

Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

Ficha informativa: La comercialización de frutas y hortalizas en Alemania

**Ficha informativa:
La comercialización de
frutas y hortalizas en
Alemania**

Este estudio ha sido actualizado por Mar Bastera bajo la supervisión del Dpto de Agroalimentarios de la Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf

Enero 2013

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. TAMAÑO DEL MERCADO	5
2.1. Comercio Exterior	5
2.1.1. Importaciones alemanas	5
2.1.2. Expediciones españolas a Alemania	11
2.2. Consumo aparente	14
3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	15
3.1. Canales de distribución	15
3.1. Canales de distribución minorista	15
3.2. Consumo	19
4. TENDENCIAS	22
5. PARA SABER MÁS: DIRECCIONES Y FUENTES DE INFORMACIÓN	25
6. SERVICIOS PERSONALIZADOS	27

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe de mercado trata sobre el sector de la distribución de frutas y hortalizas en Alemania. Los datos de comercio exterior se centran en **legumbres y hortalizas**, plantas, raíces y tubérculos alimenticios que se recogen en el **capítulo 07** del TARIC así como y **frutos comestibles**, cortezas de agrios o de melones, que corresponden al **capítulo 08** del TARIC.

En el primer apartado del informe se analiza el tamaño de mercado alemán: las importaciones alemanas de frutas y hortalizas, así como las expediciones españolas, y el consumo aparen para ambos grupos de productos.

En el segundo apartado se analizan los principales **canales de distribución agroalimentaria** en Alemania para productos hortofrutícolas, así como su consumo.

Finalmente, el último apartado trata sobre las **tendencias** del sector.



2. TAMAÑO DEL MERCADO

2.1. Comercio Exterior

2.1.1. Importaciones alemanas

Durante el año 2011 las importaciones alemanas de productos del sector hortofrutícola se cifraron en 10.523.670,2 toneladas, lo que supone una disminución del 0,74% respecto al año anterior. En unidades de valor las importaciones alemanas de frutas y hortalizas se situaron en 10.967.089.190 de euros, con una disminución del 0,03% con respecto al 2010.

a) Hortalizas

Como se puede observar en la siguiente tabla, España es el segundo proveedor del mercado alemán para hortalizas, por detrás de los Países Bajos, con una cuota de importación en el 2011 del 20,86% en unidades de peso (962.556 toneladas) y del 23,38% en valor (927,42 millones de euros); las importaciones alemanas de España han experimentado una disminución del 4,36% en unidades de valor, y un aumento de 8,10% en unidades de peso, con respecto al año precedente.

Tabla 1: Importaciones alemanas de hortalizas, capítulo TARIC 07, en toneladas.

		Toneladas			% Participación			%Var 11/10
		2009	2010	2011	2009	2010	2011	
1	Países Bajos	1.656.101,80	1.784.807,50	1.771.454,80	37,92%	39,58%	38,39%	-0,75
2	España	909.781,70	890.406,30	962.556,20	20,83%	19,74%	20,86%	8,10
3	Bélgica	404.598,20	400.406,00	426.981,00	9,26%	8,88%	9,25%	6,64
4	Italia	385.531,70	412.456,10	379.814,20	8,83%	9,15%	8,23%	-7,91
5	Francia	372.201,80	367.580,00	339.133,80	8,52%	8,15%	7,35%	-7,74
6	Polonia	153.198,30	154.140,30	145.813,20	3,51%	3,42%	3,16%	-5,40
7	Austria	67.205,10	61.661,00	63.584,10	1,54%	1,37%	1,38%	3,12
8	China	51.517,60	56.469,40	62.491,40	1,18%	1,25%	1,35%	10,66
9	Hungría	35.418,40	36.387,20	37.345,90	0,81%	0,81%	0,81%	2,63
10	Turquía	35.950,70	36.059,50	34.002,00	0,82%	0,80%	0,74%	-5,71
Total mundial		4.367.262,00	4.509.576,20	4.614.010,50	100%	100%	100%	2,32

Fuente: Eurostat

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Tabla 2: Principales hortalizas importadas en Alemania, en toneladas. Cuota de las principales hortalizas en toneladas y su cuota. (09-11)

	2009		2010		2011		VAR 11/10 en %
	Ton.	%	Ton.	%	Ton.	%	
0702--TOMATES FRESCOS O REFRIGERADOS.	686.975,10	15,73%	712.338,20	15,80%	712.029,10	15,43%	-0,04
0701--PATATAS FRESCAS O REFRIGERADAS.	647.010,20	14,82%	634.611,70	14,07%	668.767,30	14,49%	5,38
0707--PEPINOS Y PEPINILLOS, FRESCOS O REFRIGERADOS.	495.517,40	11,35%	525.574,20	11,65%	492.476,80	10,67%	-6,29
070960--PIMIENTOS DEL GENERO CAPSICUM O DEL GENERO PIMENTA, FRESCOS O REFRIGERADOS.	324.589,00	7,43%	336.772,30	7,47%	344.089,00	7,46%	2,17
0703--CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS Y DEMAS HORTALIZAS ALIACEAS, FRESCOS O REFRIGERADOS.	317.109,40	7,26%	348.229,40	7,72%	333.063,70	7,22%	4,35
0705--LECHUGAS Y ACHICORIAS (COMPRENDIDAS LA ESCAROLA Y LA ENDIBIA) (CICHORIUM SPP.), FRESCAS O REFRIGERADAS.	323.385,30	7,40%	336.424,20	7,46%	331.210,70	7,18%	-1,54
0706--ZANAHORIAS, NABOS, REMOLACHAS PARA ENSALADA, SALSIFIES, APIONABOS, RABANOS Y RAICES COMESTIBLES SIMILARES, FRESCOS O REFRIGERADOS.	310.670,80	7,11%	305.944,90	6,78%	308.420,90	6,68%	0,81
Resto	1.262.004,80	28,90%	1.309.681,30	29,04%	1.423.953,00	30,86%	8,72
TOTAL	4.367.262,00	100%	4.509.576,20	100%	4.614.010,50	100%	2,31

Fuente: Eurostat

En la tabla 2 se recoge el ranking de hortalizas importadas por el mercado alemán: el tomate ocupa la primera posición, seguido de patatas, pepinos, pimientos, cebollas, lechugas y zanahorias. Esta estructura de la importación coincide básicamente con las hortalizas más consumidas en este mercado.

