



PERFIL DE MERCADO

Cebollas en Alemania

Agosto de 2018



Argentina



INDICE

1. Posición arancelaria
2. Descripción del producto
3. Arancel de importación
 - 3.1 Impuestos locales
 - 3.2 Documentos exigidos en Aduana
 - 3.3 Requisitos de ingreso para frutas y hortalizas
4. Situación del mercado
 - 4.1 Resumen ejecutivo
5. Importaciones de Alemania de cebollas frescas (0703.1019)
6. Niveles de precios
 - 6.1 Nivel importador
7. Producción local (0703.1019)
8. Consumo
9. Canales de comercialización más usuales
10. Principales centros de consumo del producto
11. Principales accesos al mercado
12. Ferias y exposiciones especializadas
13. Asociaciones sectoriales
14. Importadores
15. Recomendaciones para los exportadores argentinos
16. Sitios Web de Interés





1. Posición arancelaria	2. Descripción del producto		Denominación	3. Arancel (%)	
			en alemán	General	Argentina
0703.1019		Cebolla, fresca o refrigerada, excluida para siembra	Speisezwiebel, frisch oder gefroren	9,60	9,60
				Precio unitario	
				82,96 Euros / 100 kg.	
<p>En el caso de las cebollas para consumo alimenticio (0703.1019) están sujetas al arancel general de 9,60%. Además deben pagar un derecho específico (precio unitario) que varía según la época del año y se basa en un monto fijo por 100 kg. del producto. En el día de consulta del TARIC (Arancel Integrado de las Comunidades Europeas) el precio unitario era de Euros 82,96 Euros pro 100 kg.</p>					

Cifras de agosto de 2018. Consultar en:

► http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es

Preferencias arancelarias aplicadas a los principales países competidores directos de las exportaciones argentinas de cebollas a Alemania:

País	Tipo de preferencia	Arancel (%)	Directiva de la UE
España, Holanda, Polonia, Italia	Miembros de la UE	0	--
Nueva Zelanda	Ninguna	9,60	--
Egipto	Medida recíproca de liberalización del comercio de productos agrícolas	0	Directiva Ce 0240/10
Australia	Ninguna	9,0	--
Chile	Medida recíproca de liberalización del comercio de productos agrícolas	0	Directiva CE 0979/02
Perú	Medida recíproca de liberalización del comercio de productos agrícolas	0	Directiva CE 0735/12

3.1 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.



3.2 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">» Identificación del exportador y del importador (nombre/razón social y dirección)» Número de factura con fecha de expedición» Descripción de las mercancías (denominación, calidad, etc.)» Cantidad de mercancías y unidad de medida» Valor unitario y valor total» 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.» Condiciones de pago (modo y fecha de pago, descuentos, etc.)» Condiciones de entrega según el correspondiente Incoterm.» Medio de transporte <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">» Conocimiento de embarque (marítimo B/L)» Conocimiento de embarque FIATA» Carta de porte por carretera (CMR)» Conocimiento aéreo (AWB)» Carta de porte por ferrocarril (CIM)» Cuaderno TIR <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">» Datos del exportador, importador y empresa de transporte» Número de la factura de transporte con fecha de expedición» Tipo de embalaje (cartón, caja, tonel, bolsa, etc.)» Número de bultos» Contenido de cada bulto (descripción de las mercancías y número de artículos de cada bulto)» Marcas y numeración» Peso neto, peso bruto y dimensiones de los bultos. <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">» Identificación de los participantes en la operación (importador, exportador, representante, etc.)» Destino aduanero (despacho a libre práctica, a consumo, importación temporal, tránsito, etc.)» Datos de los medios de transporte» País de origen, país de exportación y país de destino» Información comercial y financiera (Incoterms, valor facturado, moneda de facturación, tipo de cambio, seguro, etc.)» Lista de documentos asociados al DUA (licencias de importación, certificados de inspección, documento de origen, documento de transporte, factura comercial, etc.)» Declaración y modo de pago de los impuestos a la importación (derechos arancelarios, IVA, impuestos especiales, etc.) <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 www.zoll.de</p>

Para mayor información consultar:

► <http://trade.ec.europa.eu>

Los productos importados de terceros países son controlados en Alemania por el:

Bundesministerium der Finanzen (Ministerio Federal de Hacienda)

Bundeszollverwaltung (Consejo de Exacción y Aduanas)

Tel.: +49 351 44834 530

Fax: +49 351 44834 590

Correo electrónico: enquiries.english@zoll.de

Página web: <http://www.zoll.de>



3.3 Requisitos de ingreso para frutas y hortalizas

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.

Requisitos fitosanitarios

Para la importación de cebollas 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.

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.

En Alemania las autoridades competentes son:

Julius Kühn Institut - Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen (Instituto Julius Kuhn - Centro Federal de Investigación en Plantas Cultivadas)

Institut für nationale und internationale Angelegenheiten der Pflanzengesundheit (Instituto de Salud Vegetal Nacional e Internacional)

Messeweg 11-12

38104 Braunschweig

Tel.: +49 531 2993 371

Fax: +49 531 2993 007

Correo electrónico: ag@jki.bund.de

Página web: <http://www.jki.bund.de>

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft BMEL (Ministerio Federal de Alimentos y Agricultura)
Abteilung 5 Biobasierte Wirtschaft, Nachhaltige Land- und Forstwirtschaft (Departamento 5 Bioeconomía, agricultura sostenible e industrias forestales)

Unterabteilung 51 Landwirtschaft (Subdepartamento 51 Agricultura)

Referat 512: Pflanzenschutz (Servicio 512 Protección Vegetal)

P.O. Box 140270 (Casilla de Correo 140270)

53107 Bonn

Tel.: +49 228 99 529 4661

Fax: +49 228 99 529 3111

Correo electrónico: 512@bmel.bund.de

Página web: <http://www.bmel.de>



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 verduras, 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 hortalizas como las cebollas se acepta un nivel máximo de 0,10 mg/kg de peso húmedo.

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 muchas veces se aplican límites máximos por debajo de lo reglamentado por la UE. La aparición de nuevos LMRs es una amenaza más significativa que la necesidad de bajar los límites existentes. 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.

Base de datos de plaguicidas y sustancias activas aprobadas en la UE.

► 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 verduras.

En Alemania la autoridad competente es el:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft BMEL (Ministerio Federal de Alimentos y Agricultura)
Abteilung 3 lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Departamento 3 Seguridad Alimentaria, Salud Animal)
Unterabteilung 31 Gesundheitlicher Verbraucherschutz - Sicherheit der Lebensmittelkette
(Subdepartamento 31 Protección de la salud de los consumidores - Seguridad de la Cadena Alimenticia)
Referat 312: Lebensmittelüberwachung, Krisenmanagement, Ernährungsvorsorge (Servicio 312: Control e Inspección Alimentaria, Gestión de crisis, Suministro de Alimentos para Emergencias)
P.O. Box 140270 (Casilla de Correo 140270)



53107 Bonn
Tel.: +49 228 99 529 4466
Fax: +49 228 99 529 3341
Correo electrónico: 312@bmel.bund.de
Página web: <http://www.bmel.de>

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/sites/food/files/safety/docs/gfl_req_factsheet_traceability_2007_en.pdf

Materiales para envases

Los materiales y los recipientes destinados a estar en contacto con los alimentos tienen que ser fabricados de acuerdo con ciertas normas para que no modifiquen la composición, el sabor o el olor de los alimentos y no transfieran componentes en un porcentaje tal que constituyan un riesgo para la salud (ver **Reglamento (CE) Nro. 1935/2004**).

