218	223	219	221	215	209	205	201
Sudáfrica	Forelle	70/75	2020	221	220	223	223	227	221	217	231	220	210
Sudáfrica	Forelle	75/80	2021	249	241	246	243	241	214	225	239	228	217
Sudáfrica	Forelle	75/80	2020	220	236	241	237	249	238	230	251	238	235

Fuente: Asociación Federal de Agricultura y Alimentos (BLE, por su sigla en alemán).

Todos los precios para mercadería de clase 1. Los precios incluyen los gastos para embalaje

Precios para mercadería del exterior abarcan tanto los precios de venta de los importadores como los de los mercados mayoristas. Los precios rigen para volúmenes mayores

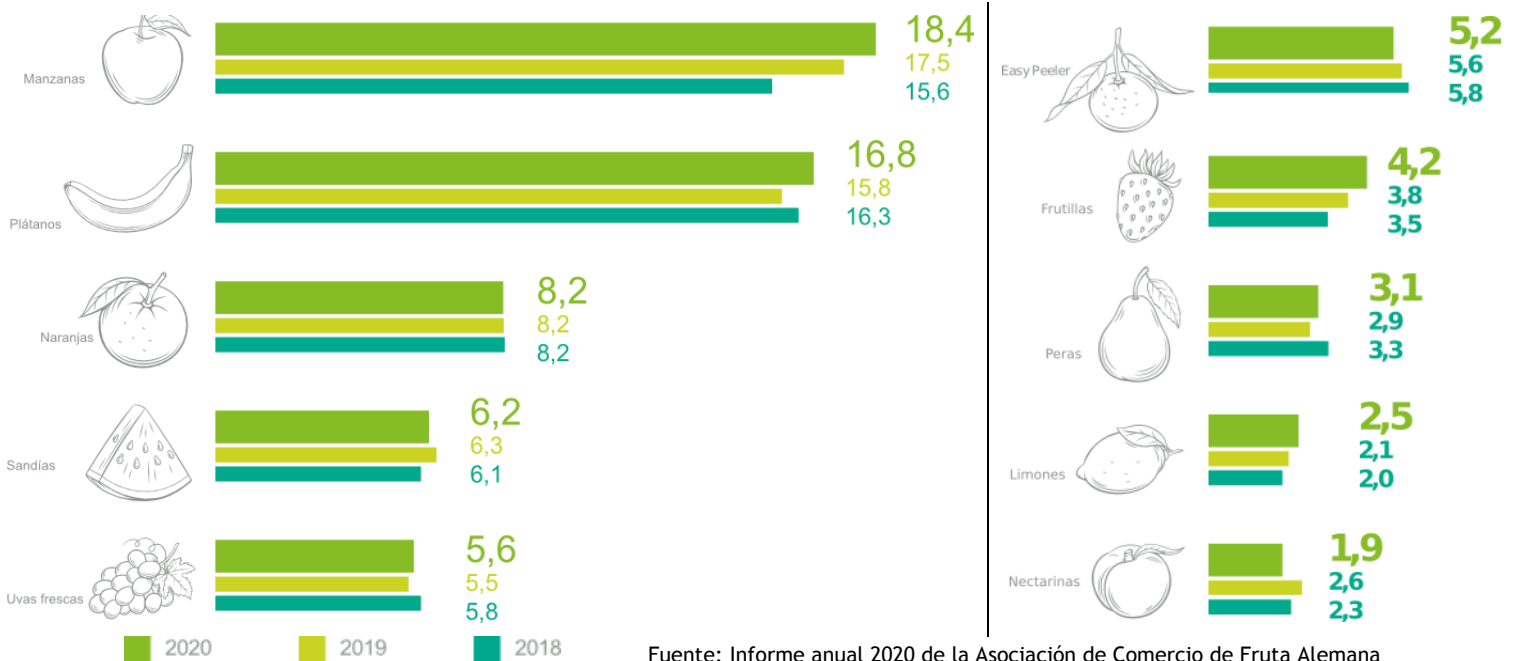


## 8. CONSUMO

Año / Tipo de fruta	2011/12	2012/13	2013/14	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
	Consumo per cápita de frutas (en kg)						
Manzanas	15,5	15,9	16,9	18,0	21,5	25,5	21,9
Plátanos	10,4	11,0	12,0	12,0	12,4	11,6	11,9
Uvas de mesa	3,0	2,8	3,3	5,4	5,3	4,9	5,1
Frutillas	2,7	2,7	2,7	3,4	3,5	3,6	3,8
Duraznos	2,9	3,0	3,1	3,7	3,9	3,4	3,7
Peras	2,2	1,8	2,1	2,6	2,6	2,7	2,5
Guindas y cerezas	1,1	0,9	1,1	2,4	2,2	2,6	2,4
Berries	0,9	1,0	1,2	2,8	3,1	4,3	4,5
Ciruelas	1,1	1,0	1,1	2,4	0,9	1,1	1,0
Damascos	0,5	0,6	0,6	0,8	0,9	0,8	0,8
Moras y grosellas	0,4	0,4	0,6	2,4	1,9	0,7	0,6
Otras frutas frescas	7,5	8,1	8,5	11,2	11,7	13,3	12,4
Total frutas frescas	48,1	49,2	53,2	65,1	70,0	74,4	70,6

Fuente: Asociación Federal de Agricultura y Alimentos (BLE, por su sigla en alemán) publicado en [www.bmel-statistik.de](http://www.bmel-statistik.de)

Gráfico: TOP 10 de las frutas frescas consumidas en Alemania (kg/hogar)



Fuente: Informe anual 2020 de la Asociación de Comercio de Fruta Alemana

En términos absolutos, el mayor crecimiento se produjo en los "clásicos" de la gama, es decir, las manzanas y los plátanos. Las naranjas (cítrico más popular en Alemania) y los easy peeler no crecieron a pesar de demanda, porque la situación de la oferta no lo permitía. Sin embargo, la oferta ha aumentado en los últimos meses. Hubo un claro aumento del consumo de los limones (sin limas), que, junto con el jengibre, que también se compra con más frecuencia, se consideran un remedio probado contra la gripe. Las frutillas también estuvieron entre los grandes ganadores, con poca competencia de las frutas de carozo. Los berries de arbustos también son muy populares en Alemania. Las frambuesas y los arándanos son los que más se consumen al año, con aproximadamente un kilo per cápita. Las grosellas ocupan el tercer lugar, con 400 gramos; las moras y las grosellas espinosas se consumieron en conjunto 200 gramos en la última campaña. El espino amarillo, baya de saúco y otros berries representaron un total de 2,4 kilogramos per cápita.




Aunque el crecimiento del volumen global fue modesto, el gasto aumentó un 15 %. Los precios de consumo de casi todas las frutas aumentaron, siendo los mayores los de la escasa fruta de carozo. Entre las excepciones con precios de consumo constantes o en descenso son los plátanos, las piñas y otros productos considerados exóticos como las paltas y los mangos.

Abastecimiento del mercado alemán con frutas								
Frutas frescas	2019/2020				2020/2021			
	Producción utilizable	Importación neta	Consumo local *	Autoabastecimiento	Producción utilizable	Importación neta	Consumo local *	Autoabastecimiento
	(en 1.000 t)			(en %)	(en 1.000 t)			(en %)
Manzanas	931	918	1.916	48,6	958	1.180	2.119	44,8
Peras	39	181	220	17,7	36	187	223	16,1
Cerezas y guindas	52	160	211	24,5	44	158	202	22,0
Ciruelas	45	44	89	50,7	46	53	99	46,7
Damascos	0	74	74	0,0	0	57	57	0
Duraznos	0	329	329	0,0	0	264	264	0
Frambuesas	7	90	97	7,4	7	90	97	7,0
Arándanos	14	82	96	14,6	11	75	86	12,5
Frutillas	137	209	346	39,5	11	75	86	12,5
Uvas frescas	0	456	456	0,0	0,0	466	466	0,0
Bananas	0	1.051	1.051	0,0	0,0	1.030	1.030	0,0
Otras frutas**	0	1.104	1.104	0,0	0,0	1.128	1.128	0,0
En total	1.240	4.944	6.252	19,8	1.255	5.118	6.354	19,7

\* El consumo local incluye el consumo humano, forraje y cantidades no aprovechables para el consumo.

\*\* Incluidas las frutas tropicales

El grado de autoabastecimiento alemán de todo el sector de frutas es menos de un 20 %. Más del 80 % de todas las frutas consumidas en el mercado alemán son productos importados. Sin embargo, hay diferencias marcadas entre las diferentes variedades. Mientras, por ejemplo las manzanas en Alemania provienen en un 45 % de la producción local, los cítricos no pueden ser cultivados en Alemania debido a sus condiciones climáticas y por lo tanto el mercado alemán depende totalmente de las importaciones.

	Consumo de manzanas
<p>Las manzanas son una de las mayores categorías del surtido de frutas. La principal competencia de las manzanas procede de otras manzanas de nuevas variedades. Atraer a los consumidores en términos de sabor y otros atributos positivos de la variedad de manzana se considera un importante elemento de marketing.</p>	
<p>Las variedades de manzana más populares son crujientes, con un buen bocado, una piel colorida y un sabor dulce, a menudo ligeramente ácido. Otras características deseables en la cría de manzanas comerciales son la facilidad de transporte, la buena capacidad de almacenamiento, el alto rendimiento y la resistencia a las enfermedades.</p>	
<p>Las manzanas importadas durante el verano alemán compiten con las frutas locales de temporada, como la fruta de carozo y las frutillas. Los consumidores prefieren la fruta fresca de temporada a las manzanas importadas o almacenadas durante mucho tiempo. Sin embargo, las manzanas siguen siendo un producto importante durante todo el año y se espera que las manzanas importadas sigan teniendo demanda.</p>	



## Consumo de peras

El consumidor alemán come una media de 3,1 kilos de peras al año, lo que corresponde a un volumen total de 220.000 toneladas. A pesar de estas cifras, Alemania no es tradicionalmente un país productor de peras, y la mayor parte del mercado se nutre de la importación.

El comercio neerlandés y belga se ha dirigido a la vecina Alemania. Los países colaboran en campañas de promoción de la pera Conference. La Conference del Benelux compite con los volúmenes más pequeños de la cosecha alemana y sobre todo con la Abate Fetel italiana.

La competencia de ultramar es con Abate Fetel, Packham's Triumph y Forelle de países como Chile, Sudáfrica y Argentina.



## Consumo de arándanos

La mayor ventaja de los arándanos sobre otras bayas y frutas blandas es que tienen una vida útil más larga y son relativamente fáciles de transportar. Al ser una fruta menos tradicional, los consumidores alemanes se han acostumbrado a la disponibilidad de arándanos durante todo el año.

Al estar muy promocionados como producto saludable, los arándanos han ganado popularidad frente a otras frutas blandas. Sin embargo, el precio puede ser un problema. Si los precios de los arándanos suben demasiado, puede ser un motivo para que los consumidores se pasen a otras frutas o a los arándanos congelados, que suelen ser más baratos e igual de fáciles de usar.