Tabla 3: Principales hortalizas importadas, TARIC 07, con sus principales países proveedores correspondientes y cuota de importación en % sobre toneladas.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

		PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES 2011 CON SU RESPECTIVA CUOTA DE MERCADO.				
Principales productos importados	Cuota s/total de hortalizas importadas	1º	2º	3º	4º	5º
0702--TOMATES FRESCOS O REFRIGERADOS.	15%	Países Bajos	España	Francia	Bélgica	Italia
		54,2%	9,9%	9,0%	7,0%	4,6%
0701--PATATAS FRESCAS O REFRIGERADAS.	14%	Países Bajos	Francia	Italia	España	Bélgica
		41,7%	18,7%	13,6%	9,9%	5,6%
0707--PEPINOS Y PEPINILLOS, FRESCOS O REFRIGERADOS.	11%	Países Bajos	España	Bélgica	Austria	Grecia
		48,4%	37,0%	3,1%	1,9%	1,9%
0703--CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS Y DEMAS HORTALIZAS ALIACEAS, FRESCOS O REFRIGERADOS.	7%	Países Bajos	España	Italia	Bélgica	Nueva Zelanda
		37,3%	28,6%	6,1%	5,7%	5,4%
070960--PIMIENTOS DEL GENERO CAPSICUM O DEL GENERO PIMENTA, FRESCOS O REFRIGERADOS.	7%	Países Bajos	España	Austria	Hungría	Italia
		49,9%	35,7%	3,6%	3,4%	2,2%
0705--LECHUGAS (LACTUCA SATIVA) Y ACHICORIAS (COMPRENDIDAS LA ESCAROLA Y LA ENDIBIA) (CICHORIUM SPP.), FRESCAS O REFRIGERADAS.	7%	España	Italia	Países Bajos	Bélgica	Francia
		50,1%	19,5%	10,0%	9,1%	8,6%
0706--ZANAHORIAS, NABOS, REMOLACHAS PARA ENSALADA, SALSIFIES, APIONABOS, RABANOS Y RAICES COMESTIBLES SIMILARES, FRESCOS O REFRIGERADOS.	7%	Países Bajos	Italia	España	Francia	Bélgica
		58,29%	18,96%	4,64%	3,52%	3,50%
Subtotal	69 %					

Fuente: Eurostat

Nuestro país mantiene sus cuotas de importación más altas en lechuga de la que es líder de mercado, así como en pepinos, pimientos y cebollas, para los cuales ocupa un segundo lugar como país proveedor tras Holanda.

Se incluye a continuación un ranking de las principales hortalizas importadas por el mercado alemán, los datos corresponden al mayor nivel de desagregación posible.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Tabla 4: Principales hortalizas importadas, en toneladas.

		2009	2010	2011
1	TOMATES	720.950	743.897	733.564
2	PATATAS	647.010	634.611	668.767
3	PEPINOS	533.555	555.597	519.082
4	PIMIENTOS DULCES	344.675	353.860	358.214
5	CEBOLLAS	313.468	354.113	332.280
6	ZANAHORIAS	292.994	261.620	274.576
7	LECHUGAS	204.151	216.630	215.772
8	LECHUGAS REPOLLADAS	124.693	125.514	122.478
9	COLIFLORES Y BRECOLES	92.009	93.773	94.939
10	CALABACINES	65.178	74.197	74.245
11	HONGOS/SETAS	63.013	74.252	70.826
12	PUERROS	56.851	61.343	52.639
13	BERENJENAS	39.269	42.912	39.982
14	COLES DE BRUSELAS	42.553	35.575	30.365
15	ESPÁRRAGOS	28.022	30.993	30.006
16	ACHICORIAS	27.906	28.730	21.207

Fuente: Eurostat/AMI

b) Frutas

Durante el año 2011, las **importaciones alemanas de frutas** aumentaron en un 3,28% en unidades de valor, pero experimentaron un descenso del 2,49% en unidades de peso. Como se puede observar en la tabla 5, **España** es el primer proveedor en el mercado alemán, con una variación con respecto al año 2010 de -0,34% en unidades de peso y de +1,62% en valor (2011: 1.282,462 millones de euros). Los siguientes países abastecedores de frutas son Países Bajos, Italia y Bélgica.

Tabla 5: Importaciones alemanas de **frutas**, capítulo TARIC 08 (en toneladas) y cuota de importación de cada país.

		Toneladas			% Participación			% Var
		2009	2010	2011	2009	2010	2011	11/10
1	España	1.344.995,30	1.386.719,40	1.382.014,90	23,39%	23,86%	24,39%	-0,34
2	Países Bajos	846.047,50	898.511,10	890.930,30	14,71%	15,46%	15,72%	-0,84
3	Italia	821.365,60	840.416,60	789.165,40	14,28%	14,46%	13,93%	-6,10
4	Bélgica	607.636,90	564.864,90	539.993,60	10,56%	9,72%	9,53%	-4,40
5	Ecuador	337.537,30	246.669,60	260.635,90	5,87%	4,24%	4,60%	5,66
6	Colombia	262.085,90	226.644,80	231.996,50	4,56%	3,90%	4,09%	2,36
7	Costa Rica	151.255,40	185.605,70	205.749,90	2,63%	3,19%	3,63%	10,85
8	Francia	211.337,80	210.007,10	187.032,80	3,67%	3,61%	3,30%	-10,94
9	Austria	96.453,70	114.556,20	114.484,50	1,68%	1,97%	2,02%	-0,06
10	Turquía	106.479,20	109.192,50	112.311,20	1,85%	1,88%	1,98%	2,86
Total mundial		5.751.433,50	5.811.751,10	5.667.115,40	100%	100%	100%	-2,49

Fuente: Eurostat

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Tabla 6: Importaciones alemanas de las principales frutas, capítulo TARIC 08, en toneladas, con su correspondiente cuota y variación 2011/2010.

	2009		2010		2011		VAR 11/10 en %
	Ton.	Cuota	Ton.	%	Ton.	%	
0803--PLATANOS (BANANAS), INCLUIDOS LOS "PLANTAINS" (PLATANOS MACHO), FRESCOS O SECOS.	1.330.621,00	23,14%	1.305.842,50	22,47%	1.287.364,00	22,72%	-1,41
0805--AGRIOS	1.173.864,80	20,41%	1.133.211,80	19,50%	1.090.220,20	19,24%	-3,79
0808--MANZANAS, PERAS Y MEMBRILLOS, FRESCOS.	850.929,10	14,80%	821.786,10	14,14%	845.842,60	14,93%	2,92
0809--ALBARICOQUES, CEREZAS, MELOCOTONES (INCLUIDOS LOS GRIÑONES Y NECTARINAS), CIRUELAS Y ENDRINOS, FRESCOS.	429.905,60	7,47%	440.391,20	7,58%	420.210,60	7,41%	-4,58
0806--UVAS Y PASAS.	392.923,60	6,83%	384.303,00	6,61%	389.118,30	6,87%	1,25
0807--MELONES, SANDIAS Y PAPAYAS, FRESCOS.	342.507,80	5,96%	438.227,30	7,54%	347.944,50	6,14%	-20,60
Resto	1.230.681,60	21,40%	1.287.989,20	22,16%	1.286.415,20	22,70%	-0,12
TOTAL	5.751.433,50	100%	5.811.751,10	100%	5.667.115,40	100%	-2,48

Fuente: Eurostat

Los plátanos se mantienen invariablemente como la partida arancelaria de fruta con mayor volumen de importación en el mercado alemán, seguido de los cítricos, donde España lidera las ventas con una cuota de importación del 75, 7 %. No obstante, como refleja la tabla 8, a un nivel mayor de desagregación las manzanas se sitúan como la segunda principal fruta más importada. Para melones y sandías pero también para fruta de hueso la cuota de importación de producto español es significativa: 61 % y 33 % respectivamente.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Tabla 7: Principales frutas importadas, TARIC 08, con sus principales países proveedores correspondientes.

		PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES 2011 CON SU RESPECTIVA CUOTA DE MERCADO.				
Principales productos importados	Cuota sobre el total de frutas importadas	1º	2º	3º	4º	5º
0803--PLATANOS (BANANAS), INCLUIDOS LOS "PLANTAINS" (PLATANOS MACHO), FRESCOS O SECOS.	22,7%	Bélgica	Ecuador	Colombia	Costa Rica	Países Bajos
		25,5%	19,7%	17,9%	12,8%	8,1%
0805--AGRIOS FRESCOS O SECOS.	19,2%	España	Países Bajos	Italia	Grecia	Sudáfrica
		75,7%	9,3%	6,0%	3,0%	0,9%
0808--MANZANAS, PERAS Y MEMBRILLOS, FRESCOS.	14,9%	Italia	Países Bajos	Bélgica	Francia	Austria
		37,2%	29,7%	10,6%	7,8%	4,2%
0809--ALBARICOQUES, CEREZAS, MELOCOTONES (INCLUIDOS LOS GRIÑONES Y NECTARINAS), CIRUELAS Y ENDRINOS, FRESCOS.	7,4%	Italia	España	Francia	Hungría	Austria
		38,8%	33,4%	8,5%	4,6%	4,0%
0806--UVAS Y PASAS.	6,9%	Italia	Países Bajos	Turquía	España	Grecia
		26,4%	24,9%	10,7%	10,3%	0,0%
0807--MELONES, SANDIAS Y PAPAYAS, FRESCOS.	6,1%	España	Países Bajos	Italia	Grecia	Hungría
		61,1%	13,1%	12,4%	4,2%	2,0%
Subtotal	77,3%					

Fuente: Eurostat

Tabla 8: Principales frutas importadas por Alemania desglosadas, en toneladas.

		2009	2010	2011
1	Bananas	1.304.901	1.304.901	1.286.459
2	Manzanas	619.030	579.238	580.730
3	Naranjas	544.356	534.055	488.201
4	Mandarinas	390.918	367.446	385.313
5	Uvas	320.574	304.006	306.114
6	Sandías	226.831	312.792	234.335
7	Piñas	205.655	191.337	192.130
8	Nectarinas	191.541	197.437	185.362
9	Peras	169.264	160.082	167.067
10	Limonos	148.289	143.148	150.043

Fuente: Eurostat

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

España se consolida como primer proveedor de fruta para Alemania, con un total de 1.382.014,90 toneladas exportadas en 2011, y segundo proveedor de hortalizas con un total de 962.556,20 toneladas exportadas en 2011, un 8,10% más que en 2010.

2.1.2. Expediciones españolas a Alemania

A continuación se presentan los datos de las expediciones españolas de frutas y hortalizas a Alemania, a partir de los suministrados por **Aduanas de España**, cuyo posible desfase respecto a las estadísticas anteriores (Eurostat) se explica en el modo de considerar las importaciones desde el país de origen en un caso, y desde los países intermediarios en otros.

De acuerdo con esta fuente, las **expediciones españolas a Alemania** de productos **hortofrutícolas** se han situado en el 2011 en 2,56 millones de toneladas por un valor de 2,15 millones de euros, representando el 10,57% de las expediciones totales, en unidades monetarias, de España a este país.

Alemania es el primer mercado de destino de las expediciones hortofrutícolas españolas en unidades de valor, con una cuota de exportación a todo el mundo del 19,16%, y del 17,78% en unidades de peso, mientras que **Francia** se sitúa como primer mercado de destino para España en unidades de peso, alcanzando una cuota de exportación de 19,96% y de 19,10% en unidades de valor. Le siguen en el ranking **Reino Unido** (Uds. Valor: 11,74%; Uds. Peso: 10,20%), **Italia** (Uds. Valor: 7,17; Uds. Peso: 6,40%) y **Países Bajos** (Uds. Valor: 7,16%; Uds. Peso: 6,65%).

a) Hortalizas

Tabla 9: Expediciones españolas de **hortalizas** a Alemania, capítulo TARIC 07.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Cuota 2011	Var 11/10 en %
Toneladas	953.152	978.094	916.932	997.999	995.559	903.838	1.081.928	22,59%	19,70
Euros (miles)	795.101	775.855	834.950	898.053	820.847	923.510	921.169	23,02%	-0,25
Ratio €/ton	0,834	0,793	0,911	0,900	0,825	1,022	0,851		-16,67

Fuente: Aduanas de España - Estacom

Como se puede observar en la tabla 9, la evolución de las **expediciones españolas de hortalizas** a Alemania, ha seguido un comportamiento irregular pero con tendencia alcista, tanto en unidades de valor, como en unidades de peso durante el periodo analizado. En toneladas, la evolución de las expediciones españolas a Alemania se ha mostrado positiva en el año 2011, observándose una acusada variación de 19,70%, mientras que en unidades

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

de valor no ha existido una variación notable respecto al 2010, por lo que el ratio respectivo al valor unitario por kg exportado ha experimentado un decremento significativo.

Tabla 10: Principales hortalizas españolas exportadas a Alemania, en toneladas, y cuota de exportación, capítulo TARIC 07.

		EXPORTACIÓN ESPAÑOLA A ALEMANIA DE HORTALIZAS POR PRODUCTOS TARIC, EN TONELADAS Y CUOTA DE EXPORTACION (2009-2011). Fuente: Eurostat				
		Toneladas			Cuota s/total	Var. 11/10, en %
		2009	2010	2011		
1	PEPINOS Y PEPINILLOS	166.317,30	180.193,40	182.034,20	18,91%	1,02
2	LECHUGAS Y ACHICORIAS	154.255,40	158.603,40	165.893,70	17,23%	4,60
3	TOMATES	160.791,90	139.429,70	158.461,60	16,46%	13,65
4	PIMIENTOS	112.831,00	124.733,1	122.973,9	12,78%	-1,41
5	CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUERROS Y DEMAS HORTALIZAS ALIACEAS	91.364,60	88.052,70	95.391,60	9,91%	8,33
6	COLES, COLIFLORES, COLES RIZADAS	48.613,00	45.987,30	57.965,30	6,02%	26,05
7	HORTALIZAS FRESCAS	49.403,90	52.991,2	56.322,3	5,85%	6,29
8	PATATAS	63.783,00	35.648,50	47.982,60	4,98%	34,60
9	LEGUMBRES Y HORTALIZAS	22.004,70	24.813,00	27.303,20	2,84%	10,04
10	BERENJENAS	13.351,4	17.503,4	18.139,5	1,88%	3,63
11	ZANAHORIAS, NABOS, REMOLACHA	12.693,10	7.828,90	14.320,60	1,49%	82,92
12	LEGUMBRES Y HORTALIZAS, SECAS	3.377,90	3.975,50	4.208,60	0,44%	5,86
13	ESPARRAGOS	3.564,8	3.309,1	3.958,5	0,41%	19,62
14	LEGUMBRES FRESCAS O REFRIGERADAS.	3.125,20	3.183,80	3.466,00	0,36%	8,86
15	APIO	3.580,4	3.101	2.727	0,28%	-12,06
16	LEGUMBRES SECAS DESVAINADAS	275,90	504,70	523,20	0,05%	3,67
17	RAICES DE MANDIOCA, (YUCA), RAICES Y TUBERCULOS	34,40	211,90	339,80	0,04%	60,36
18	LEGUMBRES Y HORTALIZAS CONSERVADAS PROVISIONALMENTE	187,10	193,80	310,30	0,03%	60,11
19	ESPINACAS Y ARMUELLES	36,90	78	160,9	0,02%	106,28
20	SETAS Y DEMAS HONGOS.	28,10	29,1	48,3	0,01%	65,98
21	SETAS, Y DEMAS HONGOS; TRUFAS, FRESCAS O REFRIGERADAS.	161,70	34,8	25,1	0,00%	-27,87
TOTAL		909.781,70	890.406,30	962.556,20	100%	8,10