En Alemania las autoridades competentes en relación con los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con los alimentos son:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft BMEL (Ministerio Federal de Alimentos y Agricultura)
Abteilung 3 lebensmittelsicherheit, Tiergesundheit (Departamento 3 Seguridad Alimentaria, Salud Animal)
Unterabteilung 31 Gesundheitlicher Verbraucherschutz - Sicherheit der Lebensmittelkette
(Subdepartamento 31 Protección de la salud de los consumidores - Seguridad de la Cadena Alimenticia)
Referat 313: Rückstände und Kontaminanten in Lebensmitteln, Lebensmittelbedarfsgegenstände (Residuos y Contaminantes en los Alimentos, productos alimenticios)
P.O. Box 140270 (Casilla de Correo 140270)
53123 Bonn
Tel.: +49 228 99 529 4466
Fax: +49 228 99 529 3341
Correo electrónico: 312@bmel.bund.de
Página web: <http://www.bmel.de>

Bundesinstitut für Risikobewertung - BfR (Instituto Federal de Análisis de Riesgos)
Abteilung 5: Lebensmittelsicherheit (Departamento 5: Seguridad Alimentaria)
P.O. Box 126942 (Casilla de Correo 126942)
10609 Berlín
Tel.: +49 30 18 412 3747
Fax: +49 30 18 412 6347
Correo electrónico: 5@bfr.bund.de
Página web: <http://www.bfr.bund.de>



Etiquetado

La **Directiva 2000/13/CE** trata la necesidad de homogeneizar las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

También 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.

1) Denominación de venta del producto.
<ul style="list-style-type: none">» Nombre previsto para este producto en disposiciones específicas de la UE.» A falta de disposiciones, el nombre común en el país en el que tenga lugar la venta final.» Todos los productos alimenticios que hayan sido tratados con radiación ionizante deberán indicar, en alemán: "bestrahlt" o "mit ionisierenden Strahlen behandelt".» Se debe agregar información sobre el estado físico o sobre el tratamiento específico (por ejemplo: en polvo, liofilizado, congelado, concentrado, ahumado), siempre que la omisión de esa información pudiera inducir a confusión.
2) Lista de ingredientes.
<ul style="list-style-type: none">» Precedidos por la palabra "Zutaten" (ingredientes en alemán), se enumeran todos los ingredientes del producto alimenticio según su peso (en orden decreciente).» El agua añadida se indica en la lista en función de su peso en el producto final; la cantidad de agua añadida se calcula sustrayendo del peso total del producto el peso de los demás ingredientes. Si el porcentaje de agua añadida en el producto fuera inferior o igual al 5% del peso total, es posible obviar esta información.» En el caso de mezclas de varias frutas, sin que una de ellas predomine, podrán enumerarse siguiendo un orden diferente cada vez, siempre que se enumeren con la mención "en proporciones variables" (en alemán: "in veränderlichen Gewichtsanteilen")» Cuando un producto alimenticio sólido se presente con un líquido de cobertura, se deberá indicar en la etiqueta también el peso neto escurrido del mismo.» En el Anexo I se indican los ingredientes que es posible mencionar sustituyendo su nombre específico por la categoría.» En el Anexo II se indican los ingredientes que deben mencionarse con su categoría seguido por su nombre específico o su número CE (p.ej. colorante, conservante, antioxidante).» En el Anexo III se informa sobre la denominación de los aromas.
3) Cantidad de determinados ingredientes o categorías de ingredientes (art. 7 de la Directiva).
<ul style="list-style-type: none">» Es necesario mencionar la cantidad de un ingrediente o categoría de ingrediente:<ul style="list-style-type: none">- Cuando figure en la denominación de venta o cuando el consumidor la asocie en general con esa denominación de venta.- Cuando en la etiqueta se lo mencione con palabras, imágenes o representación gráfica.- Cuando sea esencial para definir un producto alimenticio y para distinguirlo de otros productos, con los cuales se lo pudiera confundir a causa de su denominación o de su aspecto.
4) Cantidad neta (para los productos alimenticios pre-embalados).
<ul style="list-style-type: none">» La cantidad neta de los productos alimenticios envasados se expresará:<ul style="list-style-type: none">- En unidades de volumen en el caso de los productos líquidos,- En unidades de peso en el caso de los demás productos, utilizando, según proceda, la unidad de litro, centilitro, mililitro, o bien kilogramo o gramo.
5) Fecha de conservación mínima o, para alimentos muy perecederos, la fecha de caducidad.
<ul style="list-style-type: none">» La fecha está compuesta por el día, el mes y el año, no obstante, en el caso de los alimentos:<ul style="list-style-type: none">- Cuya perdurabilidad sea inferior a tres meses: basta indicar el día y el mes- Cuya perdurabilidad no sobrepase los dieciocho meses: basta indicar el mes y el año



- Cuya perdurabilidad sea superior a dieciocho meses: basta indicar el año » Para los alimentos microbiológicos muy perecederos se cambiará la fecha de conservación mínima por la fecha de caducidad, debiendo la fecha ir precedida por las palabras: "verbrauchen bis"
6) Condiciones especiales de conservación y uso. Si es necesario (p.ej. indicar conservar a no más de 4°C - temperatura máxima)
7) Nombre o razón social y dirección del fabricante o empaquetador o vendedor establecido en la UE.
8) Lugar de origen o de procedencia en el caso en que pudiera confundir al consumidor.
9) Un modo de empleo apropiado, siempre que en caso de no haberlo sea imposible usar de forma adecuada el producto.
10) Si el grado alcohólico supera al 1,2%, se debe mencionar el grado alcohólico volumétrico adquirido.
11) Indicación del lote Cuando los productos alimenticios estén envasados, la indicación del lote precedida por la letra "l" debe figurar en el envase o en una etiqueta unida a éste. Cuando los productos no estén envasados, la indicación del lote precedida por la letra "l" debe figurar en el embalaje o en el recipiente o, en su defecto, en los documentos comerciales pertinentes.
12) 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.

- » **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.



4. Situación del mercado

4.1 Resumen ejecutivo

La producción alemana de cebollas frescas y chalotes alcanzó las 541.354 toneladas en el año 2017, debiendo señalarse que el mercado alemán de estos productos no depende de las importaciones para satisfacer la demanda local.

El área de cultivo de cebolla se expandió en 2017 en un 4%. Con un total de 11.718 hectáreas (2016: 11.294 hectáreas, 2015: 10.324 hectáreas), el área de cultivo de cebolla en 2017 fue más alta que nunca.

Este hecho se refleja también en las exportaciones, alcanzando para el año antes citado las 87.348 toneladas.

La mayor parte de la demanda local se cubre por la propia producción del país, siendo que el consumidor alemán prefiere en materia de frutas y hortalizas la compra de productos de su región a la de otra procedencia.

Corresponde señalar asimismo que los países de Europa Central y Oriental, al igual que España, se puede observar un aumento en la superficie cultivada de cebollas.

Las importaciones se dan preferentemente en productos de calibres grandes, que proveen tradicionalmente Chile (1.392 t en 2017), Egipto (9.197 t) o Australia (2.868 t), o de características peculiares, como por ejemplo la cebolla dulce que se importa tanto de España como de Nueva Zelandia.

Los principales países proveedores del mercado alemán en el año 2017 fueron: España con 107.095 toneladas (un 48 % del volumen total) a USD 44,4 mil millones, seguida por Holanda con 47.054 t (21 %) a USD 31 mil millones y por último Nueva Zelandia con 28.245 t (12 %). Este posicionamiento en el mercado alemán es constante en los últimos seis años.

Entre 2010 y 2017, la Argentina fue perdiendo protagonismo como origen de este producto. Si bien en el 2011 logró aún colocar 3.214 toneladas de cebollas en Alemania, en los años siguientes las importaciones desde nuestro país sufrieron mermas del 68% (2012), 44% (2013) y 19% (2014). En el 2015 se registró una caída de la demanda de cebollas argentinas del orden del 97%. Y en el 2016, último año en el cual Argentina exportó cebollas a Alemania, se lograron vender sólo 8 toneladas.