### Abastecimiento del mercado alemán con frutas cítricas (en 1.000 t)

Año	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Producción alemana	0	0	0	0	0	0	0	0
Importación	3.364	3.602	3.742	3.482	3.418	3.380	3.347	3.454
Exportación	651	673	702	609	625	677	655	623
Pérdida en el mercado	- 39	- 40	- 42	- 41	- 41	- 40	- 42	- 46
Consumo interno	2.675	2.889	2.998	2.833	2.752	2.663	2.649	2.786
Consumo per cápita (kg)	33,1	35,6	36,5	34,3	33,2	32,1	31,9	33,5

### Consumo interno de frutas cítricas (en 1.000 t)

Año	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Naranjas	396	418	436	417	433	414	453	445
Clementinas y otras	342	354	352	358	350	336	307	377
Limonos	127	132	152	158	169	177	209	225
Pomelos y otros cítricos	65	58	61	55	43	41	49	51
Total cítricos frescos	931	962	1.001	988	995	969	1.019	1.098
Productos de cítricos	1.744	1.927	1.996	1.845	1.757	1.693	1.631	1.688
En total	2.675	2.889	2.998	2.833	2.752	2.663	2.649	2.798



Consumo per cápita de frutas cítricas (en kg)								
Año	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Naranjas	4,9	5,1	5,3	5,0	5,2	5,0	5,4	5,3
Clementinas y otras	4,2	4,4	4,3	4,3	4,2	4,1	3,7	4,5
Limonos	1,6	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,5	2,7
Pomelos y otros cítricos	0,8	0,7	0,7	0,7	0,5	0,5	0,6	0,6
Total cítricos frescos	11,5	11,9	12,2	12,0	12,0	11,7	12,3	13,3
Productos de cítricos	21,6	23,7	24,3	22,4	21,2	20,4	19,6	20,3
En total	33,1	35,6	36,5	34,3	33,2	32,1	31,9	33,5

Fuente: Asociación Federal de Agricultura y Alimentos (BLE, por su sigla en alemán)

El consumo de cítricos en Alemania se mantiene en un alto nivel y se espera un incremento del consumo en los próximos años, motivado por la creciente tendencia a la adquisición de productos saludables. Esta tendencia se vio potenciada por la pandemia de COVID 19, que provocó un aumento significativo de la demanda de los cítricos y de los kiwis como proveedores clásicos de vitamina C. Según la Asociación Alemana del Comercio de Frutas, en marzo/abril de 2020 se compraron un 15% más de cítricos que el año anterior, a pesar de la escasa disponibilidad de mercancía. Esto también provocó un fuerte aumento de los precios en este segmento. Tras una breve pausa en mayo/junio, cuando no hubo más oferta, el aumento de la demanda continuó durante la temporada de comercialización de los productos del hemisferio sur. Sin embargo, esta cae justamente en el periodo de los meses de verano alemanes (junio-agosto), cuando la demanda de cítricos es normalmente muy reducida en comparación con los países vecinos de Europa Occidental. Por lo tanto, los aumentos en cifras absolutas no han sido muy importantes. Recién a partir de octubre se produjo nuevamente un aumento significativo.

El consumo interno per cápita incluye el consumo en los hogares y en restaurantes.

**Gráfico: Calendario de las temporadas altas y bajas en Alemania**



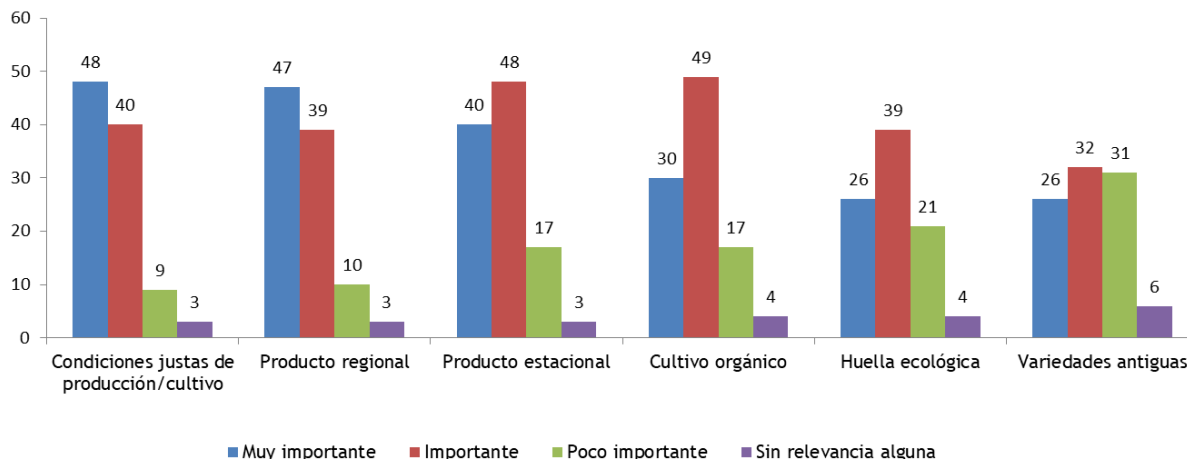
Fuente: ► [www.deutsches-obst-und-gemuese.de](http://www.deutsches-obst-und-gemuese.de)





## 9. TENDENCIAS

Gráfico: Encuesta sobre la pregunta: ¿Qué importancia tienen para usted los siguientes aspectos a la hora de comprar alimentos?



Fuente: Statista- encuesta de 2019

Según un reciente estudio del instituto de investigación de mercados GfK, la tendencia de compra es hacia los productos vegetarianos, veganos y sostenibles de la región. Esto ya era así antes de la pandemia pero en su transcurso algunos aspectos han cobrado más importancia. Según el estudio, hay aspectos psicológicos que seguirán influyendo en el comportamiento de compra en el futuro. Entre ellos, un mayor amor por la región, la salud física y mental y un consumo más consciente.

### Productos orgánicos

Una de las tendencias principales que se observa en el mercado de productos agroalimentarios desde hace mucho tiempo es la de una demanda fuerte de productos orgánicos, motivada por una creciente preocupación por el medioambiente, la seguridad alimenticia y la salud.

Según el Instituto de Investigación de la Agricultura Ecológica (FiBL, <https://statistics.fibl.org>), las ventas totales al por menor de alimentos ecológicos en Alemania aumentaron un 9% en 2019, alcanzando un valor de 11.970 millones de euros, lo que representa el 5% del mercado total de alimentos. En el mismo año, el consumidor alemán gastó una media de 144 euros en alimentos ecológicos.

La pandemia de COVID-19 ha sido un estímulo adicional para el abastecimiento y el consumo de productos locales y ecológicos. De esa manera, el mercado ecológico creció hasta un total de 14.990 millones de euros en 2020, año marcado por la pandemia de COVID-19. Esto significa que los alemanes invirtieron un 22% más de dinero en alimentos y bebidas orgánicas que en 2019. Lo orgánico creció aproximadamente el doble que el mercado de alimentos en su conjunto, ya que las personas cocinaron y comieron más en casa durante la pandemia y se centraron en alimentos saludables, respetuosos con el medio ambiente y los animales. La cuota de mercado de los alimentos ecológicos en el mercado total de alimentos aumentó así hasta alcanzar el 6,4%. Las ventas de fruta ecológica también crecieron significativamente en un 25% en comparación con el año anterior y representaron el 7,4% de las ventas totales de fruta fresca en 2020.

Debido al cierre de los restaurantes durante la pandemia de COVID-19, los consumidores gastaron más en los supermercados y eligieron específicamente los productos ecológicos y los productos sanos con una vida útil más larga. Según el Instituto de Investigación de Agricultura Ecológica (FiBL), esto impulsó especialmente las ventas al por menor de frutas y verduras ecológicas.








La demanda de productos locales y ecológicos seguirá desarrollándose en los próximos años. Pero Alemania no va a poder abastecerse de todo localmente y tampoco la producción ecológica europea es suficiente para satisfacer la creciente demanda. Para los proveedores extranjeros, lo ecológico puede ser un segmento interesante, pero tener un buen acceso a los proveedores de servicios logísticos y mantener la asequibilidad del transporte será crucial para cualquier producto de exportación. La pandemia puso una vez más de manifiesto la importancia de una logística fiable y eficiente en el comercio internacional.

En resumen, el mercado alemán de frutas y verduras ecológicas es un mercado en crecimiento. Sin embargo, el segmento de los productos ecológicos es también, con mucho, uno de los segmentos más difíciles en términos de cumplimiento.

Para encontrar empresas especializadas en productos ecológicos, se pueden utilizar bases de datos como Organic-bio o visitar la feria Biofach en Alemania.

Los productos ecológicos en el mercado alemán se reconocen por las siguientes etiquetas:

European organic	Bio-Siegel	Naturland	Bioland	Demeter
				
Logotipo ecológico de la UE	equivalente alemán	Asociación internacional de agricultura ecológica	principalmente para productos locales	para productos biodinámicos
<a href="#">Mayor información</a>	<a href="#">Mayor información</a>	<a href="#">Mayor información</a>	<a href="#">Mayor información</a>	<a href="#">Mayor información</a>

La etiqueta Bio-Siegel puede utilizarse junto con el logotipo ecológico europeo para los alimentos ecológicos, pero para ello debe registrar su producto en el Servicio de Información Bio-Siegel antes de comercializarlo. Cuando el importador requiera una etiqueta alemana como la de Naturland, se debe tener en cuenta que las normas ecológicas alemanas son más estrictas que las europeas.

Ejemplo de arándanos de cultivo orgánico procedente de Argentina con logotipos orgánicos. Envasado en los Países Bajos en envases PET de 125 g. En el surtido de una tienda Rewe de Hamburgo en diciembre de 2021.



Foto: Consulado General Argentino en Hamburgo



## Regionalidad y producción sustentable

La tendencia de comprar productos de la región se articula por medio de marcas propias como “Unsere Heimat” (nuestra patria) o “Wir aus der Region” (nosotros de la región) con las cuales se declaran productos regionales.

La creciente preocupación por el medio ambiente, el cambio climático, la sociedad, la escasez de alimentos, la calidad, la ingeniería genética y las toxinas hacen que los consumidores alemanes sean más conscientes a la hora de comprar.

La sostenibilidad y la conciencia medioambiental influirán cada vez más en las decisiones de compra en los próximos años.

Presentación de manzanas con referencias a la regionalidad y calendarios de ofertas con referencias a la disponibilidad a través de la cosecha, la oferta procedente de depósitos y las ofertas de ultramar.



Foto: Consulado General Argentino en Hamburgo (2021)

Al mismo tiempo, los consumidores atribuyen una gran responsabilidad a los minoristas. Los importadores alemanes actúan en este sentido exigiendo transparencia y certificaciones a sus proveedores, incluyendo acciones para registrar y reducir el uso de pesticidas, centrarse en la seguridad y el bienestar de los empleados y limitar el uso de agua. Como proveedor, es crucial entender y cumplir estos requisitos.

Junto con la mayor atención que se presta a los productos sostenibles, los compradores alemanes tienden a centrarse más en los productos de origen local que utilizan menos envases y emplean una mejor comunicación. Al tratar con el mercado alemán, hay que tener en cuenta las temporadas locales y europeas. Por otra parte, es importante proporcionar información sobre el origen del producto, su cultivo y los métodos de producción.



### Preocupación por la seguridad alimenticia, medioambiente y producción justa

El comercio minorista y la industria de procesamiento de alimentos responden a la preocupación creciente pública por la seguridad alimenticia. Como consecuencia de ello, el control sobre las cadenas de suministro se torna más rígido. Se prefiere contar con un número limitado de proveedores seleccionados (importadores y productores), a quienes se transfiere la responsabilidad por la calidad de los alimentos. Por lo tanto, crece la dependencia mutua. Es importante establecer una relación comercial de confianza con importadores reconocidos en el mercado local.

En este contexto, la certificación GlobalG.A.P. para garantizar las buenas prácticas agrícolas se ha convertido desde hace tiempo en un requisito previo para acceder al mercado alemán. Sin embargo, además de GlobalG.A.P., los certificados sobre el cumplimiento de normas sociales también forman parte de la norma para el comercio internacional de frutas y hortalizas frescas, ya que las grandes cadenas de supermercados, en particular, los exigen. Entre ellas se encuentran la Auditoría de Comercio Ético para Miembros de Sedex o la norma GRASP focalizado en la valoración de los aspectos sociales de la actividad de los trabajadores agrícolas.