Fuente: Eurostat

b) Frutas

En la tabla 11 se muestran los datos relativos a la evolución de las expediciones españolas de frutas a Alemania durante el periodo 05-11. En general, se puede observar una tendencia alcista para ambas variables, con un incremento acumulado del 11,9 % para las unidades de peso y del 17,6 % para las unidades monetarias. Para el periodo 2011/10 se observa un incremento de las ventas en toneladas, mientras que los resultados monetarios decrecen, con el consiguiente ratio negativo medido en €/kg.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Tabla 11: Expediciones españolas de frutas a Alemania, capítulo TARIC 08.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Cuota 2011	Var 11/10 en %
Toneladas	1.325.619	1.396.078	1.352.148	1.326.647	1.341.167	1.445.123	1.483.632	22,71%	2,66
Euros (miles)	1.044.186	1.047.026	1.027.679	1.116.608	1.114.822	1.249.828	1.228.852	21,76%	-1,68
Ratio €/ton	0,788	0,750	0,760	0,842	0,831	0,865	0,828		4,23

Fuente: Aduanas de España - Estacom

Tabla 12: Principales frutas españolas exportadas a Alemania, en toneladas, y cuota de exportación, capítulo TARIC 08.

	Toneladas			Cuota s/total en 2011	Var 11/10 en%
	2009	2010	2011		
0805--AGRIOS FRESCOS O SECOS.	840.518,00	778.597,30	825.593,80	59,738%	6,04
0807--MELONES, SANDIAS Y PAPAYAS, FRESCOS.	202.174,40	275.380,90	212.564,00	15,381%	-22,81
0809--ALBARICOQUES, CEREZAS, MELOCOTONES, CIRUELAS Y ENDRINOS, FRESCOS.	135.940,20	140.578,40	140.544,50	10,170%	-0,02
081010--FRESAS.	71648	70732	72430,4	5,241%	2,40
081020--FRAMBUESAS, ZARZAMORAS, MORAS Y MORAS-FRAMBUESA, FRESCAS.	2815,9	2128,9	2620,9	0,190%	23,11
081040--ARANDANOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM, FRESCOS.	1664,5	2330,8	2921,8	0,211%	25,36
081050--KIWIS, FRESCOS.	285,4	437,6	963,8	0,070%	120,25
081090--FRUTOS FRESCOS (EXCEPTO FRESAS, FRAMBUESAS, ZARZAMORAS, MORAS Y MORAS-FRAMBUESA, GROSELLAS (INCLUIDO EL CASIS), ARANDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM), KIWIS, DURIONES Y CAQUIS (PERSIMONIOS)).	16020,3	19738,2	24084,9	1,743%	22,02
0806--UVAS Y PASAS.	27.325,90	35.585,20	40.141,70	2,905%	12,80
0808--MANZANAS, PERAS Y MEMBRILLOS, 0802--FRUTOS DE CASCARA FRESCOS O SECOS	17.211,10	27.076,30	22.903,80	1,657%	-15,41
0804--DATILES, HIGOS, PIÑAS (ANANAS), AGUACATES, GUAYABAS, MANGOS.	16.509,90	17.514,00	17.460,20	1,263%	-0,31
0811--FRUTOS SIN COCER O COCIDOS CON AGUA O VAPOR,	7.657,70	9.319,80	11.208,50	0,811%	20,27
0803--PLATANOS (BANANAS), I 0812--FRUTOS CONSERVADOS PROVISIONALMENTE	4.028,70	5.208,20	6.144,80	0,445%	17,98
0813--FRUTOS SECOS (0814--CORTEZAS DE AGRIOS, DE MELONES Y DE SANDIAS,	411,70	1.410,40	1.056,50	0,076%	-25,09
0801--COCOS, NUECES DEL BRASIL Y NUECES DE CAJUIL (DE ANACARDOS O DE MARAÑONES),	420,60	146,10	793,20	0,057%	442,92
	107,20	289,10	362,10	0,026%	25,25
	216,50	193,60	203,10	0,015%	4,91
	39,30	52,60	16,90	0,001%	-67,87
Total	1.344.995,30	1.386.719,40	1.382.014,90	100%	-0,34

Fuente: Estacom

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

2.2. Consumo aparente

El consumo aparente contabiliza el aprovisionamiento final de un mercado, teniendo en cuenta para ello la producción + importaciones – exportaciones. Las dos siguientes tablas muestran estos datos, siendo significativo el escaso nivel de autoabastecimiento hortofrutícola del mercado alemán, que se sitúa en un 38,9 % para hortalizas y en un 12,5 % para frutas.

Para el periodo analizado se observa una evolución del volumen disponible para el consumo estable en hortalizas, mientras que el correspondiente para frutas experimentó en el 2011 un retroceso del 14,02% con respecto al año anterior.

Tabla 13: Evolución del consumo aparente de **hortalizas** en Alemania. (1000 t).

	ABASTECIMIENTO DE HORTALIZAS (1000 t)		
	2007/08	2008/09	2009/10*
Producción	3.386,6	3.476,7	3.656,1
Pérdidas cosecha (10%)	338,7	347,7	3.656,1
Producción aprovechable	3.047,9	3.129,0	3.290,5
Importación	6.770,8	6.525,7	6.513,1
Exportación	1.390,3	1.378,9	1.355,7
Cantidad disponible	8.428,4	8.275,8	8.447,8
Pérdidas mercado	842,7	828,7	859,5
Consumo	7.585,7	7.447,7	7.588,2
Consumo per cápita en kg	92,3	90,7	92,7
Grado de abastecimiento interno	36,2%	37,8%	38,9%

Fuente: Marktbilanz Gemüse 2012

*últimos datos disponibles

Tabla 14: Evolución del consumo aparente de **frutas** en Alemania. (1000 t).

	ABASTECIMIENTO DE FRUTAS (1000 t)		
	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Producción	1.332	1.461	1.159
Pérdidas cosecha (5%)	83	111	76
Producción aprovechable	1.249	1.350	1.803
Existencias iniciales	74	128	109
Existencias finales	128	109	134
Importación	12.323	12.606	11.017
Exportación	3.744	3.858	3.459
Utilización interna	9.804	10.078	8.686
Pérdidas mercado	352	354	326

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Consumo	9.452	9.724	8.360
Consumo per cápita en kg	115,2	118,9	102,3
Grado de abastecimiento interno	12,7%	13,4%	12,5%

Fuente: Marktbilanz Obst 2012

3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

3.1. Canales de distribución

Los datos de facturación y ventas para los productos hortofrutícolas reflejados en este apartado corresponden a las compras de los hogares alemanes (nacionales y extranjeros) de acuerdo con el panel establecido por las consultoras AMI y GFK. De acuerdo con la consultora Euromonitor, sobre el total del consumo anual de hortalizas frescas, el 85,5 % corresponde al consumo de los hogares y el restante 14,5 % se realiza en los canales horeca y colectividades: con respecto a las frutas frescas, las cuotas alcanzan el 85,1 % y el 14,9 % respectivamente.