De veinte empresas entrevistadas integrantes de la nómina de importadores que figuran en este perfil, sólo dos, **Agropa Handels GmbH** y **Riel Fruchthandel GmbH & Co KG**, mostraron interés general por recibir ofertas de cebollas argentinas frescas, aunque no transmitieron especificaciones o demanda puntual que permita identificar una oportunidad comercial concreta para la colocación de este producto.

Consultados los actores locales respecto de la producción argentina, los importadores destacan que la cebolla argentina no encuentra aceptación por parte del consumidor local -, tendencia que se vislumbra desde el año 2010-, y lo relacionan a que las múltiples variedades importadas y comercializadas localmente son mayormente de ORIGEN ORGANICO.

El importador local destaca una mejor calidad del producto y mejores prácticas por parte de exportadores de Nueva Zelandia, Egipto o de Chile. Para el importador local es importante la calidad del producto, la fiabilidad de la logística y la seriedad del proveedor. Las empresas alemanas prefieren mantener lazos comerciales duraderos con proveedores confiables conocidos sin importar las contingencias estacionales.



Por lo tanto importadores del segmento suponen que para los próximos años las áreas cultivadas para cebollas y las cantidades disponibles en los países europeos permanecen constantes aún con condiciones climáticas desfavorables, teniendo los productores alemanes la mejor tecnología disponible.

Es de notar que como resultado de la sequía del 2018 aunque el tamaño de las cebollas tendrán un calibre relativamente más pequeño, los informes preliminares dan cuenta de que el rendimiento podría mantenerse relativamente constante. En consecuencia, la alta proporción de cebollas pequeñas conduce a un exceso de oferta en este segmento.

Consultados los actores locales respecto de recomendaciones para proveedores argentinos en sus esfuerzos para recolocar su producción en el mercado alemán, sugieren la presentación de una reorganización de sus procesos de suministro de cebollas en todas etapas con el fin de ofrecer una mejor calidad y servicio.

Para una visita de productores argentinos que estén en condiciones de presentar un esquema de negocios renovado, los mismos sugieren;

- La presencia de exportadores en las ferias del sector FRUIT LOGISTICA y BIOFACH para las cebollas orgánicas, a fin de percibir la situación del mercado y reestablecer un contacto personal con los importadores, dando así a conocer la calidad de la oferta argentina.
- Debe señalarse que los compradores alemanes priorizan relaciones comerciales a largo plazo para poder estar seguros de recibir un producto libre de residuos y de buena calidad.
- Además las Ferias constituyen la plataforma ideal para reunirse con un número importante de compradores locales dado que operan desde distintos puntos de Alemania.



5. Importaciones de Alemania de cebollas frescas (0703.1019)

Posición	2010			2011			2012			2013		
	País	Peso t	Valor 1.000 \$	País	Peso t	Valor 1.000 \$	País	Peso t	Valor 1.000 \$	País	Peso t	Valor 1.000 \$
1	Holanda	89.409	56.386	España	87.197	44.447	España	92.223	35.782	España	89.871	48.547
2	España	82.294	44.720	Holanda	74.006	55.596	Holanda	51.363	31.026	Holanda	63.766	46.030
3	N. Zelanda	26.638	17.639	N. Zelanda	24.153	18.984	N. Zelanda	26.537	16.062	N. Zelanda	32.577	23.471
4	Australia	12.969	8.315	Australia	15.793	14.249	Australia	13.840	8.353	Australia	13.635	10.158
5	Polonia	12.689	7.945	Polonia	9.759	5.009	Polonia	12.587	4.685	Polonia	9.197	4.722
6	Italia	11.402	12.047	Italia	8.909	9.721	Italia	12.333	11.818	Italia	8.172	10.086
7	Chile	6.900	4.848	Chile	8.368	5.406	Egipto	5.219	5.724	Egipto	7.686	10.954
8	Egipto	5.000	5.351	Egipto	5.548	6.183	Francia	4.574	7.579	Austria	4.666	2.725
9	Francia	4.660	4.826	Francia	4.820	6.694	Chile	2.627	2.081	Francia	4.100	7.074
10	Argentina	2.453	2.396	Sudáfrica	3.725	2.485	Austria	1.767	1.068	Dinamarca	1.449	510
11	Sudáfrica	1.965	1.071	Argentina	3.214	3.498	Argentina	1.048	1.096	Bélgica	1.410	1.451
12	Austria	1.680	703	Austria	2.516	1.444	Dinamarca	799	446	Rep.Checa	1.259	360
13	Bélgica	1.125	893	Bélgica	1.670	1.370	Bélgica	735	591	Chile	1.180	1.089
14	Marruecos	697	525	Marruecos	1.160	1.103	Portugal	358	168	Argentina	588	471
-	Perú	27	18	Perú	2	4	Perú	211	286	Perú	318	558
	Subtotal	259.909	167.683	Subtotal	250.839	176.193	Subtotal	226.219	126.765	Subtotal	239.873	168.206
	Total	261.798	169.750	Total	253.446	178.150	Total	227.552	128.063	Total	241.613	170.227

Posición	2014			2015			2016			2017		
	País	Peso T	Valor 1.000 \$	País	Peso T	Valor 1.000 \$	País	Peso T	Valor 1.000 \$	País	Peso t	Valor 1.000 \$
1	España	102.402	47.895	España	98.648	49.252	España	94.763	47.632	España	107.095	44.439
2	Holanda	69.874	52.710	Holanda	66.657	41.438	Holanda	68.342	44.109	Holanda	47.054	31.022
3	N. Zelanda	25.598	19.087	N. Zelanda	25.538	14.711	N. Zelanda	31.525	18.480	N. Zelanda	28.275	17.449
4	Polonia	10.933	5.956	Polonia	9.498	4.034	Polonia	10.103	4.472	Polonia	10.304	3.896
5	Italia	7.403	8.645	Australia	8.466	6.826	Italia	8.576	8.089	Italia	9.579	10.201
6	Egipto	7.209	11.280	Egipto	7.544	9.793	Australia	8.572	5.264	Egipto	9.197	11.931
7	Bélgica	5.476	5.743	Italia	7.494	8.484	Egipto	8.453	10.025	Australia	2.868	1.563
8	Australia	3.779	2.682	Francia	2.542	3.375	Dinamarca	6.518	2.275	Francia	2.074	3.571
9	Francia	3.285	4.882	Dinamarca	2.248	796	Austria	2.971	1.244	Austria	1.609	725
10	Dinamarca	2.908	1.402	Austria	1.960	811	Francia	2.453	3.306	Chile	1.392	829
11	Austria	2.384	1.450	Bélgica	1.135	844	Bélgica	848	685	Bélgica	1.107	422
12	Chile	2.257	1.849	Marruecos	661	689	Chile	815	822	Dinamarca	840	260
13	Marruecos	497	773	Perú	565	620	Croacia	617	253	Perú	453	534
14	Argentina	447	359	Chile	504	381	Perú	596	592	Rep.Checa	356	120
-	Perú	350	588	Argentina	18	19	Argentina	8	12	Argentina	0	0
	Subtotal	244.802	165.301	Subtotal	233.478	142.073	Subtotal	245.160	147.260	Subtotal	222.200	126.962
	Total	245.530	166.325	Total	235.293	143.505	Total	247.515	149.247	Total	223.370	128.360

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

Balanza comercial alemana para cebollas frescas

Año	Exportaciones		Importaciones	
	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)
2011	78.832	37.034	253.446	178.150
2012	74.526	26.175	227.552	128.063
2013	80.812	34.456	241.613	170.227
2014	78.569	32.067	245.530	166.325
2015	100.795	32.560	235.293	143.505
2016	86.502	31.221	247.515	149.247
2017	87.348	26.285	223.370	128.360

Los principales países de re-exportación en 2017 fueron: la República Checa, Polonia, Italia, Hungría, Holanda, el Reino Unido y Finlandia. Los principales países de origen en 2017 fueron: España, Holanda, Nueva Zelanda y Polonia.