### Convenience food

Otra tendencia en la alimentación alemana es una creciente demanda en los productos del segmento "convenience food" (término que se utiliza también en idioma alemán), que abarca platos preparados envasados y listos para ser servidos y consumidos, con un mínimo de esfuerzos y poco tiempo de preparación. Ingredientes frescos y no procesados, se reemplazan por productos que requieren menos tiempo para ser preparados. Sobre todo los consumidores jóvenes, que muchas veces llevan un estilo de vida que incluye muchas ocupaciones, han creado esta demanda. En el segmento de las frutas se refleja en un aumento de la demanda de frutas pre-cortadas o ensaladas de frutas frescas.

### La salud como motor del consumo

La salud es cada vez más importante. Casi un tercio de los consumidores alemanes se identifican como como "conscientes de la salud". Esto se traduce en un número creciente de personas con dietas vegetarianas o veganas y un y un mayor consumo de productos orgánicos, lo que puede ser beneficioso para el comercio de frutas y hortalizas frescas. Para casi el 70% de los consumidores alemanes, la salud es uno de los factores más importantes a la hora de comprar productos frescos.

Fuente: ► <https://dfhv.de/verantwortung/forschung/>

### Evitar los residuos en los envases del comercio minorista

En 2019 entró en vigor la nueva ley alemana de envases Verpack G. La ley establece mayores objetivos de reciclaje para diferentes materiales de envasado y obliga a todas las empresas que venden productos de consumo envasados a inscribirse en el registro central de envases denominada "Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister" (Agencia central para el registro de envases).



En la mayoría de los casos, esto será responsabilidad de su importador que debe solicitar una licencia con el llamado sistema de doble eliminación, como el "Punto Verde" (Der Grüne Punkt), para garantizar que el material de envasado se reciclará en una instalación controlada. La etiqueta del Punto Verde se encuentra en prácticamente todo el material de envasado en Alemania, por lo que será muy difícil comercializar un producto preenvasado sin ella.



Cuando se suministran frutas u hortalizas preenvasadas a Alemania, es por lo tanto necesario comprobar si se aplican los requisitos de registro. Los importadores alemanes pueden proporcionar más información sobre el material de envasado requerido.

Información sobre el programa de eliminación y reciclaje del Punto Verde:

► <https://www.gruener-punkt.de/en/>

Ejemplo de nuevos envases con referencia al uso de menos plástico, que además garantizan una óptima conservación del producto en términos de calidad y frescura. Nota: "Aproximadamente un 40% menos de plástico en comparación con una bandeja con tapa de plástico".



Foto: Consulado General Argentino en Hamburgo

Para el futuro negocio en el mercado europeo de la fruta es importante reducir el uso de plásticos y sustituirlo por materiales de envasado alternativos y más sostenibles. Que ya no se trata solamente de una perspectiva en el futuro demuestra el hecho que Francia, siguiendo el plan de la Ley de Transición Energética para el Crecimiento Verde, ya prohibirá los envases plásticos en 30 frutas y verduras en 2022. Una excepción son variedades más sensibles, como los berries. A partir de 2026, la prohibición de los envases de plástico se aplicará a todas las frutas y verduras.

A su vez, en Alemania los ministros de los estados federados han introducido una iniciativa legislativa según la cual las frutas y hortalizas se deben comercializar en el futuro con embalaje reducido y en gran parte sin plástico, por razones de evitar los residuos y conservar los recursos. Además, se debe evitar el uso de etiquetas y adhesivos no biodegradables para frutas y verduras. Al mismo tiempo, se buscan soluciones de envasado que eviten las magulladuras o el deterioro prematuro de la fruta a pesar del ahorro de plástico. El sector del comercio de frutas lleva tiempo buscando formas de hacer que los envases sean más sostenibles. Ya sea mediante la reducción del material de envasado o el uso de materiales alternativos, como el papel vegetal o los plásticos biodegradables.

Mayor información: ► <https://packagingeurope.com/connections/sustainability>

### Otras tendencias políticas

En los próximos años, el "Green Deal" europeo influirá en la forma de utilizar los recursos y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Las nuevas políticas de la UE en materia de sostenibilidad tienen el objetivo de convertir a Europa en el primer continente climáticamente neutro en 2050.

► [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en)



La estrategia "de la granja a la mesa" (Farm to Fork) se considera una de las iniciativas clave en el marco del Pacto Verde Europeo y tiene como objetivo hacer que los sistemas alimentarios sean justos, saludables y respetuosos con el medio ambiente. Garantizará la producción sostenible de alimentos y abordará, por ejemplo, el envasado y el desperdicio de alimentos. Acuerdos comerciales como el de la UE con Mercosur ya incluyen normas sobre comercio y desarrollo sostenible. Para los proveedores de frutas y hortalizas frescas, es importante anticiparse a las crecientes normas.

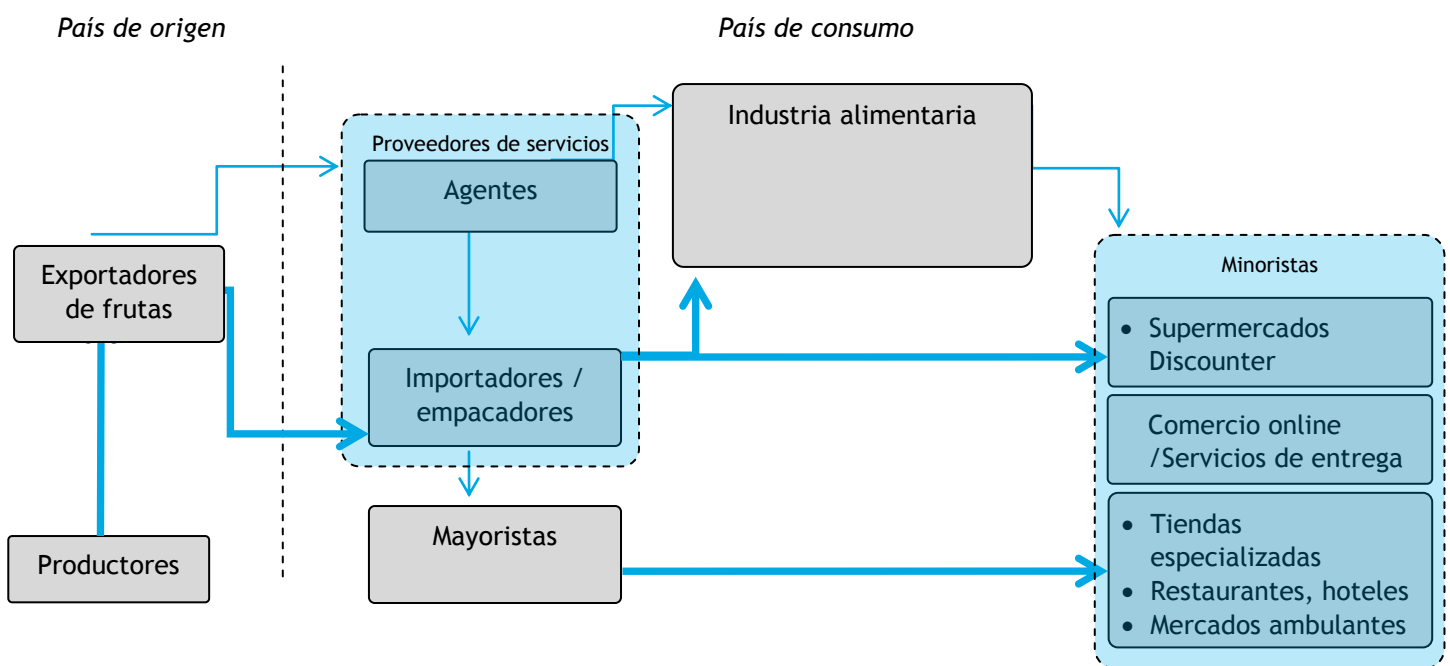
► [https://ec.europa.eu/food/horizontal-topics/farm-fork-strategy\\_en](https://ec.europa.eu/food/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en)

Los países de la Unión Europea tienen reglamentos muy estrictos para aprobar "organismos genéticamente modificados" (OGMs) en el mercado productos alimenticios. Frutas y verduras genéticamente modificadas no tienen permiso de ingreso al mercado. Todos los productos que contienen más de un 0,9% de OGMs tienen que ser etiquetados y seguir normas estrictas de trazabilidad.

Se recomienda observar continuamente las negociaciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC) sobre tarifas de importación y cuotas, controles fitosanitarios y OGMs.

► European Food Safety Authority ([www.efsa.europa.eu](http://www.efsa.europa.eu))

## 10. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN MÁS USUALES



Fuente: Propio gráfico, ampliado en base del modelo del CBI

El producto ingresa al mercado alemán principalmente por medio de importadores o agentes especializados en frutas frescas, que son proveedores del comercio minorista.



## Importadores

Estos socios comerciales muchas veces tienen una estrecha relación con sus compradores y disponen de un amplio conocimiento sobre las demandas de calidad, reglamentaciones y tendencias en el mercado. Aunque los canales comerciales en Alemania son cada vez más directos, el comercio minorista alemán sólo importa frutas y hortalizas frescas en volúmenes muy grandes. Algunas de las grandes cadenas de supermercados, como Edeka o Rewe, mantienen sus propias empresas de importación como sucursales. La mayoría, sin embargo, trabaja con una selección de importadores y distribuidores especializados que actúan como proveedores de servicios y suelen suministrarlos a través de programas anuales.

Las empresas que participan en los programas de suministro al comercio minorista prefieren negociar con proveedores medianos o grandes, bien organizados y capaces de trabajar eficazmente y cumplir los estrictos requisitos durante un largo periodo de tiempo. Los importadores más pequeños suelen estar más especializados en determinados tipos o calidades de fruta.

En general se puede decir que los importadores son los socios comerciales que más a menudo establecen una relación comercial de largo plazo con sus proveedores. Es muy importante para ellos un suministro confiable, en servicio y calidad de la mercadería.

Los importadores a menudo están interesados en una relación de suministro directo con productores y también están dispuestos a comenzar con programas de suministro más pequeños para luego aumentar sucesivamente las cantidades.

## Agentes

Los agentes independientes buscan ofertas de productos y actúan como intermediarios entre el exportador y la industria de procesamiento de alimentos y el comercio minorista. Los agentes no compran los productos envasados y muchas veces trabajan a comisión pagados por el vendedor. Existen dos tipos de agentes: agentes que representan a los compradores o agentes que representan al vendedor, más a menudo a exportadores. Los agentes se especializan en su mercado y por lo tanto conocen las tendencias, los compradores y los precios. Debido a la fuerte presión de los precios y a los bajos márgenes comerciales, los agentes tienen una posición poco importante en el mercado de las frutas y hortalizas.

## Mayoristas

Los mayoristas compran de agentes, importadores y empresas emparadoras. Por la competencia creciente de agentes e importadores, el número de mayoristas distribuidoras de frutas frescas está bajando. Parte del comercio mayorista son servicios de entrega de comidas que proveen hoteles, restaurantes, cantinas, instituciones como hospitales y otros lugares donde se consumen alimentos.

## Cultura empresarial

La cultura empresarial en Alemania es formal y precisa. Los empresarios alemanes toman decisiones racionales y esperan de sus proveedores una presentación objetiva de su oferta. Los compradores alemanes de frutas y hortalizas frescas valoran la puntualidad y las respuestas rápidas, se fijarán en su historial y en su experiencia previa en estos aspectos. Los importadores alemanes están tratando con clientes muy exigentes que se preocupan por el precio, pero que también buscan la mejor calidad. Las etiquetas de los productos, especialmente las alemanas, como el sello BIO-SIEGEL o el sello PRO PLANET del supermercado Rewe, dan a los consumidores la seguridad de que están comprando un buen producto. El sector alemán de la distribución de frutas en su conjunto se caracteriza por una creciente preocupación por la seguridad alimentaria. Por ello, los grandes importadores buscan cada vez más el contacto directo con los productores para garantizar la calidad y la trazabilidad de los productos y minimizar la presencia de intermediarios.