3.1. Canales de distribución minorista

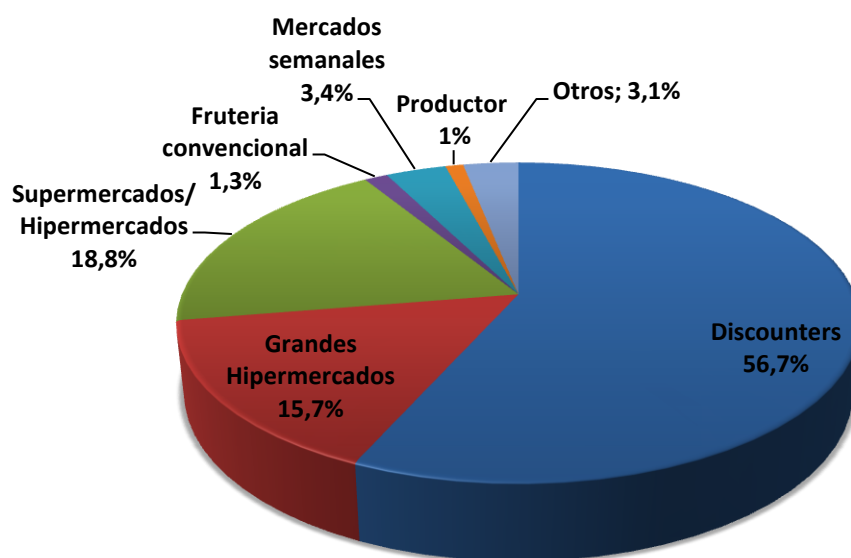
De acuerdo con los datos disponibles, el volumen total de **fruta** fresca consumida a través del comercio minorista organizado – contabilizado a partir de las compras de los hogares – se ha situado en el 2011 en 7.665 miles de toneladas por un valor de 12.484 millones de euros

El volumen total de **hortalizas** frescas consumidas a través del comercio minorista organizado se ha situado en 6.185 millones de toneladas por un valor de 11.726 millones de euros.

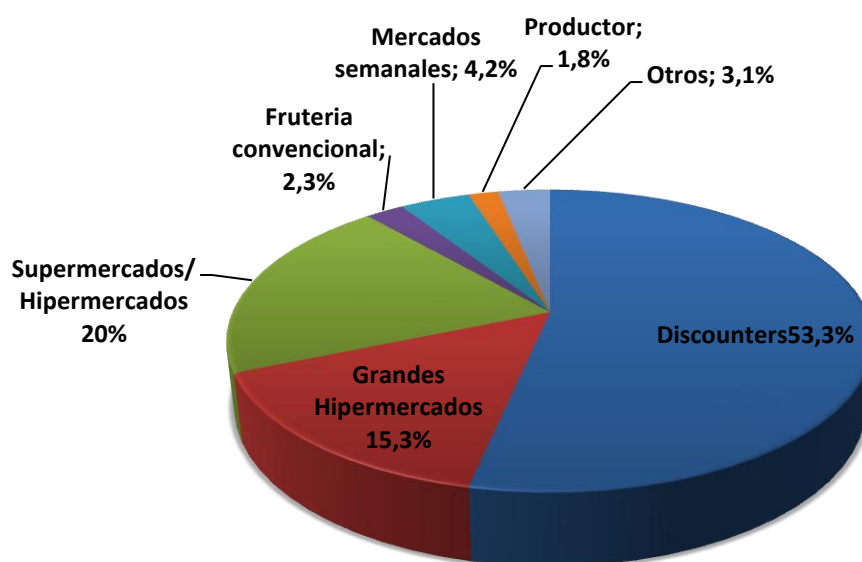
Los siguientes gráficos muestran las respectivas cuotas de ventas en los diferentes canales de distribución. Se observa que la cuota más acusada para ambos grupos de productos corresponde a las ventas en el canal de descuento, que acapara aproximadamente el 40% de la facturación y el 50% del volumen.

Gráfica 3: Canales de distribución minorista de **hortalizas** en Alemania en 2011 en % sobre unidades de peso. Fuente: Markt Bilanz Gemüse 2012.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA



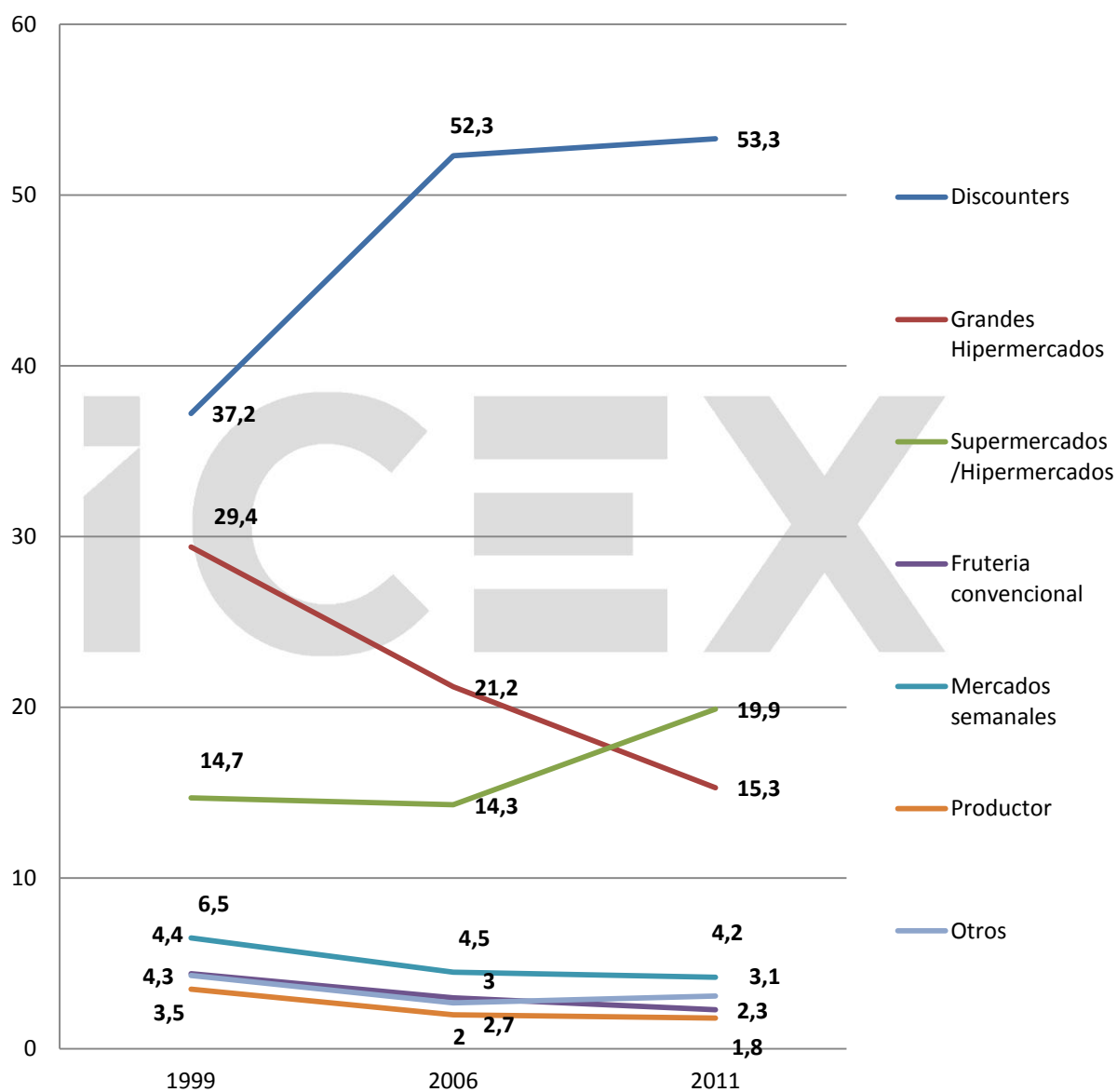
Gráfica 4: Canales de distribución minorista de frutas en 2011 en Alemania en % sobre unidades de peso. Fuente: Markt Bilanz Obst 2012.