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).



6. Niveles de precios

6.1 Nivel importador

Año / Proveedor	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Valor (en USD por kg)						
España	0,51	0,39	0,54	0,47	0,50	0,50	0,41
Holanda	0,75	0,60	0,72	0,75	0,62	0,65	0,66
Nueva Zelandia	0,79	0,61	0,72	0,75	0,58	0,59	0,62
Polonia	0,51	0,37	0,51	0,54	0,42	0,44	0,38
Italia	1,09	0,96	1,23	1,17	1,13	0,94	1,06
Egipto	1,11	1,10	1,43	1,56	1,30	1,19	1,30
Australia	0,90	0,60	0,74	0,71	0,81	0,61	0,54
Francia	1,39	1,66	1,73	1,49	1,33	1,35	1,72
Austria	0,57	0,60	0,58	0,61	0,41	0,42	0,45
Chile	0,65	0,79	0,92	0,82	0,76	1,01	0,60
Bélgica	0,82	0,80	1,03	1,05	0,74	0,81	0,38
Argentina	1,09	1,05	0,80	0,80	1,06	1,50	--
Subtotal	0,70	0,56	0,70	0,79	0,80	0,82	0,79
Total	0,70	0,56	0,70	0,79	0,80	0,82	0,79

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)

7. Producción local (0703.1019)

Año	Rendimiento de la cosecha local	Superficie cultivada
	Cantidad (en t)	Hectáreas
2011	505.594	9.442
2012	484.632	9.512
2013	405.656	9.691
2014	500.472	10.224
2015	455.348	10.324
2016	522.677	11.294
2017	541.354	11.781

En el rendimiento de la cosecha se consideran tanto las cebollas secas como los chalotes.

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



8. Consumo

Consumo de verdura en Alemania Ejercicio 2015/2016	
Tipos de verduras	Cantidad (Kg. per cápita)
Tomates	26,2
Cebollas	7,9
Zanahorias, remolachas	8,0
Pepinos	6,5
Repollitos blanco y colorado	4,2
Otras lechugas (incluidas: hoja de roble, escarola, radicchio, rúcula, lollo rosso, romana, trocadera)	3,1
Lechuga normal y tipo iceberg	2,6
Col de Milán, colinabo, repollo chino	2,5
Porotos	2,2
Coliflor, col rizada	2,0
Champignons	1,7
Espárragos	1,5
Espinaca	1,3
Arvejas	1,2
Puerro	1,1
Apio	0,9
Repollitos de Bruselas	0,4
Otras verduras	20,6
Total verduras	93,8

Fuente: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

En Alemania el consumo de cebollas a nivel doméstico se mantiene en el orden de los 7,9 Kg. por persona. Se trata preferentemente de cebolla de producción orgánica, en sus variedades amarilla, blanca, roja. El consumidor alemán prefiere comprar productos de la región a productos de otra procedencia. No sólo aquí el sabor de la cebolla cumple un rol importante sino también la consciencia de reducir la emisión de dióxido de carbono evitando productos que suponen un transporte largo. En este sentido, llama la atención que Nueva Zelanda sea el tercer exportador de cebollas para Alemania, dado el calendario estacional para la cebolla es similar en ambos países. En el caso de las importaciones de España se destaca la variedad de cebolla dulce.



Tendencias

Regionalidad



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) o “Qualität aus der Region” (calidad de la región) con las cuales se declaran productos regionales.

Preocupación por la seguridad alimenticia, medioambiente y producción justa

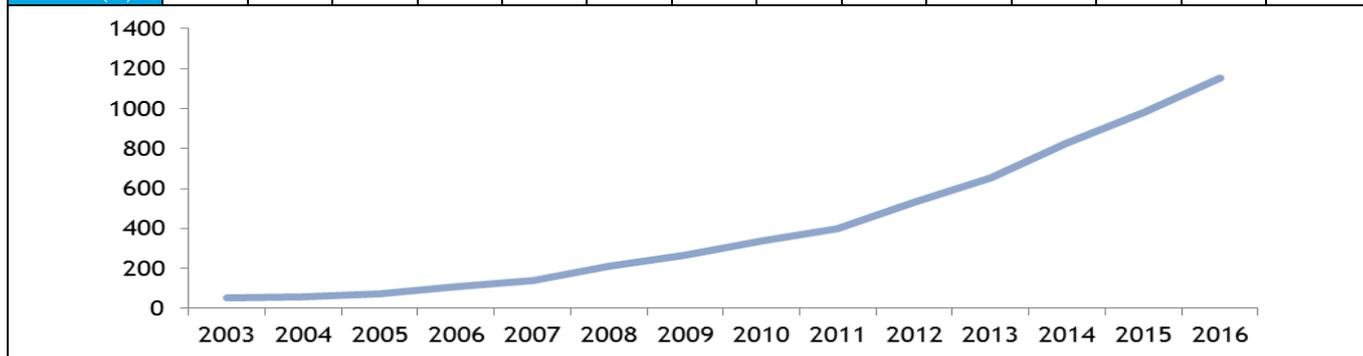
El comercio minorista y la industria de procesamiento de alimentos responden a la preocupación creciente pública por la seguridad alimenticia. Como consecuencia de ello, el control sobre las cadenas de suministro se torna más rígido. Se prefiere contar con un número limitado de proveedores seleccionados (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.

La importancia del comercio justo en Alemania ha crecido enormemente en los últimos años, alcanzando una cifra de negocios de 978 millones de Euros en el año 2015. El logotipo Fairtrade es el logo más famoso en Alemania. Productos con estos símbolos se pueden encontrar particularmente en supermercados, en la gastronomía y en florerías. Otros puestos de venta son las tiendas exclusivas para este segmento („Weltladen“) de las que existen aproximadamente 800 en Alemania y donde se ofrece la mayor selección de productos.



Desarrollo de las cifras de negocio para productos del comercio justo en Alemania

Año	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
Mill.€	51	58	72	110	142	213	267	340	400	533	654	827	978	1.155
Camb.(%)		13	25	53	29	50	25	27	18	33	23	26	18	18



Fuente: Asociación Alemana de Promoción de Comercio Justo con los Países en Desarrollo TRANSFAIR



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. En los supermercados la oferta de productos orgánicos por lo tanto está creciendo paulatinamente.

La cifra de ventas de productos orgánicos en Alemania en 2017 superó por primera vez la barrera de los 10.000 millones de Euros. En Alemania los hogares gastaron un 5,9 % más para alimentos orgánicos que en el año anterior, en total 10.040 millones de Euros. No sólo las tiendas de descuento, sino también los minoristas han impulsado dicha tendencia hacia un mayor espacio de ventas para productos orgánicos en las tiendas.

Para el mercado de la cebolla en Alemania ello resulta en una demanda que no puede ser satisfecha por la oferta existente. En atención a ello, puede considerarse que la tendencia de una creciente demanda en cebollas orgánicas se mantendrá en los próximos años.