Además, los importadores están imponiendo a sus proveedores criterios más estrictos que la actual legislación europea.

Contando Alemania con un enorme volumen de ferias, la mejor ocasión para conocer en persona a potenciales socios comerciales es durante un evento de este tipo, aunque hay que tener en cuenta que muchas de las Expos de 2020 y 2021 fueron canceladas o reprogramadas debido a la pandemia del COVID-19. Se espera que muchas ferias y eventos comerciales se celebren en formato digital o híbrido en los próximos meses o quizás años. Este es también el caso de Fruit Logistica, que suele celebrarse todos los años en Berlín en febrero y está considerada la mayor feria de frutas y hortalizas frescas de Europa. Otra feria de mucha importancia es la expo Biofach para productos ecológicos (véase capítulo 15. Ferias y exposiciones especializadas).

Una forma de conseguir nuevos contactos comerciales es el uso de las redes comerciales en línea para los países de habla alemana. Una de las más importantes es XING, que incluye un grupo llamado "FRUCHT - Gruppe für Import und Handel", expertos locales en importación y comercio de frutas.

La mayoría de los compradores locales intentan crear un surtido para todo el año y buscan a los socios ideales con los que quieren establecer relaciones de suministro a largo plazo caracterizadas por la confianza mutua. Rara vez se interesan por las ofertas spot. Como ya se expuso anteriormente, la pandemia de COVID-19 provocó dificultades logísticas en todo el mundo, pero a pesar de la consecuente subida de los precios, aumentaron las importaciones de frutas saludables como las paltas, las naranjas y los arándanos. Se espera que el clima y la sostenibilidad desempeñen un papel más importante en el desarrollo futuro de la importación, acercando la producción a la región.

### Comercio minorista

Las empresas que forman parte del segmento del comercio minorista casi no compran frutas frescas directamente, sino que se abastecen de importadores, agentes y mayoristas. El segmento incluye:

- » Supermercados e hipermercados (ofrecen un surtido completo de productos alimenticios y también productos no alimenticios).
- » Discounters: Tiendas que aplican una política de bajos precios (Aldi, Lidl, etc.).
- » Grandes grupos de distribución que tienen su propio grupo de compra y comercializan el producto con su propia marca. En Alemania son:
  - ▶ Metro ([www.metro.com](http://www.metro.com))
  - ▶ Edeka ([www.edeka.de](http://www.edeka.de))
  - ▶ Kaiser's ([www.kaisers.de](http://www.kaisers.de))
  - ▶ Rewe ([www.rewe.de](http://www.rewe.de))

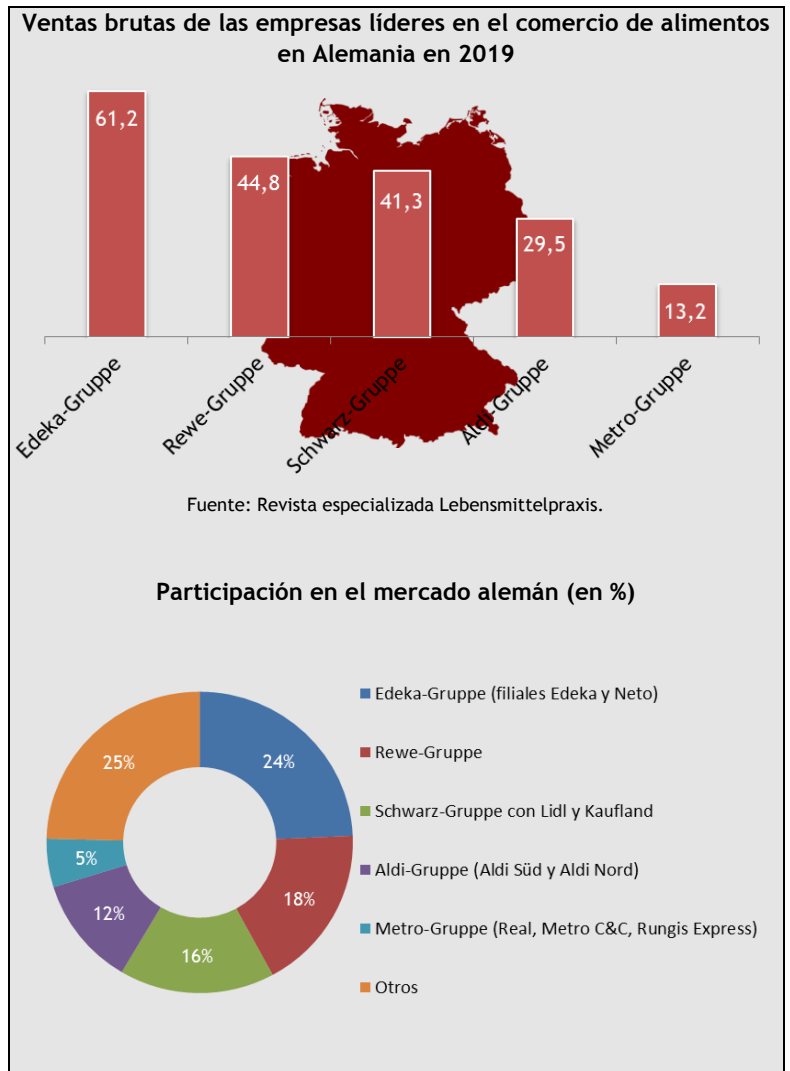




Las centrales de compra del comercio minorista organizado (cadenas de establecimientos de alimentación), las cuales, en algunos casos, disponen de delegaciones de compra regionales distribuyen la mayor cantidad de carne comercializada en el mercado entre los consumidores finales. El segmento incluye supermercados e hipermercados (ofrecen un surtido completo de productos alimenticios) y discounters (tiendas que aplican una política de bajos precios) que debido a su tamaño tienen un considerable poder de adquisición lo que les permite crear sus propias marcas privadas

Si un exportador pretende acceder al mercado alemán a través de estos hipermercados, debería buscar el contacto con la correspondiente central de compra cuyos contactos también pueden ser provistos por este Consulado General.

Parte del comercio minorista también son servicios de entrega de comidas que proveen hoteles, restaurantes, cantinas, instituciones como hospitales y otros lugares donde se consumen alimentos.



El mercado alemán del Retail es considerado por mucho, el más importante de Europa. Tiene como característica el presentar una alta competitividad y segmentación, aunque tal y como ocurre en la gran mayoría de los países desarrollados, el sector de retail (sector alimentario minorista / tiendas de descuento) es en general, caracterizado por su alta concentración y es dominado por grandes consorcios o cadenas de supermercados. Las cinco cadenas de supermercados Edeka, Schwarz, Rewe, Aldi y Metro se reparten más del 75 % del mercado alimentario alemán.

Si un productor pretende acceder al mercado alemán a través de estos hipermercados, debería buscar el contacto con la correspondiente central de compra.

Por un lado, la pandemia provocó un cambio en las ventas del consumo fuera del hogar al comercio minorista de alimentos. La facturación del sector de la hostelería se desplomó drásticamente y hasta la fecha no ha podido recuperarse tras la pandemia. Según la Oficina Federal de Estadística (Destatis), la facturación del sector de la hostelería en octubre de 2021 fue un 17,8% inferior en términos reales a la de febrero de 2020, el mes anterior al inicio de la pandemia en Alemania. Por otro lado, los mercados ambulantes, las tiendas especializadas y la venta online han ganado en importancia frente a los supermercados y las tiendas de descuento a raíz de la pandemia.



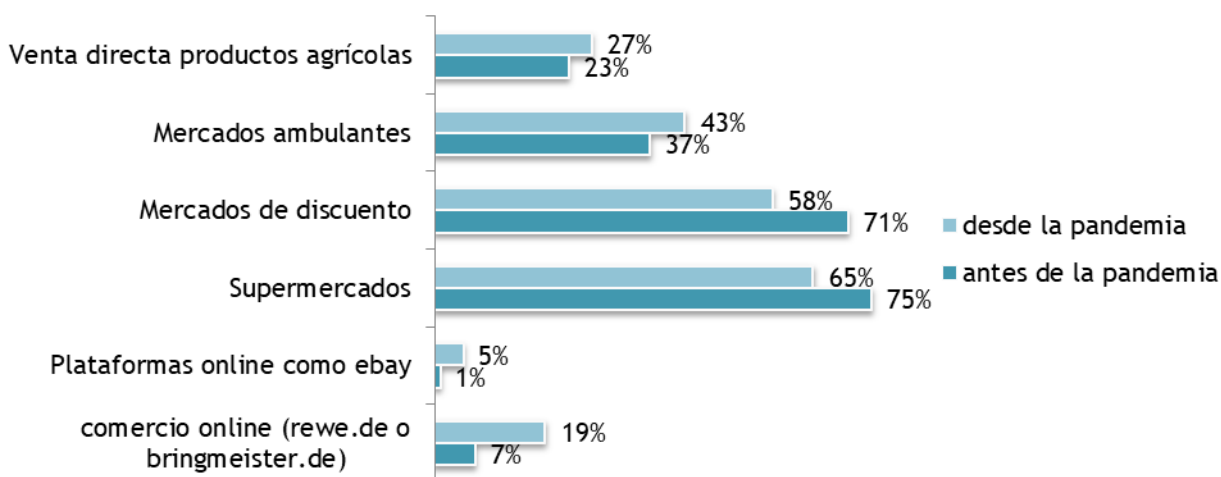
## Comercio online / suministro de entrega

La compra online se está desarrollando rápidamente en Europa. El comercio electrónico permite obtener productos frescos a la carta y responde a la tendencia a la comodidad. La pandemia del COVID-19 ha dado un impulso adicional a la compra online.

Según el informe Nets E-Commerce Report 2020, el comercio electrónico creció exponencialmente en Europa durante la crisis. En Alemania, el 33% de los consumidores indican que compran online más que antes de la pandemia. Según una encuesta realizada en abril de 2020 por BITKOM, la asociación alemana de la industria de la información y las telecomunicaciones, tres de cada diez consumidores piden ahora (también) sus compras en línea. Antes de la pandemia, sólo el siete por ciento de los encuestados decía utilizar servicios en línea como rewe.de o bringmeister.de. Desde la pandemia, la cifra ha aumentado al 19%. La proporción de consumidores que compran alimentos en sitios web de productos agrícolas ha aumentado del 10 al 14 por ciento. Por el contrario, la proporción de clientes que compran en supermercados presenciales ha disminuido en consecuencia, pasando del 75 por ciento antes de la crisis de coronavirus al 65 por ciento actual. En cambio, ha aumentado el número de personas que compran en mercados ambulantes y tiendas de productos agrícolas. Muchos consumidores afirman que ahora se sienten incómodos en los supermercados fijos: el 65% está de acuerdo con la afirmación de que tienen una sensación de preocupación al entrar.

En los últimos años han surgido muchos conceptos online, como Amazon Fresh, que se ha lanzado en Alemania, España, Reino Unido e Italia.

**Gráfico: Encuesta sobre la pregunta: ¿Dónde compra sus alimentos desde el brote de la pandemia de coronavirus?**



Fuente: BITKOM (1003 encuestados mayores de 16 años en Alemania en abril de 2020)



## 11. REQUISITOS DE INGRESO PARA FRUTAS Y HORTALIZAS

### Impuestos locales

I.V.A.	7%	Para productos alimenticios
--------	----	-----------------------------

El IVA alemán (Mehrwertsteuer) se divide en una tasa general del 19% y una reducida del 7%, aplicable fundamentalmente a productos alimenticios, transporte de personas de corta distancia, hotelería, flores, libros y publicaciones periódicas y objetos de arte.