Como se observa a través de los siguientes gráficos, el canal de descuento ha incrementado de manera muy acusada su cuota de distribución, tanto para frutas, como para hortalizas, en detrimento de los grandes hipermercados y, en menor medida, de los mercados semanales, fruterías y de la venta directa de los productores.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

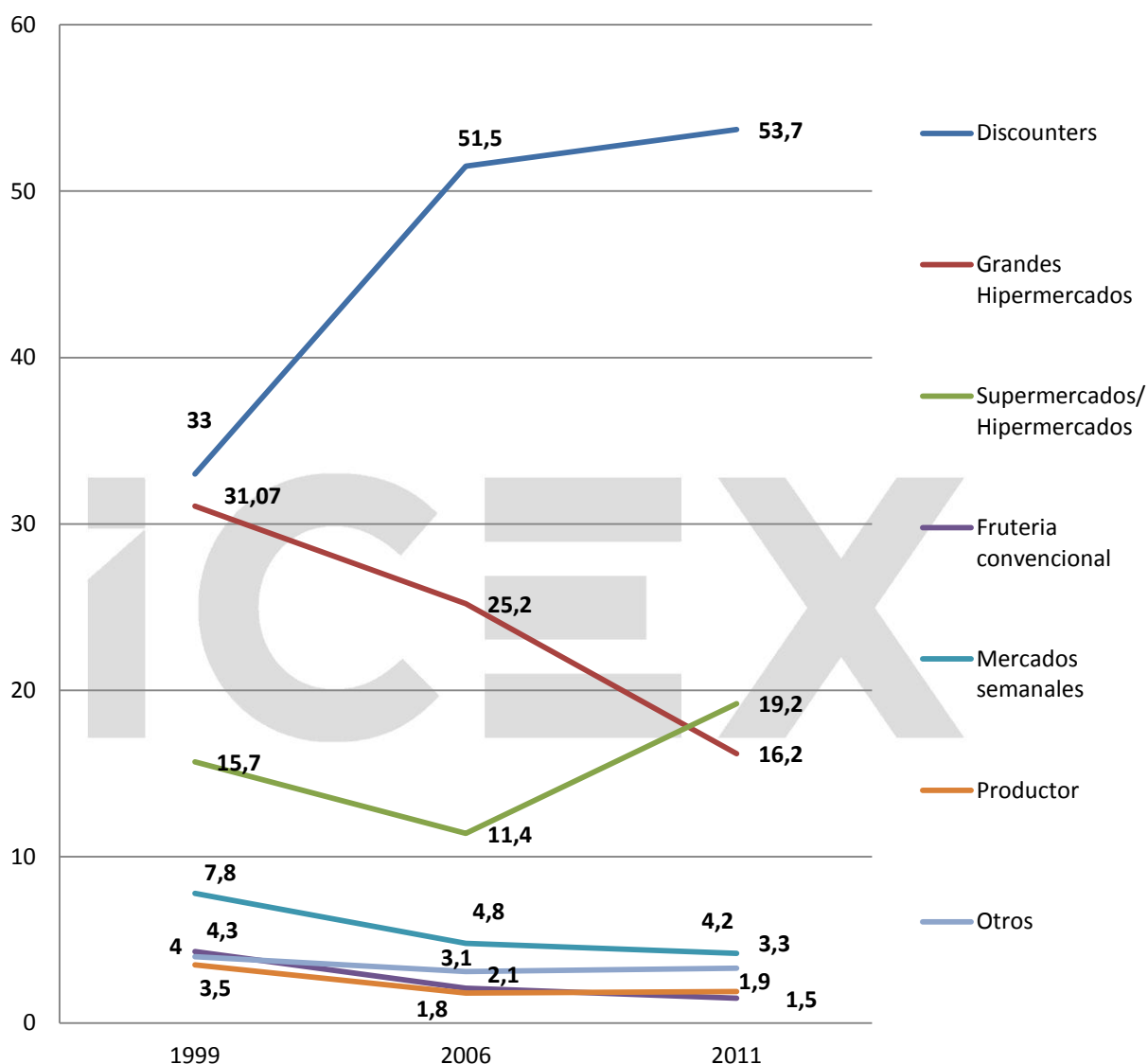
Gráfica 5: Evolución cuota de canales de distribución para **fruta** en Alemania 1999-2011. En % sobre toneladas.



Fuente: Marktbilanz

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Gráfica 6: Evolución de la cuota de canales de distribución de **hortalizas** 1990-2011. En % sobre toneladas.

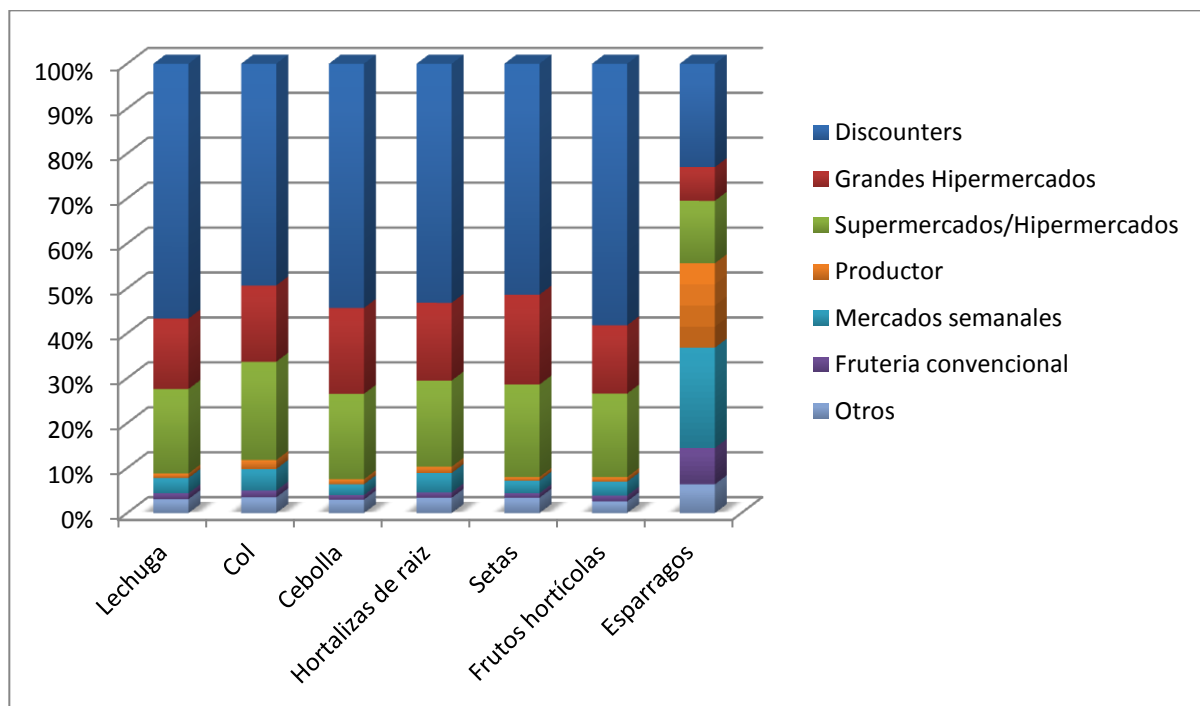


Fuente: Marktbilanz

En la gráfica 7 se observa la cuota de ventas de los **principales tipos de hortalizas** correspondientes a los diferentes canales de distribución. Los establecimientos de tipo discount se han convertido en los preferidos por los consumidores a la hora de comprar productos hortofrutícolas, con la excepción de los espárragos, que se siguen adquiriendo en gran medida en mercados semanales e incluso directamente del productor.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Gráfica 7: Canales de distribución minorista por tipo de hortaliza¹ 2011.