En Alemania, importadores con un amplio segmento de productos orgánicos son por ejemplo:

- » Rapunzel [▶ www.rapunzel.de](http://www.rapunzel.de)
- » Gepa [▶ www.gepa.de](http://www.gepa.de)
- » Care Naturkost [▶ www.care-natur.de](http://www.care-natur.de)

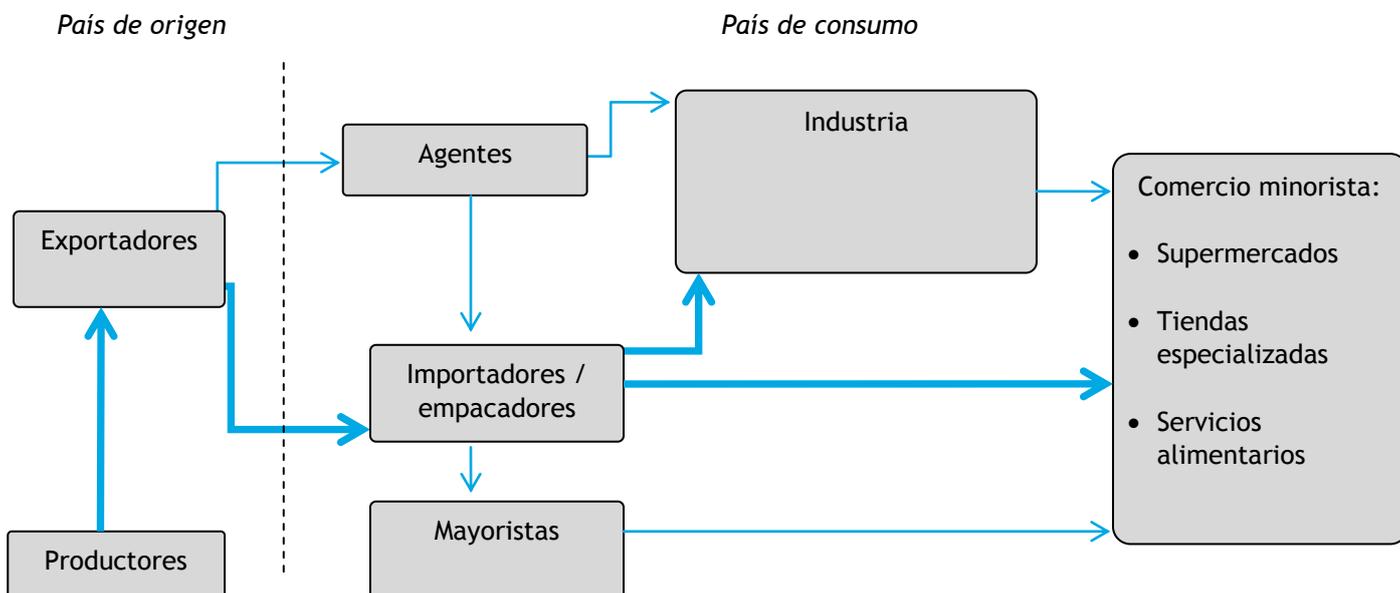
Existen dos tipos de canales de distribución para productos orgánicos: supermercados y tiendas que tienen exclusivamente productos orgánicos y comercio minorista convencional, que tiene un limitado número de alimentos certificados. En el primer grupo, por ejemplo, Supermercados bio, existe una gran variedad de marcas y productos mientras los supermercados convencionales (por ejemplo, REWE, EDEKA) y discounter (ALDI, LIDL), ofrecen una gama de productos limitados, muchas veces de marca propia. Sin embargo, estos canales son los más importantes.

Importantes supermercados alemanes especializados en productos orgánicos

- » Alnatura [▶ www.alnatura.de](http://www.alnatura.de)
- » Denn's [▶ www.denns.de](http://www.denns.de)
- » Basic [▶ www.basicbio.de](http://www.basicbio.de)
- » Bio Company [▶ www.biocompany.de](http://www.biocompany.de)
- » EBL [▶ www.ebl-naturkost.de](http://www.ebl-naturkost.de)
- » Bio Supermarkt [▶ www.superbiomarkt.de](http://www.superbiomarkt.de)



9. Canales de comercialización más usuales



Representante		Rematador		Grandes tiendas	
Broker		Mayoristas	2	Minoristas	3
Importador	1	Supermercados		Negocios especializados	

Respecto de los principales canales de comercialización de frutas y hortalizas fresca se mantiene la misma constancia que años anteriores. De este modo las importaciones alemanas se realizan casi exclusivamente a través de importadores o mayoristas especializados, y en casos muy aislados por minoristas. Las grandes cadenas de supermercados disponen de oficinas de importación propias.

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. 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.

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.

Mayoristas

Los mayoristas compran de agentes, importadores y empresas empacadoras. Por la competencia creciente de agentes e importadores, el número de mayoristas distribuidoras de frutas frescas está bajando.



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)
 - ▶ Edeka (www.edeka.de)
 - ▶ Kaiser´s (www.kaisers.de)
 - ▶ Rewe (www.rewe.de)

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

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

10. Principales centros de consumo del producto

Las cebollas 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 ²)	Población	Densidad (hab./km ²)	Capital
Baden-Wurtemberg	35.751	10.786.227	302	Stuttgart
Baviera	70.550	12.595.891	179	Munich
Berlín	892	3.501.872	3.945	Berlín
Brandemburgo	29.483	2.495.635	85	Potsdam
Bremen	419	661.301	1.577	Bremen
Hamburgo	755	1.798.836	2.382	Hamburgo
Hesse	21.115	6.092.126	289	Wiesbaden
Mecklemburgo-Pom. Occidental	23.191	1.634.734	70	Shwerin
Baja Sajonia	47.613	7.913.502	166	Hanóver
Renania del Norte-Westfalia	34.092	17.841.956	523	Düsseldorf
Renania-Palatinado	19.854	3.999.117	201	Maguncia
Sarre	2.569	1.013.352	394	Saarbrücken
Sajonia	18.420	4.137.051	225	Dresde
Sajonia-Anhalt	20.450	2.313.280	113	Magdeburgo
Schleswig-Holstein	15.799	2.837.641	180	Kiel
Turingia	16.173	2.221.222	137	Erfurt
Total Alemania	357.121	81.843.743	229	Berlín

Fuente: Anuario Estadístico (Datos al 31 de diciembre del 2011)



11. Principales accesos al mercado

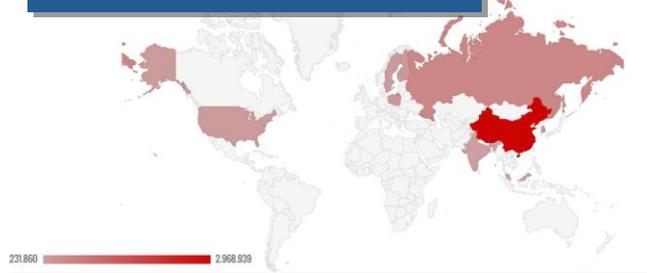
Transporte marítimo

Puerto de Hamburgo



- Se expande en una superficie de 74 km² (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, desde la desembocadura del río Elba en el Mar del Norte.
- Permite el arribo de buques con un calado máximo de 12,8 (marea baja) y 15,1 m (marea alta).
- La mayoría de las compañías navieras alemanas tienen su sede en Hamburgo.
- China es el socio comercial más importante, alcanzando el 29 % de todos los contenedores movilizados en 2016 y 2015 (2014: 31 %; 2013: 29 %). Otros socios comerciales importantes son Singapur, Rusia, Finlandia, EE.UU., Corea del Sur, Malasia, Gran Bretaña, Suecia e India.
- Arribo de barcos en 2015: 8.735 / 4269 de contenedores (2014: 9.138 / 4.493; 2013: 9.681 / 4.922).
- En 2016 se registraron unos 8,9 millones de TEU (unidad equivalente a un contenedor de 20 pies) con lo cual el puerto de Hamburgo es el puerto más grande de contenedores en Alemania y el segundo entre los puertos europeos después de Rotterdam, seguido por Amberes (2014: 9,7 millones de TEU).
- En 2016 fueron cargadas y descargadas unas 138,2 millones de toneladas (2015: 137,8; 2014: 145,7; 2013: 139,0; 2012: 130,9; 2011: 132,2; 2010: 121 millones de toneladas).

PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES





Los puertos de Bremen y Bremerhaven

Bremen tiene una infraestructura portuaria integrada por dos complejos portuarios diferentes: Bremen y Bremerhaven. Los puertos francos de Bremen y Bremerhaven ofrecen una amplia gama de servicios que cubren todas las operaciones, desde el trasbordo y el almacenaje de mercancías hasta la distribución de cargamento mixto de alta calidad a través de toda Europa. Se incluye una gama completa de sistemas logísticos computarizados. Se encuentran ubicados sobre el río Weser a 58 Km. (Bremerhaven) y 122 km. (ciudad de Bremen) del mar del Norte. Para usos portuarios se utiliza una superficie de 35 km².