### Documentos exigidos en Aduana

Para la tramitación de la importación y del despacho de aduana, así como para el pago de los demás gravámenes sobre los suministros efectuados a Alemania, los documentos anexos a la mercancía deben contener toda la información requerida de forma correcta. El exportador argentino debe observar exactamente las instrucciones del comprador alemán sobre el tipo de documento requerido y la presentación como asimismo el envío de los mismos por correo separado.

Factura comercial	<p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Identificación del exportador y del importador (nombre/ razón social y dirección)</li> <li>» Número de factura con fecha de expedición</li> <li>» Descripción de las mercancías (denominación, calidad, etc.)</li> <li>» Cantidad de mercancías y unidad de medida</li> <li>» Valor unitario y valor total</li> <li>» Valor facturado total y moneda de pago. Debe indicarse la cantidad equivalente en una moneda libremente convertible a euros o a otra moneda de curso legal en Alemania.</li> <li>» Condiciones de pago (modo y fecha de pago, descuentos, etc.)</li> <li>» Condiciones de entrega según el correspondiente Incoterm.</li> <li>» Medio de transporte</li> </ul> <p>A presentarse en original y una copia. Si la factura no está redactada en inglés se recomienda adjuntar una traducción.</p>
Declaración del valor en aduana	<p>Se aplica cuando el valor de las mercancías importadas excede de 20.000 Euros. Se cumplimenta en el impreso cuyo modelo figura en el Anexo 8 del Acto Delegado de Medidas Transitorias del CAU según el Reglamento (UE) 2016/341.</p> <p>El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costes (por ejemplo valor en factura, transporte y seguro), hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea.</p> <p>Se presenta acompañando al Documento Único Administrativo (DUA)</p>
Documentos de transporte	<p>En función del medio de transporte utilizado se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Conocimiento de embarque (marítimo B/L)</li> <li>» Conocimiento de embarque FIATA</li> <li>» Carta de porte por carretera (CMR)</li> <li>» Conocimiento aéreo (AWB)</li> <li>» Carta de porte por ferrocarril (CIM)</li> <li>» Cuaderno TIR</li> </ul> <p>Los documentos de transporte pueden emitirse por cuadruplicado o quintuplicado. Un original acompaña siempre a la mercancía.</p>
Seguro de transporte de mercancías	<p>El seguro de transporte de mercancías es distinto del seguro de responsabilidad civil del transportista. Al efectuar el despacho de aduana, el justificante del seguro sólo se exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía.</p>
Lista de carga	<p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Datos del exportador, importador y empresa de transporte</li> <li>» Número de la factura de transporte con fecha de expedición</li> <li>» Tipo de embalaje (cartón, caja, tonel, bolsa, etc.)</li> <li>» Número de bultos</li> <li>» Contenido de cada bulto (descripción de las mercancías y número de artículos de cada bulto)</li> <li>» Marcas y numeración</li> <li>» Peso neto, peso bruto y dimensiones de los bultos.</li> </ul> <p>La lista de carga (P/L) debe ser confeccionada por el exportador. Se debe presentar un original y al menos una copia. Si no está redactada en inglés, se recomienda adjuntar una traducción.</p>



Declaración de importación (DUA)	<p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Identificación de los participantes en la operación (importador, exportador, representante, etc.)</li> <li>» Destino aduanero (despacho a libre práctica, a consumo, importación temporal, tránsito, etc.)</li> <li>» Datos de los medios de transporte</li> <li>» País de origen, país de exportación y país de destino</li> <li>» Información comercial y financiera (Incoterms, valor facturado, moneda de facturación, tipo de cambio, seguro, etc.)</li> <li>» Lista de documentos asociados al DUA (licencias de importación, certificados de inspección, documento de origen, documento de transporte, factura comercial, etc.)</li> <li>» Declaración y modo de pago de los impuestos a la importación (derechos arancelarios, IVA, impuestos especiales, etc.)</li> </ul> <p>El DUA consta de ocho ejemplares. Éste documento se puede presentar físicamente en la oficina aduanera correspondiente o electrónicamente por internet usando la página web de la Aduana alemana <a href="http://www.zoll.de">www.zoll.de</a></p>
----------------------------------	--

Para mayor información consultar:

► <http://trade.ec.europa.eu>

## Digitalización de las importaciones

Cuando, debido a la pandemia de COVID-19, documentos de importación como el certificado fitosanitario o el certificado de inspección orgánica en algunos países de origen ya no podían ser emitidos como originales, la Comisión Europea reaccionó y digitalizó la tramitación de estos documentos. Las bases de esta opción ya se habían sentado con la introducción del sistema digital TRACES, a través del cual primero los certificados de inspección ecológica y, desde 2019, también los certificados fitosanitarios deben tramitarse digitalmente. Sin embargo, paralelamente había que presentar los documentos originales en el momento de la importación, ya que las versiones digitales no podían verificarse suficientemente debido a la falta de firmas y sellos electrónicos. Las autoridades de la UE y de fuera de la UE y los organismos de control ecológico carecían de los equipos correspondientes.

La crisis de COVID-19 no cambió esta situación. Sin embargo, normativas excepcionales de la Comisión Europea permitieron las importaciones con los documentos creados en TRACES incluso sin la firma electrónica. Asociaciones comerciales como la Unión Alemana de Comerciantes de Frutas o la Asociación Europea de Importadores de Productos Frescos FRESHFEL están haciendo campaña para que las firmas y los sellos electrónicos se introduzcan de forma permanente, de modo que el tratamiento digital siga siendo posible incluso después de que expire la excepción.

## Requisitos fitosanitarios

En el año 2007 la Unión Europea introdujo, a través del **Reglamento (CE) Nro. 1580/2007**, una regulación general para el sector de frutas y hortalizas dentro de la UE y la EFTA, incorporando y derogando algunas regulaciones anteriores sobre frutas y hortalizas.

Para la importación de frutas frescas se debe cumplir con las medidas fitosanitarias que se encuentran en la **Directiva 2000/29/CE** cuyo objetivo es evitar la introducción o la propagación de plagas y organismos novicos para las plantas o productos vegetales en toda la Unión Europea. Asimismo, por la Directiva (UE) 2019/523 se modificaron los anexos I a V de la Directiva 2000/29/CE.

En este sentido las importaciones de plantas y productos vegetales deben:

- ir acompañados de un certificado fitosanitario expedido por las autoridades del país exportador,
- someterse a inspecciones aduaneras en el puesto de inspección fronterizo del punto de entrada en la Unión Europea,
- ser importados en la Unión Europea por un importador inscrito en el registro oficial de un Estado miembro, y
- ser notificadas a las aduanas antes de su llegada al punto de entrada.



Los Estados miembros o la propia Unión Europea pueden adoptar medidas provisionales de urgencia si los vegetales o productos vegetales procedentes de terceros países suponen un riesgo para el territorio de la Unión Europea.

Desde 2019, la nueva Directiva Europea (UE) 2019/523 y el Reglamento de Ejecución (UE) 2019/2072 han agudizado los requisitos fitosanitarios con medidas de protección adicionales y han reducido el riesgo de moscas de la fruta, por ejemplo. Estos nuevos reglamentos ejercen más presión sobre las autoridades fitosanitarias de los países proveedores. Las autoridades de los países productores tienen que ser capaces de declarar una región libre de plagas o de realizar controles en zonas específicas y tratamientos de productos.

Los países, las autoridades y los exportadores que no estén preparados para el estricto control de plagas podrían tener dificultades para exportar sus frutas y hortalizas frescas a Europa. Como exportador, debe estar al día con las normas y trabajar estrechamente con el SENASA como autoridad de seguridad alimentaria en Argentina.

## Contaminantes

Con el fin de ofrecer un alto nivel de protección al consumidor final, las importaciones de alimentos en la Unión Europea se rigen por la legislación local vigente que asegura que los alimentos puestos a la venta son aptos para el consumo alimenticio y no contienen niveles de contaminantes que podrían ser perjudiciales para la salud.

Los contaminantes pueden entrar en contacto con los alimentos (es decir, frutas y hortalizas, carnes, pescados, cereales, especias, productos lácteos, etc.) en algún momento de su producción, empaquetado, transporte o almacenado, o pueden también provenir de la contaminación ambiental.

El **Reglamento (CE) Nro. 1881/2006** fija el porcentaje máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios que se comercializan dentro de la Unión Europea. En el caso de las frutas frescas, sus principales preocupaciones serán la contaminación por plomo, cadmio y nitrato.

Contaminante	Producto	Contenidos máximos (mg/kg peso fresco)
Plomo	En frutas, excluidas las berries y frutas pequeñas	0,10
	En berries y frutas pequeñas	0,20
Cadmio	Hortalizas y frutas, excluidas las hortalizas de hoja, las hierbas frescas, las setas, los tallos jóvenes, los piñones, las hortalizas de raíz y las patatas	0,050
	Hortalizas de hoja, hierbas frescas, setas cultivadas y apionabos	0,20
	Tallos jóvenes, hortalizas de raíz y patatas, excluidos los apionabos. En el caso de las patatas, el contenido máximo se aplica a las patatas peladas	0,10

Fuente: niveles máximos de contaminantes en el Anexo del Reglamento (CE) 1881/2006.

El contenido máximo se aplica después de lavar las frutas o las hortalizas y separar la parte comestible. Las normas para las frutas y hortalizas procesadas (por ejemplo, frutas secas o jugos) pueden ser diferentes. Como la reglamento se actualiza periódicamente, debe mantenerse al día. Nuevos conocimientos o amenazas a la seguridad alimentaria siempre pueden dar lugar a ajustes en la normativa.

Más información: ► [https://ec.europa.eu/food/safety/chemical-safety/contaminants\\_en](https://ec.europa.eu/food/safety/chemical-safety/contaminants_en)



## Plaguicidas

Todos los alimentos destinados al consumo humano o animal en la Unión Europea (UE) están sujetos a un límite máximo de residuos de plaguicidas (LMR) en su composición, con el fin de proteger la salud humana y animal. El **Reglamento (CE) Nro. 396/2005 del Parlamento Europeo y del Consejo**, relativo a los límites máximos de residuos de plaguicidas en alimentos y forraje de origen vegetal y animal, reúne en un solo texto y armoniza los límites aplicables a los diferentes productos de alimentación humana o animal, fijando un límite máximo aplicable por defecto del orden de 0,01 ppm.

La contaminación con pesticidas y otros agentes es un tema tan importante entre los distribuidores del mercado europeo y alemán que a menudo se aplican límites máximos por debajo de lo reglamentado por la UE. Las cadenas de supermercados mantienen las normas más estrictas y suelen exigir entre el 33% y el 100% del LMR legal. La cadena de descuento alemana Lidl es una de las más estrictas, con un límite del 33% de la norma legal de la UE para las sustancias activas individuales. El Grupo REWE, como otro importante actor del mercado, ha introducido su propia etiqueta Pro Planet, cuyo objetivo es reducir al mínimo los residuos en las principales categorías de frutas y verduras. Se puede observar que existe un interés creciente, especialmente en Alemania, por los productos "sin uso de químicos", lo que significa que no hay LMRs rastreables. Por ello, los proveedores de Alemania tienen que poner especial atención en controlar su proceso de producción con gran precisión.