3.2. Consumo

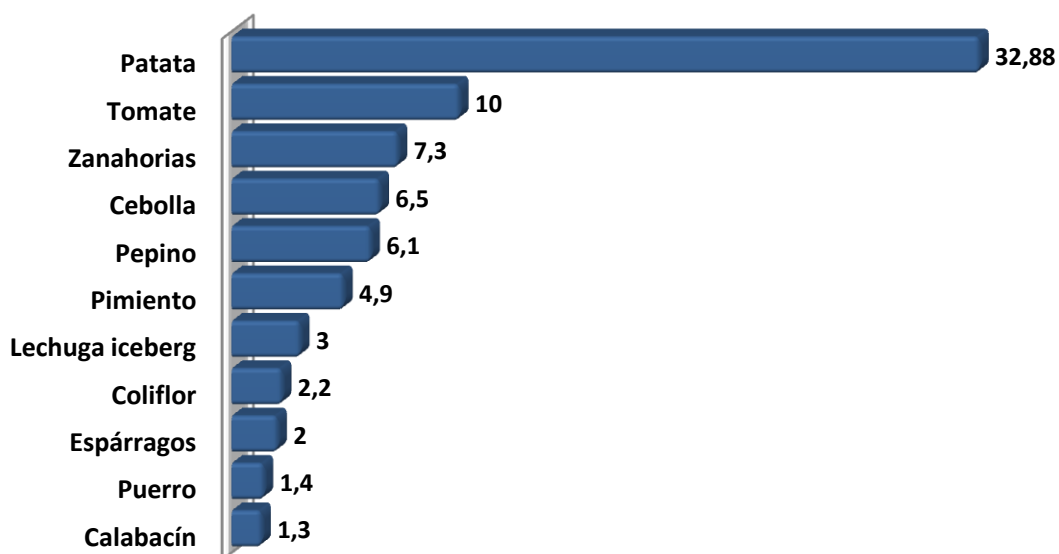
En el 2011 los hogares (nacionales y extranjeros) consumieron un promedio de 76,7 kg. de **fruta** fresca (37,7kg per cápita) y cada hogar realizó un gasto de 124,96 euros (61,86 euros por persona), mientras que en **hortalizas** frescas se consumieron 61,9 kg. por hogar (30,64 kg. por persona) que conllevó un gasto de 117,26 euros (58,05 euros por persona).

En las siguientes gráficas se muestran las frutas y hortalizas más relevantes, en unidades de peso y de valor, consumidas por hogar en el 2011.

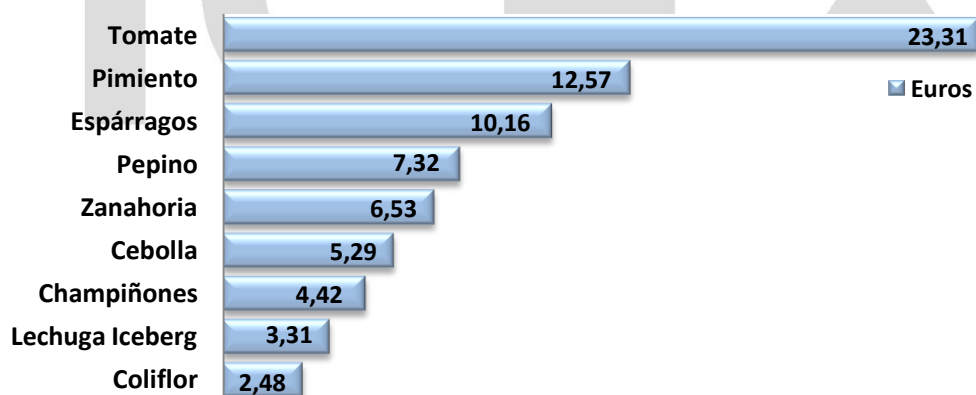
Gráfica 8: Principales **hortalizas** frescas vendidas en Alemania, compras por hogar (comercio minorista) en kg, 2011. Fuente: Markt Bilanz Gemüse 2011.

¹ Se entiende por frutos hortícolas: el pepino, el tomate, el pimiento, la zanahoria, el calabacín y las judías.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA



Gráfica 9: Principales hortalizas² frescas vendidas en Alemania, compras por hogar (comercio minorista) en euros, 2011. Fuente: Markt Bilanz Gemüse 2011.

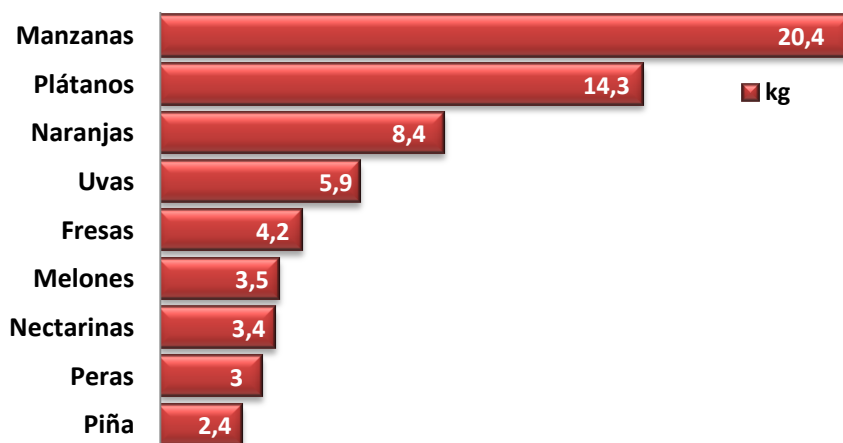


El ranking de preferencias en el consumo de hortalizas frescas por parte de los hogares no ha cambiado significativamente en los últimos años, siendo la patata la hortaliza más consumida, seguido del tomate, zanahoria, cebolla, pepino, etc. El ranking atendiendo al gasto efectuado difiere, lógicamente, atendiendo al precio respectivo.

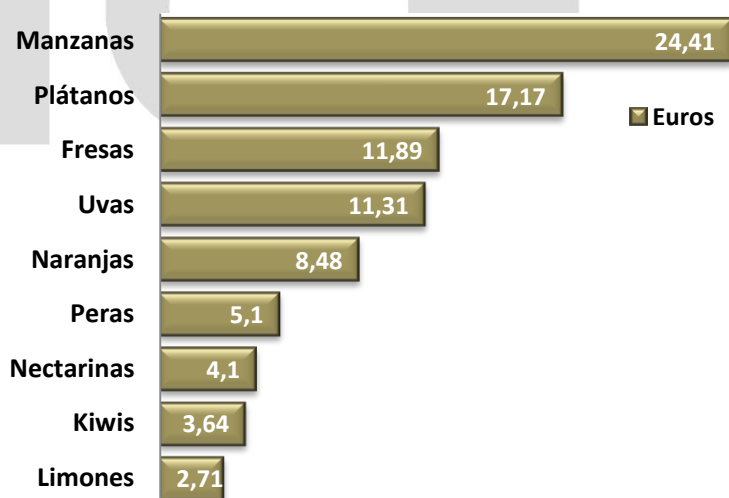
² No se tiene información sobre las compras por hogar en euros de patata fresca.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Gráfica 10: Principales frutas vendidas en Alemania, compras por hogar (comercio minorista) en kg, 2011. Fuente: Markt Bilanz Gemüse 2011.