La zona comercial de los Puertos de Bremen se extiende desde los Países Escandinavos, a través de Europa Central y Oriental, y alcanza también zonas del Sur de Europa, incluyendo unos 150 millones de consumidores. Los Puertos de Bremen poseen una buena comunicación con estos importantes mercados por carreteras y ferrocarril, así como por vías de navegación marítimas costeras e interiores. Además proporcionan un puente hacia S.Petersburgo, Tallinn, Riga, Vilna, Moscú y Kiev.

Gran parte de los mercados alemán y europeo se abastecen a través de Bremen de productos como café, vehículos, derivados de la madera, frutas, algodón, lana y tabaco. Sus instalaciones cuentan con terminales con diferentes usos: trasbordo de contenedores, productos pesqueros, carga refrigerada, perecedera, carga líquida, cruceros, frutas, cargamento rodado como automóviles, productos forestales.

La terminal de contenedores de Bremerhaven

La terminal tiene salida directa al mar y es la planta de trasbordo de contenedores más grande de Europa. En la actualidad ofrece las siguientes instalaciones y equipos:

- » 2,8 millones de metros cuadrados de área de trasbordo y almacenaje.
- » un muelle de una longitud de 4.680 metros y con una profundidad, en el lado de la orilla, de 14 a 16,5 metros.
- » capacidad de almacenaje (ground slot) para 17.546 contenedores (TEU) incl. 5.679 (reefer points) conexiones para contenedores frigoríficos.
- » 6 vías de ferrocarril en el interior del muelle para trenes portacontenedores (una terminal de vehículos, una terminal de frutas y tres terminales de contenedores)
- » 6 vías de ferrocarril en el interior del muelle para trenes portacontenedores (una terminal de vehículos, una terminal de frutas y tres terminales de contenedores)
- » En 2015 se trasbordaron 5.500.000 TEU (la capacidad anual es de 6.000.000 TEU).
- » En la terminal de contenedores tres operadores manejan el trasbordo:
 - EUROGATE Container Terminal Bremerhaven,
 - MSC GATE Bremerhaven (capacidad de 1.500.000 TEU),
 - North Sea Terminal Bremerhaven (capacidad de 2.800.000 TEU).
 - 51 puentes para contenedores.

Para mayor información: ► www.bremenports.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, Leipzig y Colonia-Bonn.

12. Ferias y exposiciones especializadas

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 07.02.2018 - 09.02.2018 / anual
Organizador	Messe Berlin GmbH Domicilio: Messedamm 22 Localidad: 14055 Berlín Tel.: 0049 30 30380 Fax: 0049 30 30382020 E-mail: fruitlogistica@messe-berlin.de Web: www.fruitlogistica.de
Superficie con stands	72.869 m ² (2017), 68.843 m ² (2016), 66.369 m ² (2015), 62.278 m ² (2014), 59.942 m ² (2013), 59.682 m ² (2012), 56.756 m ² (2011), 54.368 m ² (2010), 52.294 m ² (2009), 47.895 m ² (2008), 42.303 m ² (2007)
Nro. de expositores	3.077 (2017), 2.884 (2016), 2.794 (2015), 2.630 (2014), 2.566 (2013), 2.533 (2012), 2.456 (2011), 2.314 (2010)
Países importantes	2017: Italia (504 expositores), España (365), Holanda (317), Alemania (280), Francia (248), Bélgica (102), Egipto (87), Gran Bretaña (81), Grecia (72), Argentina (69), China (64), México (62), Polonia (62), Marruecos (54), EE.UU. (52).
Participación argentina	69 expositores (2017), 67 (2016), 62 (2015), 61 (2014), 56 (2013), 60 (2012), 62 (2011), 57 (2010), 49 (2009)
Visitantes	Profesionales y particulares





BIOFACH + VIVANESS - Feria internacional de productos orgánicos y feria internacional de cosmética natural y wellness	
Ofertas principales	Accesorios de moda, comida y bebida de cultivación orgánica controlada, 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 de regalo, 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, decoraciones, decoración de interiores, artículos para el bebé, accesorios, suministros de droguería, detergentes, artículos de higiene.
Lugar del evento	Nuremberg, Baviera
Fecha / Periodicidad	13.02.2019 - 16.02.2019 / anual
Organizador	<p>NürnbergMesse GmbH Domicilio: Messezentrum Localidad: 90471 Nuremberg Tel.: 0049 911 86060 Fax: 0049 911 86068645 E-mail: biofach@nuernbergmesse.de Web: www.biofach.de</p> 
Superficie con stands	52.991 m ² (2018), 47.751 m ² (2017), 46.666 m ² (2016), 45.491 m ² (2015), 42.469 m ² (2014), 42.142 m ² (2013), 44.851 m ² (2012), 45.418 m ² (2011), 45.881 m ² (2010), 50.801 m ² (2009), 47.076 m ² (2008), 42.021m ² (2007).
Nro. de expositores	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	2018: Alemania (891 expositores), Italia (418), Francia (203), España (194), Holanda (120), Austria (111), India (72), Bélgica (69), China (62), Polonia (57), Gran Bretaña (54), Suiza (44), Dinamarca (42), Perú (41), Turquía (40), México (38), EE.UU. (36).
Participación argentina	28 expositores (2018), 21 (2017), 18 (2015), 15 (2014), 19 (2013), 9 (2012), 15 (2011), 14 (2009)
Visitantes	Profesionales



13. Asociaciones sectoriales

DFHV - Deutscher Fruchthandelsverband	
Unión Alemana de Comerciantes de Frutas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Bergweg 6 / 53225 Bonn
Teléfono / Fax	0049 228 911450 / 0049 228 9114545
E-mail / Página web	info@dfhv.de / www.dfhv.de
Contacto	Dr. Andreas Brügger (gerente)
Comentarios	Organización coordinadora de la industria nacional de todas las áreas del sector de las frutas y hortalizas.

TRANSFAIR - Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der "Einen Welt" e.V.	
Asociación Alemana de Promoción de Comercio Justo con los Países en Desarrollo	
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)
Comentarios	Iniciativa independiente para promover el comercio justo en Alemania.

14. Importadores

Agropa Handels GmbH	
Productos: cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Bavariastrasse 56 / (86564) Brunnen
Teléfono / Fax	0049 8454 99080 / 0049 8454 990820
E-mail / Página web	info@agropa.de / www.agropa.de
Contacto 1	Sr. Siegfried Kienast (cebollas) / verkauf@agropa.de
Contacto 2	Sra. Christine Bichler (cebollas) / cbichler@agropa.de
Contacto 3	Sr. Johann Dittenhauser (gerente) / jdittenhauser@agropa.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	NO
¿Comercializa con Argentina?	SI

Andretta GmbH & Co. Fruchtimport	
Productos: cebollas, frutas frescas, higos	
Domicilio / (CP) Ciudad	Grossmarkt / (70327) Stuttgart
Teléfono / Fax	0049 711 16810 / 0049 711 1681290
E-mail / Página web	info@andretta-stuttgart.de / www.andretta-stuttgart.de
Contacto 1	Sr. Henning Hipp (Importación) / h.hipp@andretta-stuttgart.de
Contacto 2	Sra. Dr. Annamaria Andretta (Gerente)
Tipo de empresa	Importador, Agente y Mayorista
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