Los supermercados tienden a seguir a sus competidores, y varios de ellos pueden seguir intensificando sus requisitos. Algunas de las cadenas de supermercados imponen sanciones económicas cuando se detecta una infracción de su límite. Para evitarlo, los importadores trabajan con la norma más estricta en el mercado para mantener la flexibilidad y piden información por adelantado sobre p.ej. registros de pulverización de plaguicidas, y los envíos están sometidos a control antes de ser enviados al minorista. Además, los métodos de control avanzan mucho técnicamente detectando residuos de plaguicidas en porcentajes cada vez más pequeños.

Dada la poca consistencia de las regulaciones actuales de la UE, se torna difícil entenderlas o seguirlas. Durante el control de los LMRs el exportador no sólo debe analizar el producto sino también su embalaje porque éste también puede estar contaminado.

La base de datos de plaguicidas y sustancias activas aprobadas en la UE puede ser utilizada para conocer los LMR correspondientes a sus productos. Puede seleccionar su producto o un plaguicida y la base de datos muestra la lista de LMR asociados. Compruebe siempre si sus compradores tienen requisitos adicionales para los LMR y el uso de plaguicidas.

► [ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database](https://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database)

## Seguridad alimentaria

**Reglamento (CE) Nro. 852/2004**, relativo a la higiene de los productos alimenticios, es importante para las frutas y las hortalizas.

## Trazabilidad

Los exportadores necesitan registrar el Código de Producción por Unidad (PUC) agrícola del cultivo y el Código de la Empacadora (PHC) como un Operador de Negocios de Alimentos (FBO) para poder exportar. Todas las cajas de exportación deben incluir, entre otras cosas: el país de origen, clase, nombre y dirección del exportador y la empacadora, el código FBO, tipo de producto, variedad y tamaño.

Para mayor información véase la siguiente hoja informativa en idioma inglés:

► [https://ec.europa.eu/food/system/files/2016-10/gfl\\_req\\_factsheet\\_traceability\\_2007\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/food/system/files/2016-10/gfl_req_factsheet_traceability_2007_en.pdf)



## Etiquetado y envasado

Se aplica el **Reglamento (UE) No 1169/2011** sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

Envases comerciales y cajas de cartón de frutas y hortalizas frescas deben mencionar los siguientes datos:
<ul style="list-style-type: none"><li>» Nombre y dirección del envasador o expedidor.</li><li>» Nombre y variedad del producto (si el producto no es visible desde el exterior del envase)</li><li>» País de origen</li><li>» Categoría y calibre (correspondiente a las normas de comercialización)</li><li>» Número de lote para la trazabilidad o nro. de GlobalGap si está certificado GLOBALG.A.P. (recomendado)</li><li>» Marca de control oficial en sustitución del nombre y la dirección del envasador (opcional)</li><li>» Tratamiento postcosecha; por ejemplo, los agentes antimoho añadidos en un tratamiento postcosecha de cítricos deben mencionarse en el envase comercial</li><li>» En el caso dado, certificación ecológica, incluido el nombre del organismo de control y el número de certificación (si procede).</li></ul>

Cuando las frutas u hortalizas se procesan o se envasan directamente para el consumo, se debe incluir un etiquetado adecuado para los consumidores. En ese caso, se deberá considerar el contenido informativo obligatorio para las etiquetas de los productos alimenticios. Si el producto se comercializa finalmente en Alemania, se recomienda brindar información sobre el producto también en idioma alemán. Generalmente la Unión Europea (UE) exige que el texto de la etiqueta esté escrito en una de las lenguas oficiales de un Estado miembro de la UE y sea comprensible para el consumidor.

Contenido informativo obligatorio para las etiquetas de los productos alimenticios
<ul style="list-style-type: none"><li>» Denominación de venta del producto.</li><li>» Nombre completo del país de origen.</li><li>» Nombre y dirección del productor, envasador, importador, propietario de la marca o vendedor (minorista) en la UE que comercializa el producto en el mercado, y la mención "Envasado para:", si corresponde.</li><li>» Contenido neto en peso.</li><li>» Durabilidad mínima: fecha de consumo preferente (en todas las frutas y hortalizas transformadas, como las recién cortadas)</li><li>» Identificación del productor o número de lote</li><li>» Lista de ingredientes (si procede), incluidos los aditivos y el tratamiento posterior a la cosecha</li><li>» Declaración de alergia (si corresponde)</li><li>» Declaración de valor nutricional (cuando se mezcla con otros productos alimenticios)</li><li>» Envasado en atmósfera protectora, si corresponde</li><li>» Información adicional sobre la clase de calidad, el tamaño, la variedad o el tipo comercial y el tratamiento posterior a la cosecha en el etiquetado del producto o en su proximidad (en el estante) para los productos con normas de comercialización específicas</li></ul>

## Etiquetado de los productos ecológicos

En caso de que los productos lleven en su etiquetado, publicidad o documentos de acompañamiento una referencia a que se han producido ecológicamente, el declarante deberá presentar el certificado de control C644 de conformidad con el artículo 33, apartado 1, letra d), del Reglamento (CE) N° 834/2007 (productos equivalentes). Si los productos no son equivalentes, deberá indicarse el código Y929.

Sin perjuicio de las posibles medidas o actuaciones emprendidas con arreglo del artículo 30 del Reglamento (CE) N° 837/2007 y/o artículo 85 de Reglamento (CE) N°889/2008, el despacho a libre práctica en la Comunidad de productos que no cumplan lo dispuesto en el Reglamento mencionado anteriormente quedará supeditado a que se suprima del etiquetado, la publicidad y los documentos de acompañamiento toda referencia a que se han producido ecológicamente.



Actualmente, los siguientes trece países figuran en el anexo III del Reglamento CE n° 1235/2008 como orígenes cuyas normativas ecológicas nacionales la UE ha reconocido como equivalentes: Argentina, Australia, Costa Rica, India, Israel, Japón, Canadá, Nueva Zelanda, Suiza, Túnez, Estados Unidos, Corea del Sur y Chile. Se requiere un Certificado de Inspección para cada envío.

### Otros reglamentos

- » **Reglamento (CE) Nro. 1829/2003** sobre alimentos y forrajes modificados genéticamente.
- » **Reglamento (CE) Nro. 1830/2003** relativo a la trazabilidad y al etiquetado de organismos modificados genéticamente y a la trazabilidad de los alimentos y forrajes producidos a partir de éstos.
- » **Reglamento (CE) Nro. 41/2009** sobre la composición y etiquetado de productos alimenticios aptos para celíacos.
- » **Directiva 89/396/CEE** relativa a las menciones o marcas que permitan identificar el lote al que pertenece un producto alimenticio.
- » **Directiva 90/496/CEE** relativa al etiquetado sobre propiedades nutritivas de los productos alimenticios.
- » **Reglamentos (CE) n° 834/2007, 889/2008 y 1235/2008** sobre producción y etiquetado de los productos Ecológicos.

### Materiales para envases

Los envases comercializados en Europa deben cumplir los requisitos generales, cuyo objetivo es proteger el medio ambiente, así como con las disposiciones específicas destinadas a prevenir cualquier riesgo para la salud de los consumidores. El envase debe proteger el producto contra la contaminación, las fugas y la deshidratación. Se debe prestar atención a las preferencias del comprador en cuanto a la presentación, como el envasado individual o la clasificación. Los productos y los envases deben ser uniformes.

En el futuro, se espera una normativa más estricta sobre el uso de plástico en los envases (véase capítulo 9. TENDENCIAS). La nueva Directiva de la UE 2019/904 sobre la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente ya pretende limitar el uso de plásticos de un solo uso transfiriendo el coste de los residuos y la responsabilidad al productor. Con la estrategia europea para los plásticos, cada vez más compradores exigirán envases alternativos y respetuosos con el medio ambiente.

Se pueden consultar los requisitos legales de GS1 para las etiquetas de frutas y verduras como guía sobre los requisitos legales para las unidades de consumo y las unidades comerciales en la Unión Europea. Esta directriz proporciona una visión general de requisitos de etiquetado para diferentes envases de consumo y comerciales:

► [https://www.gs1.nl/sites/default/files/agf\\_handleiding\\_legal\\_labelling\\_requirements.pdf](https://www.gs1.nl/sites/default/files/agf_handleiding_legal_labelling_requirements.pdf)

### Normas de comercialización para frutas frescas

Las normas generales de comercialización para frutas y hortalizas frescas y sus mezclas están establecidas por normativa comunitaria de forma que se establece que sólo se podrán comercializar si son de calidad sana, cabal y comercial y si en ellos figura la indicación del país de origen. También se establece que las normas de comercialización son aplicables en todas las fases de comercialización incluidas la exportación e importación (lo que implica que los productos importados las tienen que cumplir).

La normativa comunitaria (Reglamento de Ejecución (UE) Nro. 543/2011) establece los detalles de la norma general, en la que se fijan los requisitos mínimos de calidad, de madurez, las tolerancias y el marcado de origen del producto.





La normativa establece también normas específicas para una serie de productos: manzanas, cítricos, kiwis, lechugas y escarolas, duraznos y nectarinas, peras, frutillas, pimientos dulces, uvas de mesa y tomates. Estas normas se corresponden con las normas internacionales de la CEPE-ONU (Comisión Económica para Europa de la Organización de Naciones Unidas) y establecen, además de los requisitos de la norma general, la definición del producto, su clasificación en categorías, calibrado, las características comerciales, así como una lista no exhaustiva de variedades para algunos de ellos. A todos los productos que no cuenten con norma específica se les aplica la general, salvo las excepciones que establece la reglamentación comunitaria.

El cumplimiento de las normas de comercialización es responsabilidad del tenedor, se entenderá por «tenedor» cualquier persona física o jurídica que posea físicamente los productos en cuestión.

Para algunas de las frutas frescas contempladas en ese perfil (manzanas, peras y cítricos) se fijaron normas de comercialización específicas. A continuación se transcribe el link para consultarlas en el anexo I, parte B del reglamento mencionado:

► [Reglamento de Ejecución \(UE\) N 543/2011](#)

Asimismo, la [CEPE/ONU](#) ha desarrollado más de 50 normas de comercialización específicas para las frutas y hortalizas frescas (incluidos los tipos cubiertos por las normas de comercialización específicas de la UE).

## 12. PRINCIPALES CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Las frutas frescas se consumen ampliamente en toda Alemania, sin una zona específica de consumo.




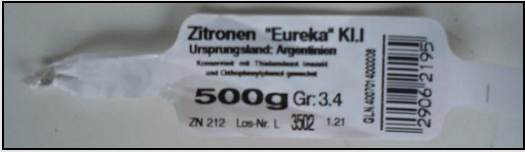

### Población y su densidad en los distintos estados federales alemanes

Estado Federal	Extensión (km <sup>2</sup> )	Población	Densidad (hab./km <sup>2</sup> )	Capital
Baden-Wurtemberg	35.751	11.103.043	311	Stuttgart
Baviera	70.550	13.140.183	186	Munich
Berlín	892	3.664.088	4.108	Berlín
Brandemburgo	29.483	2.531.071	86	Potsdam
Bremen	419	680.130	1.623	Bremen
Hamburgo	755	1.852.478	2.454	Hamburgo
Hesse	21.115	6.293.154	298	Wiesbaden
Mecklemburgo-Pom. Occidental	23.191	1.610.774	69	Shwerin
Baja Sajonia	47.613	8.003.421	168	Hanóver
Renania del Norte-Westfalia	34.092	17.925.570	526	Düsseldorf
Renania-Palatinado	19.854	4.098.391	206	Maguncia
Sarre	2.569	983.991	383	Saarbrücken
Sajonia	18.420	4.056.941	220	Dresde
Sajonia-Anhalt	20.450	2.180.684	107	Magdeburgo
Schleswig-Holstein	15.799	2.910.875	184	Kiel
Turingia	16.173	2.120.237	131	Erfurt
Total Alemania	357.121	83.155.031	233	Berlín

Fuente: Anuario Estadístico (Datos al 31 de diciembre del 2020)



## 13. EMBALAJES Y FORMAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de diferentes embalajes utilizados en el mercado alemán de frutas cítricas.			
			