Bert Justus Handelsmakler	
Productos: cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Gustav-Heinemann-Ufer 54 / (50968) Köln
Teléfono / Fax	0049 221 949882013 / 0049 221 949882024
Contacto 1	Sr. Bert Justus / bert.justus@gmx.de
Tipo de empresa	Agente
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Bio Tropic GmbH	
Productos: ajo, cebollas, frutas finas, frutas frescas, productos orgánicos	
Domicilio / (CP) Ciudad	Daimlerstrasse 4 / (47167) Duisburg
Teléfono / Fax	0049 203 518760 / 0049 203 51876360
E-mail / Página web	info@biotropic.com / www.biotropic.com
Contacto 1	Sr. Sascha Suler (importación) / ssr@biotropic.com
Contacto 2	Sr. Ronald Vianen (Importación) / rvn@biotropic.com
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SOLO BIO
¿Comercializa con Argentina?	SI

Brigitte Flachmeyer	
Productos: ajo, cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Riegelbachstrasse 7 / (74360) Ilsfeld
Teléfono / Fax	0049 7062 90680 / 0049 7062 906819
E-mail / Página web	info@knoblauchland.de / www.knoblauchland.de
Contacto	Sra. Ewa Harjung (Importación) / flachmeyer@t-online.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

COBANA GmbH & Co. KG	
Productos: ajo, cebollas, frutas frescas, higos	
Domicilio / (CP) Ciudad	Neue Burg 2 / (20457) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 303050 / 0049 40 30305197
E-mail / Página web	info@cobana.com / www.cobana.com
Contacto	Sr. Patrick Sperl (Cebollas y manzanas y peras) / ps@cobana.com
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



Dennree GmbH	
Productos: ajo, alcauciles, cebollas, frutas frescas, productos orgánicos	
Domicilio / (CP) Ciudad	Hofer Strasse 11 / (95183) Töpen
Teléfono / Fax	0049 9295 180 / 0049 9295 18101
E-mail / Página web	zentrale@dennree.de / www.dennree.de
Contacto 1	Sra. Petra Renner (Gerente de compras frutas y verduras) / pere@dennree.de
Contacto 2	Sra. Sonja Seidel (Frutas y verduras) / sose@dennree.de
Contacto 3	Sr. Andreas Jaeis (Ajos) / a.jaeis@dennree.de
Contacto 4	Sr. Frank Künzel (frutas disecadas) / f.kuenzel@dennree.de
Contacto 5	Sr. Ralf Schwarz (Jefe de compras) r.schwarz@dennree.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SOLO BIO
¿Comercializa con Argentina?	SI

Düpmann GmbH & Co. KG	
Productos: ajo, cebollas, especias, papas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Am Teuto 18 / (33829) Borgholzhausen
Teléfono / Fax	0049 5425 932462100 / 0049 5425 932462140
E-mail / Página web	service@duepmann.de / www.duepmann.de
Contacto 1	Sr. Heinrich Düpmann (Gerente) / h.duepmann@duepmann.de
Contacto 2	Sr. Oguz Yildiz (importación hortalizas) / o.yildiz@duepmann.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	NO

EDEKA AG GB Fruchtkontor West	
Productos: ajo, cebollas, frutas finas, frutas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Raiffeisenstrasse 8 / (53332) Bornheim
Teléfono / Fax	0049 2222 7009100 / 0049 2222 7009110
Contacto 1	Sr. Reiner Ley (Gerente) / reiner.ley@edeka.de
Contacto 2	Sra. Natascha Krupp (Ajo) / natascha.krupp@edeka.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Früchtewelt GmbH	
Productos: cebollas, frutas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Schäftlarn Strasse 10 / (81371) München
Teléfono / Fax	0049 89 74666660 / 0049 89 7466666
E-mail / Página web	buero@fruechtewelt.eu / www.fruechtewelt.eu
Contacto 1	Sr. Stefan Hausruckinger (Gerente) / hausruckinger@fruechtewelt.eu
Tipo de empresa	Importador
¿Comercializa con Argentina?	NO



Fruchthansa GmbH	
Productos: cebollas, frutas finas, frutas frescas, higos	
Domicilio / (CP) Ciudad	Urfelder Strasse 65 / (50389) Wesseling
Teléfono / Fax	0049 2236 92910 / 0049 2236 9291499
E-mail / Página web	info@fruchthansa.de / www.fruchthansa.de
Contacto	Sr. Andreas Weidner (cebollas) / andreas.weidner@fruchthansa.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Fruitmatics	
Productos: ajo, cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Hauptstrasse 66 / (12159) Berlin
Teléfono / Fax	0049 30 99408783 /
Página web	www.fruitmatics.de
Contacto	Sr. Andre Halim (Importación) / andre.hal@fruitmatics.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	NO
¿Comercializa con Argentina?	NO

Heilmann AG	
Productos: cebollas, hortalizas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Nordallee 3 / (29525) Uelzen
Teléfono / Fax	0049 581 976300 / 0049 581 9763031
E-mail / Página web	info@heilmann-ag.de / www.heilmann-ag.de
Contacto	Sr. Paul Rögers (importación) /
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	NO

Jersa GmbH	
Productos: ajo, cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Zum Scheider Feld 40 / (51467) Bergisch Gladbach
Teléfono / Fax	0049 2202 980860 / 0049 2202 980868
E-mail / Página web	jersa@jersa.de / www.jersa.de
Contacto 1	Sr. Jörg Sturmberg (Gerente) / joerg.sturmberg@jersa.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



Lehmann-Natur GmbH	
Productos: ajo, cebollas, frutas finas, frutas frescas, productos orgánicos	
Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto	Otto-Hahn-Strasse 10 / (40670) Mehrbusch 0049 2159 53510 / 0049 2159 5351888 info@lehmann-natur.com / www.lehmann-natur.com Sr. Martin Jacobfeuerborn (Importación zapallo) / mjn@lehmann-natur.com
Tipo de empresa ¿Importa prod. orgánicos? ¿Comercializa con Argentina?	Importador SOLO BIO SI

Macalea Gmbh & Co. Kg	
Productos: ajo, cebollas, frutas congeladas, frutas finas, frutas frescas, papas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto 1 Contacto 2 Contacto 3 Tipo de empresa ¿Importa prod. orgánicos? ¿Comercializa con Argentina?	Oberhafenstrasse 1 / (20097) Hamburg 0049 40 3037270 / 0049 40 30372717 info@macalea.com / www.macalea.com Sr. Herbert F. Scholdei (Gerente) / herbert.scholdei@macalea.com Sra. Brigitte Gallinat (Gerente) / brigitte.gallinat@macalea.com Sra. Claudia Eggers (Frutas orgánicas) / claudia.eggers@macalea.com Importador SI SI

Magdalena Mündlein GmbH & Co. Kg	
Productos: ajo, cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto Tipo de empresa ¿Importa prod. orgánicos? ¿Comercializa con Argentina?	Schäftlarnstrasse 10 / (81371) München 0049 89 7472750 / 0049 89 7252425 magdalena@muendlein.com / www.muendlein.com Sr. Günther Warcholla Importador, Mayorista SI SI

Mitteldeutsches Zwiebelkontor GmbH	
Productos: cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad Teléfono / Fax E-mail / Página web Contacto Tipo de empresa ¿Importa prod. orgánicos? ¿Comercializa con Argentina?	Brumbyer Weg 34-40 / (39240) Calbe-Saale 0049 5651 22760 / 0049 5651 754023 info@zwiebelkontor.de / www.zwiebelkontor.de Sr. Poul Sönnichsen (Gerente) Importador SI SI



Ökokontor Biologische Erzeugnisse GmbH & Co. KG	
Productos: cebollas, papas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	auf der Geest 2 / (21514) Büchen
Teléfono / Fax	0049 4155 49997130 / 0049 4155 49997139
E-mail / Página web	info@oeko-kontor.com / www.oeko-kontor.com
Contacto 1	Sr. Thorben Klatsche (Cebollas orgánicas) / t.klatsche@heilmann-ag.de
Contacto 2	Sr. Reinhard Meyer (Importación) / meyer@oeko-kontor.com
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SOLO BIO
¿Comercializa con Argentina?	SI

Peter Keuthmann GmbH & Co. KG	
Productos: ajo, alcauciles, cebollas, espárragos, frutas finas, frutas frescas, hortalizas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Beusselstrasse 44 N-Q / (10553) Berlin
Teléfono / Fax	0049 30 3940990 / 0049 30 394099250
E-mail / Página web	info@keuthmann.net / www.keuthmann.net
Contacto	Sr. Boris Sommer (importación) / boris.sommer@keuthmann.net
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	NO
¿Comercializa con Argentina?	SI

Riel Fruchthandel GmbH & Co.KG	
Productos: cebollas, frutas finas, frutas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Hauptstrasse 371 / (77694) Kehl
Teléfono / Fax	0049 7851 91100 / 0049 7851 911201
E-mail / Página web	info@rielfruchthandel.com / www.rielfruchthandel.com
Contacto	Sra. Stephanie Riel (importación de cebollas) / stephanie.riel@rielfruchthandel.com
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	NO
¿Comercializa con Argentina?	NO
Comentarios	Arándanos, cebollas frescas.