Las naranjas normalmente se comercializan en redes de 1 kg. o a granel.	Las mandarinas clementinas en redes de 750 g.	Los limones en redes de 500 g., 750 g. o a granel.	Los pomelos en redes con cuatro frutas o a granel.
Etiqueta modelo de un envase de venta (venta en Alemania).			
	<p>Limones "Eureka" Clase 1 País de origen: Argentina Conservado con thiabendazol, imazalil y orthophenylphenol encerado 500 g calibre 3.4 ZN 212 Nro. de lote L 3502 1.21</p>		
	<p>Argentina Ellendales Clase 1 Calibre: 1 x - 1xx Conservado con thiabendazol, imazalil y orthophenylphenol encerado 1000 g</p>		
Pomelos y toronjas		Naranjas	
Tipos	Star Ruby, Ruby Red, White Marsh Seedless, Honey blanco y rojo	Tipos	Navel, Navel Late, Valencia Late, Navelina, Washington Sanguinas, Delta Seedless, Midnights
Calibres	28/32/35/40/45/50/55/56/60	Calibres	36/40/48/56/64/72/88/105
Embalajes	Cajas tipo plató (open-top) Cajas de cartón telescópicas A granel en redes individuales	Embalajes	Cajas de cartón telescópicas Cajas de madera
Pesos netos	13 kg., 16 kg., 17 kg.	Pesos netos	9 kg., 14 kg., 15 kg.
Limones		Mandarinas	
Tipos	Eureka	Tipos	Ellendale, Clemenules, Mandoras, Clementina
Calibres	75/88/100/113/138/162/189	Calibres	1-90, 2-110, 3-132, 4-154
Embalajes	Cajas de cartón telescópicas	Embalajes	Cajas de madera Cajas de cartón telescópicas
Pesos netos	13 kg., 16 kg., 17 kg.	Pesos netos	10 kg.



Ejemplos de diferentes embalajes utilizados en el mercado alemán de frutas de pepita.

### Manzanas



### Peras

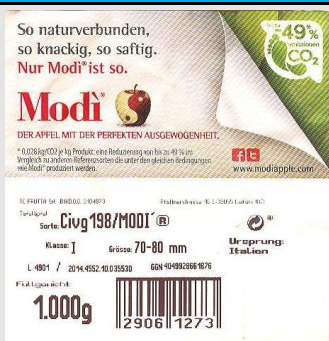


Para ver más ejemplos: [www.pickenpackfrucht.de/packagings.htm](http://www.pickenpackfrucht.de/packagings.htm)

Las manzanas normalmente se comercializan en: bandejas de cartón envueltas en plástico con un peso neto de 450 g, de 550 g., de 600 g., de 700 g., de 950 g. y de 1.000 g; en redes de 1.000 g., en bolsas plásticas de 2 kg o a granel.

Las peras se comercializan en: bandejas de cartón envueltas en plástico con un peso neto de 500 g. y de 600g.; en bolsas plásticas de 1 kg. o a granel.

### Etiqueta modelo de un envase de venta (venta en Alemania).



Arriba: Texto de promoción de la marca Modi (Tan natural, tan crujiente, tan jugosa - Solamente Modi es así. Modi - La manzana con el equilibrio perfecto)

Fabricante: TC Fruta Dirección Distribuidor  
 Manzanas de mesa  
 Variedad: Civg198/MODI (registrada) Origen  
 Clase 1 Calibre: 70-80 mm. Italia  
 Lote 4901 / 2014.4552.10.035530  
 Peso neto: 1.000 g.

Peras de Holanda clase 1  
 Variedad: Conference Calibre: 55/65 mm.

1.000 g  
 Lote 4805

Fabricante: De Jong Fruit Leerbroek

**Variedades más comunes**  
 Braeburn, Boskoop, Cox Orange, Cripps Pink / Pink Lady, Elstar, Fuji, Gala, Golden Delicious, Granny Smith, Jazz, Jonagold, Pinova, Red Delicious y Royal Gala. Según la Sociedad de Investigación del Mercado Agrícola AMI las variedades de manzana cada vez más favorecidas por los consumidores alemanes son Royal Gala, Red Delicious, Cripps Pink comercializada bajo la marca Pink Lady, y Kanzi. Por otro lado, pierden importancia las variedades Braeburn, Jonagold, Idared, Gloster y Granny.

**Observación**

**Variedades más comunes**  
 Abate Fetel, Anjou, Conference, Williams Christ, Packham's Triumph, Flamingo y Forelle

**Observación**  
 Abate Fetel fue comercializado en los años pasados como variedad de alta calidad en el segmento de precio superior, pero ahora se ofrece cada vez más como mercancía de promoción con precios favorables.

**Calibres**  
 65/75, 70/80, 70/75, 75/80, 68/78, 80/85

**Calibres**  
 65-75, 60/70, 60/65, 65/70, 70/75, 75/80

**Embalajes de importación**  
 Cajas de cartón de 10 kg. y 12,5 kg.

**Embalajes de importación**  
 Cajas de cartón de 7 kg., 12,5 kg. y de 15 kg.



Ejemplos de diferentes embalajes utilizados en el mercado alemán de arándanos.

Arándanos orgánicos



Mezcla de berries con arándanos convencionales



## 14. PRINCIPALES ACCESOS AL MERCADO

### Transporte marítimo

La mayoría de las exportaciones europeas ingresan a través de los puertos de Rotterdam y Amberes, y los puertos de Hamburgo y Bremerhaven en Alemania.

### Puerto de Hamburgo



- Se expande en una superficie de 74 km<sup>2</sup> (una décima parte de la superficie de la ciudad).
- Es el segundo puerto más grande de Europa.
- Un 98% de las mercancías son transportadas en contenedores.
- Está ubicado a 100 km tierra adentro.
- Permite el arribo de buques con un calado máximo de 12,8 (marea baja) y 15,1 m (alta).
- La mayoría de las compañías navieras alemanas tienen su sede en Hamburgo.
- China es el socio comercial más importante; seguido por EE.UU., Singapur, Rusia y Suecia.
- Arribo de barcos en 2020: 7.377 / 3.372 de contenedores (2019: 8.002 / 3.675; 2018: 8.044).
- Manipulación de contenedores: En 2020 se registraron unos 8,5 millones de contenedores (2019: 9,3 millones)
- En 2020 fueron cargadas y descargadas unas 126,3 millones de toneladas (2019: 136,6, 2018: 135,1).

► [www.hafen-hamburg.de/en](http://www.hafen-hamburg.de/en)



## Transporte Aéreo

Alemania a su vez cuenta con una amplia red de aeropuertos nacionales e internacionales. En promedio unos 18 aeropuertos poseen la infraestructura apropiada para el manejo y almacenamiento de carga.


El aeropuerto internacional de mayor dimensión e importancia es el Rhein-Main Flughafen de Fráncfort/Meno. Este aeropuerto se caracteriza por recibir pasajeros y mercancías desde los lugares más recónditos del mundo y es considerado uno de las terminales de tránsito más importantes de Europa.

El traslado de carga vía aérea a Alemania se realiza a través de vuelos directos, así como de conexiones aéreas o terrestres desde Ámsterdam, Luxemburgo, París y Londres, entre otras ciudades europeas.


Otros aeropuertos importantes son: Düsseldorf, Múnich, Berlin-Tegel, Berlin-Shönefeld, Hamburgo, Stuttgart y Colonia-Bonn.

## 15. FERIAS Y EXPOSICIONES ESPECIALIZADAS

De las aproximadamente 40 ferias sectoriales internacionales anuales que se realizan en Alemania, más de 20 son líderes en el ámbito internacional de los respectivos sectores. Por lo tanto, la asistencia o participación en una feria debe considerarse como una de las medidas más efectivas para acceder a este mercado. Se enumeran a continuación aquellas ferias que se realizan en Alemania y revisten particular importancia por sus características y potencial respecto a frutas cítricas.

FRUIT LOGISTICA - Feria internacional de frutas y hortalizas	
Ofertas principales	Frutas, verduras, frutos secos, nueces, productos ecológicos, técnicas de envase y embalaje, transporte, técnicas de almacenado, software, prestación de servicios, presentación de productos.
Lugar del evento Fecha / Periodicidad	Berlín 05.02.2022 - 07.02.2022 / anual
Organizador Calle (CP) Ciudad Teléfono Fax E-mail Página web	Messe Berlin GmbH Messedamm 22 14055 Berlín 0049 30 30380 0049 30 30382020 fruitlogistica@messe-berlin.de www.fruitlogistica.de
	
Superficie con stands	Edición 2021 se canceló por pandemia de COVID-19. 79.977 m <sup>2</sup> (2020), 78.910 m <sup>2</sup> (2019), 76.664 m <sup>2</sup> (2018), 72.869 m <sup>2</sup> (2017), 68.843 m <sup>2</sup> (2016), 66.369 m <sup>2</sup> (2015), 62.278 m <sup>2</sup> (2014), 59.942 m <sup>2</sup> (2013).
Nro. de expositores	3.335 (2020), 3.276 (2019), 3.239 (2018), 3.077 (2017), 2.884 (2016), 2.794 (2015), 2.630 (2014), 2.566 (2013), 2.533 (2012), 2.456 (2011).
Países importantes	2020: Italia (551 expositores), España (373), Holanda (347), Alemania (301), Francia (228), Egipto (95), Bélgica (93), Reino Unido (82), Grecia (81), Polonia (60), EE.UU. (58), China (54), Turquía (52), Argentina (50).
Participación argentina	50 expositores (2020), 58 (2019), 69 (2017), 67 (2016), 62 (2015), 61 (2014), 56 (2013), 60 (2012), 62 (2011), 57 (2010), 49 (2009)
Visitantes	Profesionales y particulares
Comentarios	Fruit Logistica una de las principales ferias más del sector hortofrutícola, con una participación de 3.335 expositores de 91 países y 78.269 visitantes de 135 países en 2020. Si bien el número de expositores ha sido el más alto registrado desde el inicio de la feria, el número de visitantes se ha visto reducido con respecto a la edición anterior; esta reducción se ha debido probablemente a la pandemia del COVID19 al no haberse podido desplazar muchos visitantes provenientes de Asia.