Theodor Stadtmann GmbH & Co. KG	
Productos: cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Gladbecker Strasse 94 / (46236) Bottrop
Teléfono / Fax	0049 2041 18450 / 0049 2041 184520
E-mail / Página web	info@stadtmann-bottrop.de / www.stadtmann-bottrop.de
Contacto 1	Sr. Karl-Heinz Wobbe (importación) / wobbe@stadtmann-bottrop.de
Contacto 2	Sr. Karl Ohligs (importación) / ohligs@stadtmann-bottrop.de
Tipo de empresa	Importador, Mayorista
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	NO



Trofi - Tropenfruchtimport GmbH	
Productos: ajo, cebollas, frutas frescas, hortalizas frescas, legumbres frescas, papas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Lippeltstrasse 1 / (20097) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 3070960 / 0049 40 30709666
E-mail / Página web	info@trofi.de / www.trofi.de
Contacto 1	Sr. Helge Tamm (Gerente) / helge_tamm@trofi.de
Contacto 2	Sr. Hendrik Hachmann (cebollas) / hendrik_hachmann@trofi.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

VAU-GE Voll GmbH	
Productos: cebollas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Roxheimer Strasse 24 / (67240) Bobenheim-Roxheim
Teléfono / Fax	0049 623 96043 / 0049 623 93196
E-mail / Página web	vaugezwiebeln@aol.com / www.vau-ge.de
Contacto	Sr. Daniel Voll (Gerente)
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	NO

Walter Pott GmbH & Co.KG	
Productos: frutas frescas, cebollas, frutas frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Stauffenbergstrasse 17 / (51379) Leverkusen
Teléfono / Fax	0049 2171 70070 / 0049 2171 55040
E-mail / Página web	info@walterpott.de / www.walterpott.de
Contacto 1	Sr. Klaas Schneider (ajo y cebollas) / schneider@walterpott.de
Contacto 2	Sra. Uta Weesbach (frutas del hemisferio sur) / weesbach@walterpott.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



15. Recomendaciones para los exportadores argentinos

Hay aproximadamente 30 países que compiten en el mercado alemán de la cebolla.

Generación de contactos por medio de participaciones en Ferias y visitas

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 sugiere la presencia de exportadores en las ferias del sector FRUIT LOGISTICA y BIOFACH (véase punto 12. en este perfil) para las cebollas orgánicas, 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 argentina. Los compradores prefieren relaciones comerciales a largo plazo para poder estar seguros de recibir un producto libre de residuos y de buena calidad.



También se recomienda la visita en forma individual o de delegaciones. Al planear una visita a los importadores en Alemania, se debe tener en cuenta que en ese mercado es aún más importante que en otros países planificar toda acción comercial para que pueda ser efectiva. En efecto, los encargados de compras de los importadores programan su agenda con meses de anticipación, tanto en lo que se refiere a las entrevistas a llevar a cabo en el país, como los numerosos viajes que deben emprender a centros de producción o distribución en el resto del mundo. Por lo tanto, la solicitud de entrevistas con poca antelación no solamente cuenta con una bajísima probabilidad de ser aceptada, sino que además causa por anticipado una mala impresión, en el sentido de que el vendedor no posee una organización adecuada que le permita en el futuro cumplir con el contrato fijado, en lo que atañe a fecha de entrega y cantidades acordadas.

Se destaca que los empresarios argentinos que tengan interés en exportar sus productos a este mercado y quieran realizar una visita exploratoria anterior, pueden contactarse con el respectivo Consulado Argentino para que le prepare una agenda de entrevistas, para lo cual se requerirá la información que normalmente figura en una oferta (véase abajo).

Se debe tener en cuenta que los importadores tienen sus sedes en diferentes lugares lo que requiere una disposición a viajar a diferentes ciudades del país. Como medio para desplazarse, generalmente se opta por el ferrocarril o auto alquilado, y en caso de grupos resulta conveniente el alquiler de un ómnibus.

Ofertas y correspondencia

Para que una oferta sea tomada en consideración por un importador alemán, debe contener información detallada y precisa de la empresa proveedora y de los productos ofrecidos abarcando:

- » Perfil de la empresa proveedora.
- » Denominación del producto.
- » Especificaciones técnicas o analíticas del producto ofrecido.
- » Controles sanitarios y de calidad y certificados correspondientes.
- » Cantidades disponibles y capacidad y experiencia de producción y/o exportación.
- » Tipo de embalajes y transporte.
- » Condiciones de entrega.
- » Precios CIF (Hamburgo o Rotterdam) o FOB en Euros o en dólares estadounidenses.
- » Antecedentes comerciales e información acerca de su presencia en el mercado interno e internacional.



- » Referencias bancarias.
- » Posibles condiciones de pago.

Asimismo, es importante adjuntar a dicha documentación un catálogo o folleto del producto ofertado así como de las instalaciones de la planta productora, procurando que la impresión del material gráfico sea de buena calidad. Es conveniente que la correspondencia comercial, la oferta y el material de información gráfica sean redactados en lengua inglesa o, de ser posible, en alemán.

En caso de existir, una página web profesional será un elemento válido de marketing y debe ser comunicado al importador. En caso de no existir una página web profesional sería de gran utilidad implementarla para acompañar su negocio internacional.

Práctica comercial

Es necesario establecer vínculos de confianza con los importadores alemanes, que solamente se logran cumpliendo con los contratos (precios, plazo de entrega) y enviando el producto con la calidad adecuada (cumpliendo la norma solicitada por el importador). Por lo tanto se requiere una estrategia que asegure el cumplimiento de lo requerido.

Publicidad

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 la siguiente revista especializada en productos frutas y verduras frescas, para lo que se ofrece la asistencia del Consulado General Argentino en Hamburgo:

Fruchthandel Magazin (Dr. Rolf M. Wolf Media GmbH)	
Productos: Frutas y verduras frescas	
Domicilio / (CP) Ciudad	Lindemannstrasse 12 / (40237) Düsseldorf
Teléfono / Fax	0049 211 9910435 / 0049 211 663162
E-mail / Página web	redaktion@fruchthandel.de / www.fruchthandel.de
Contacto / E-mail directo	Sra. Gabriele Bastian (Redactora en Jefe) / ba@fruchthandel.de
Comentarios	Revista especializada en frutas y verduras. Grupo de lectores: Empresas de comercio de frutas. Tirada: 4.200 ejemplares. Periodicidad: semanal.



16. 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

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

Estadísticas de comercio exterior

Estadísticas de comercio de Alemania

► www.destatis.de

Estadísticas de comercio de la Unión Europea

► epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb

Estadísticas de comercio de todo el mundo

► faostat.fao.org

Sitios web para encontrar socios comerciales

WER LIEFERT WAS contiene contactos de empresas productoras y distribuidoras.

► www.wlw.de/en

Información sobre ferias

► www.auma.de

Regulaciones europeas

► eur-lex.europa.eu/es/index.htm