BIOFACH + VIVANESS - Feria internacional de productos orgánicos y feria internacional de cosmética natural y wellness	
Ofertas principales	Comidas y bebidas de cultivo orgánico controlado, materias primas, materiales auxiliares, frutas, verduras, comestibles finos, alimentación dietética, especias, artículos de carnicería, embutidos, pesca, productos lácteos, productos lácteos, alimentos congelados, artículos de panadería y pastelería, dulces, bebidas, productos naturales, juguetes, artículos para regalos, artesanía, productos agrícolas, esencias, prestación de servicios, investigación y desarrollo, asesoría empresarial, tejidos para el hogar, calzados, molinos, alimentos para animales domésticos, artículos de cuero, cosmética, artículos para la higiene del cuerpo, artículos de aseo para niños, perfumería, bienestar, productos de decoración, decoración de interiores, artículos para el bebé, accesorios, suministros de droguería, detergentes, artículos de higiene.
Lugar del evento	Nuremberg, Baviera
Fecha / Periodicidad	15.02.2022 - 18.02.2022 / anual
Organizador	NürnbergMesse GmbH
Calle	Messezentrum
(CP) Ciudad	(90471) Nuremberg
Teléfono	0049 911 86060
Fax	0049 911 86068645
E-mail	biofach@nuernbergmesse.de Web:
Página web	www.biofach.de
	
Superficie con stands	Edición 2021 se realizó como expo digital por pandemia de COVID-19. 61.653 m <sup>2</sup> (2020), 53.623 m <sup>2</sup> (2019), 52.991 m <sup>2</sup> (2018), 47.751 m <sup>2</sup> (2017), 46.666 m <sup>2</sup> (2016), 45.491 m <sup>2</sup> (2015), 42.469 m <sup>2</sup> (2014), 42.142 m <sup>2</sup> (2013), 44.851 m <sup>2</sup> (2012), 45.418 m <sup>2</sup> (2011), 45.881 m <sup>2</sup> (2010), 50.801 m <sup>2</sup> (2009), 47.076 m <sup>2</sup> (2008), 42.021m <sup>2</sup> (2007)
Nro. de expositores	3.738 (2020), 3.266 (2019), 3.238 (2018), 2.793 (2017), 2.423 (2016), 2.344 (2015), 2.263 (2014), 2.413 (2013), 2.420 (2012), 2.544 (2011)
Países importantes	2020: Alemania (988 expositores), Italia (543), España (239), Francia (223), Países Bajos (140), Austria (132), Polonia (84), Bélgica (83), India (75), Suiza (48), Dinamarca (46), Reino Unido (46).
Participación argentina	21 expositores (2020), 22 (2019), 28 (2018), 21 (2017), 18 (2015), 15 (2014), 19 (2013), 9 (2012), 15 (2011), 14 (2009)
Visitantes	Profesionales
Comentarios	Biofach es una de las ferias internacionales más importantes de productos orgánicos. Junto con la Vivaness, atrae a líderes de feria para el cuidado personal natural y el bienestar. Todos los alimentos orgánicos son exhibidos certificadas con arreglo al Reglamento Orgánico de la UE y las directrices de acreditación de IFOAM, patrón de la BioFach.

Para mayor información: ► [www.auma.de](http://www.auma.de)

Asimismo, el Congreso Alemán de Frutas y Hortalizas (DOGK, por su sigla en alemán) es un evento de un día de duración con conferencias plenarias y foros paralelos sobre todos los temas importantes de la cadena de suministro. Entre las empresas participantes se encuentran importadores europeos y minoristas alemanes, lo que convierte al evento en un importante punto de encuentro para establecer contactos con personas relevantes del comercio de la fruta. Sin embargo, hay que saber comunicarse en alemán.

► <https://www.dogkongress.de/home/>



## 16. ASOCIACIONES SECTORIALES

### 16.1 A NIVEL ALEMÁN

DFHV - Deutscher Fruchthandelsverband (Unión Alemana de Comerciantes de Frutas)	
Organización coordinadora de la industria nacional de todas las áreas del sector de las frutas y hortalizas.	
Domicilio / (CP) Ciudad	Bergweg 6 / (53225) Bonn
Teléfono / Fax	0049 228 911450 / 0049 228 9114545
E-mail / Página web	info@dfhv.de / <a href="http://www.dfhv.de">www.dfhv.de</a>
Contacto	Dr. Andreas Brügger (Gerente) bruegger@dfhv.de
Tipo de empresa	Asociación comercial

BOGK - Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e. V. (Asociación Nacional de la Industria de Elaboración de Frutas, Verduras y Papas)	
Se encarga de proveer información a los políticos, medios de comunicación, entre otros acerca de las empresas del sector que representa, es decir el de las frutas elaboradas, frutas frescas, legumbres, patatas y hortalizas congeladas.	
Domicilio / (CP) Ciudad	Von-der-Heydt-Strasse 9 / (53177) Bonn
Teléfono / Fax	0049 228 932910 / 0049 228 9329120
E-mail / Página web	info@bogk.org / <a href="http://www.bogk.org">www.bogk.org</a>
Contacto	Sr. Christoph Freitag (Gerente) freitag@bogk.org
Tipo de empresa	Asociación industrial

AMI - Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (Centro Informativo de la Economía Agrícola, Forestal y Alimenticia)	
Publica datos de mercado y estadísticas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Dreizehnmorgenweg 10 / (53175) Bonn
Teléfono / Fax	0049 228 338050 / 0049 228 33805592
E-mail / Página web	info@ami-informiert.de / <a href="http://www.ami-informiert.de">www.ami-informiert.de</a>
Contacto	Sra. Eva Würtenberger / eva.wuertenberger@ami-informiert.de

BLE - Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (Asociación Federal de Agricultura y Alimentos)	
Organismo de regulación del mercado de la Unión Europea, que se encarga de recolectar y publicar datos objetivos útiles para las empresas alemanas, relacionadas con el sector agrícola y alimentario.	
Domicilio / (CP) Ciudad	Deichmanns Aue 29 / (53179) Bonn
Teléfono / Fax	0049 228 68450 / 0049 228 68453940
E-mail / Página web	info@ble.de / <a href="http://www.ble.de">www.ble.de</a>
Contacto 1	Sra. Malvin Knopp (licencias) malvin.knopp@ble.de
Contacto 2	Sr. Hartwig Rausche (normas) hartwig.rausche@ble.de
Contacto 3	Sr. Bernd Kremer (Referat 523, pesca) bernd.kremer@ble.de



BVEO - Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse (Unión Federal de Organizaciones de Productores de Fruta y Verdura)	
Domicilio / (CP) Ciudad	Pariser Platz 3 / (10117) Berlin
Teléfono / Fax	0049 30 206414980 / 0049 30 20641498407
E-mail / Página web	bveo@drv.raiffeisen.de / www.bveo.de

TRANSAIR - Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der "Einen Welt" e.V.	
Iniciativa independiente para promover el comercio justo en Alemania.	
Domicilio / (CP) Ciudad	Remigiusstrasse 21 / (50937) Köln-Sülz
Teléfono / Fax	0049 221 9420400 / 0049 221 94204040
E-mail / Página web	info@fairtrade-deutschland.de / www.fairtrade-deutschland.de
Contacto	Sr. Dieter Overath (Gerente)

## 16.2 A NIVEL EUROPEO

Freshfel Europe	
Información sobre el marketing de productos frescos en Europa. Figuran todos los requisitos generales europeos junto a las normas de marketing del producto y los límites de contaminantes: <a href="http://www.freshquality.org">www.freshquality.org</a>	
Domicilio / (CP) Ciudad	Av. de Broqueville 272 bte 4 / (0) Bruselas
Teléfono / Fax	0032 2 777 1580 / 0032 2777 1581
E-mail / Página web	info@freshfel.org / www.freshfel.org
Tipo de empresa	Asociación comercial europea

## 17. IMPORTADORES Y AGENTES DE FRUTAS FRESCAS

"Argentina Trade Net" es el portal de negocios desarrollado por la Cancillería Argentina, a través del cual empresas argentinas pueden acceder a información de mercado actualizada, incluyendo un directorio de importadores de todo el mundo.

► [www.cancilleria.gob.ar/argentinatradenet](http://www.cancilleria.gob.ar/argentinatradenet)

El personal de la Sección Económica y Comercial del Consulado General Argentino en Hamburgo puede proporcionar listados detallados de posibles compradores locales de fruta fresca o iniciar negociaciones comerciales a petición de las empresas argentinas. Para ello, le agradeceremos que nos envíe un e-mail con los requisitos e información de su empresa al correo electrónico [comercio\\_chamb@mrecic.gov.ar](mailto:comercio_chamb@mrecic.gov.ar).





## 18. RECOMENDACIONES PARA LOS EXPORTADORES ARGENTINOS

El posicionamiento de los proveedores a Alemania se basa en la combinación de calidad y precios adecuados. Se sugiere la presencia de exportadores en las ferias del sector (punto 13. en este perfil), así como la visita en forma de delegaciones a fin de percibir la situación del mercado y establecer un contacto personal con los importadores, dando así a conocer la calidad de la oferta.

El presente informe incluye una nómina de potenciales importadores alemanes del ramo (punto 15. en este perfil). Sugerimos mantener la correspondencia en idioma inglés, de no ser posible en alemán. A la vez, debería proveerse información detallada de la empresa (perfil de la empresa) y de los productos ofrecidos, agregando referencia bancaria, capacidad y experiencia de producción y/o exportación.

Al planear una visita a los importadores en Alemania, se pueden usar los servicios de este Consulado General de la República Argentina en Hamburgo (Mittelweg 141, 20148 Hamburg, Tel.: +49 40 441846-0, Fax: +49 40 4105103, E-mail: chamb@mrecic.gov.ar). Preparamos agenda de visita, y para ello requerimos la siguiente información en inglés o alemán: perfil de la empresa y ofertas detalladas de sus productos.

En el marco de una estrategia de marketing (visita a importadores etc.) se recomienda, como grupo de exportadores o por medio de asociaciones de apoyo al exportador, tomar contacto con las siguientes revistas especializadas en frutas y verduras frescas:

Fruchthandel Magazin (FRUITNET MEDIA INTERNATIONAL)	
Revista especializada en frutas y verduras. Grupo de lectores: Empresas de comercio de frutas. Tirada: 4.200 ejemplares. Periodicidad: semanal.	
Domicilio / (CP) Ciudad	Lindemannstrasse 12 / (40237) Düsseldorf
Teléfono / Fax	0049 211 991040 / 0049 211 663162
E-mail / Página web	info@fruchthandel.de / www.fruchthandel.de
Contacto	Sr. Michael Schotten (Redactor en jefe) ms@fruchthandel.de

BioHandel Online (bio verlag gmbh)	
Revista especializada en productos orgánicos. Grupo de lectores: profesionales del sector orgánico. Tirada: 7.000-8.000 ejemplares. Periodicidad: mensual.	
Domicilio / (CP) Ciudad	Magnolienweg 23 / (63741) Aschaffenburg
Teléfono / Fax	0049 6021 44890 / 0049 6021 4489499
E-mail / Página web	info@bioverlag.de / www.biohandel-online.de
Contacto 1	Sra. Natascha Becker (Redactora en Jefe) natascha.becker@bioverlag.de

### Aspectos promocionales que pueden ser decisivos en el punto de venta

- » Los consumidores alemanes se fijan en etiquetados y certificados de calidad.
- » Marcas reconocidas representan calidad.
- » Muchas veces se favorecen frutas con un aspecto homogéneo, que se relaciona con calidad.
- » Si la fruta tiene un gusto u otras características excepcionales, se las debe promocionar.



## 19. SITIOS WEB DE INTERÉS

### Base de datos de aranceles de importación e impuestos internos

TARIC (Arancel Integrado de las Comunidades Europeas) describe los requisitos básicos para realizar el despacho aduanero. Informa sobre aranceles, impuestos internos y señala si una mercadería se beneficia del Sistema de Preferencias Generalizadas.

► [ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=es](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es)

### Requisitos y restricciones al ingreso de productos

EXPORT HELPDESK contiene información sobre derechos y requisitos de importación, y estadísticas comerciales. Ofrece, además, información detallada sobre los regímenes preferenciales entre la UE y los países en vías de desarrollo.

► [exporthelp.europa.eu/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/index_es.html)

### Estadísticas de comercio exterior

Estadísticas de comercio de Alemania ► [www.destatis.de](http://www.destatis.de)  
Estadísticas de comercio de la Unión Europea ► <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb>  
Estadísticas de comercio de todo el mundo ► <http://faostat.fao.org>

### Sitios web para encontrar socios comerciales

WER LIEFERT WAS contiene contactos de empresas productoras y distribuidoras.

► [www.wlw.de/en](http://www.wlw.de/en)

### Revistas especializadas

Fruchthandel Magazin: ► [www.fruchthandel.de](http://www.fruchthandel.de)  
Fruchtportal: ► [www.fruchtportal.de](http://www.fruchtportal.de)  
Freshplaza: ► [www.freshplaza.es](http://www.freshplaza.es)