Gráfica 11: Principales frutas vendidas en Alemania, compras por hogar (comercio minorista) en euros, 2011. Fuente: Markt Bilanz Gemüse 2011.



En lo que respecta la estructura del consumo de frutas por parte de los hogares, son las manzanas, plátanos naranjas, uvas, etc las preferidas por las familias residentes en Alemania.

4. TENDENCIAS

Productos biológicos

Una de las principales tendencias del mercado agroalimentario alemán es sin duda el creciente interés por la **alimentación biológica**; su consumo se ha visto incrementado durante los últimos años de manera muy significativa.

Se puede hablar en estos momentos de un boom de productos biológicos en Alemania, donde **las frutas y hortalizas** suponen un 26,7%³ de la facturación de productos alimentarios ecológicos. El acusado crecimiento de la demanda de productos ecológicos ha provocado el crecimiento de la superficie de cultivo en Alemania pero sobre todo también un significativo incremento de las importaciones.

En el año 2011 los hogares alemanes consumieron un total de 130.068 toneladas de fruta ecológica fresca (297,94 millones de euros) mientras que de hortalizas fresca fueron consumidas 130.478 toneladas (354.96 millones de euros).

En las siguientes tablas se observa la evolución de las ventas de **productos hortofrutícolas ecológicos** en unidades de peso. En el caso de las **hortalizas** se puede observar distintas evoluciones según cada variedad. Destaca el comportamiento positivo de la cebolla (+20%) y el pimiento (+25%), mientras que la zanahoria, a pesar de presentar una evolución negativa, se sigue posicionando como la principal hortaliza ecológica consumida, casi cuatro veces más consumida que el tomate, en segunda posición. Por el contrario, los espárragos blancos han registrado una fuerte caída, tras un acusado incremento en el 2010.

Tabla 15: Evolución de las ventas⁴ para **hortalizas ecológicas** en Alemania (ton). Fuente: Markt Bilanz Gemüse 2012.

	2009	2010	2011	% Variación -11/10-
1 Zanahoria	60.326	64.200	60.972	-5
2 Tomate	14.781	14.627	15.756	8
3 Cebolla	5.822	7.113	8.541	20
4 Pepino	5.126	5.658	6.186	9
5 Calabacín	2.569	3.058	3.048	0
6 Pimiento	2.461	2.334	2.909	25
7 Lechuga	1.700	1.771	1.680	-5
8 Espárragos blancos	1.685	3.197	1.531	-52

En la tabla 16 se aprecia la evolución de las ventas de los principales tipos de **frutas ecológicas**. Destaca el fuerte posicionamiento de los plátanos ecológicos durante los últimos años, que casi triplica a la manzana, segunda fruta más vendida en este segmento. Con la excepción de los kiwis, que han registrado una evolución negativa (-27.31%), las

³ Según BÖLW, Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft.

⁴ Estos datos reflejan el 66% del mercado biológico en Alemania.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

principales variedades de frutas ecológicas han evolucionado positivamente en el 2011, al igual que las hortalizas.

Tabla 16: Evolución de las ventas de **frutas ecológicas** en Alemania. (ton). Fuente: Markt Bilanz Obst 2012.

		2009	2010	2011	% Variación - 11/10-
1	Plátano	53.977	57.929	58.688	1,31
2	Manzana	18.999	19.130	19.817	3,59
3	Limón	16.151	15.390	16.216	5,37
4	Naranja	12.715	13.536	14.089	4,09
5	Kiwi	5.741	5.712	4.152	-27,31
6	Pera	2.862	2.446	2.531	3,48
7	Uvas	2.051	2.101	2.237	6,47
8	Fresa	1.057	1.404	1.609	14,60

Los diferentes **canales de distribución** han respondido al boom de los alimentos ecológicos aumentando el porcentaje de estos productos en sus surtidos habituales. En la siguiente tabla se observa las cuotas de mercado para **productos hortofrutícolas ecológicos** por canales de distribución. Cabe destacar la evolución de los establecimientos de descuento, que han aumentado su cuota de mercado en este sector y se han posicionado como el canal de distribución más relevante.

Tabla 17: **Productos hortofrutícolas ecológicos** en los diferentes **canales de distribución** (en % uds. de peso). Fuente: Markt Bilanz 2012.

	Hortalizas	Fruta
Grandes hipermercados	9,4	11
Supermercados/ hipermercados	18,5	25
Discounters	44,7	38
Tienda de alimentación natural	13,4	15
Frutería convencional	1,2	2
Productor	3,9	2
Mercado semanal	4,7	3
Resto	4,2	4

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Convenience

Otra de las tendencias que se observa actualmente dentro de la alimentación es el mayor consumo de **productos convenience**, (productos listos para consumir), lo que en este sector ha supuesto el aumento de la demanda de frutas y ensaladas pre-cortadas (4ª gama). El mercado alemán tiene mucho potencial de crecimiento en el sector convenience hortofrutícola, ya que este concepto todavía no está tan desarrollado como en otros mercados europeos. A día de hoy, se consume por hogar alemán una media de 67 gramos de fruta fresca, lo que constituye un crecimiento de 21% respecto al 2010. En este segmento destaca la piña preparada, que ha obtenido un crecimiento en el 2011 de 39% respecto al año anterior.

Frutas tropicales y subtropicales

En los últimos años se viene observando un aumento en el surtido de frutas tropicales y subtropicales en Alemania, como complemento a las frutas de temporada de clima templado, y para atender la demanda constante de novedades del consumidor alemán, especialmente después de las vacaciones y en las grandes ciudades.

La mayoría de las variedades tropicales/subtropicales disponibles en los mercados internacionales ya forman parte del surtido estándar en el comercio alemán, como es el caso del kiwi, la piña, el kaki, el mango y el aguacate; otras variedades que van ganando popularidad son los lychees, papayas, physalis, tamarillos e higos chumbos. Estos productos también están disponibles en calidad bio (plátano, kiwi y aguacate principalmente) y algunas variedades, como por ejemplo el mango, aguacate y el kaki, se encuentran ya referenciadas de manera estable en el surtido de los discounters.

A la hora de dar a conocer estos nuevos productos, ayudan las acciones en punto de venta, en las cuales se combinan degustaciones de los productos e información sobre su preparación, forma de cortarlo, recetas, etc. Muchas frutas exóticas están disponibles como productos convenience (piña cortada, ensalada de frutas exóticas, etc.).

Tabla 18: Exportación española de frutas subtropicales a Alemania en kg.

	2009	2010	2011	Cuota sobre el total de frutas subtropicales exportadas a Alemania
PLATANOS	411,70	1.410,40	1.056,50	0,08%
AGUACATES	3.742,90	5.872,10	7.834,60	26,77%
GUAYABAS Y MANGOS	3.283,10	3.183,20	2.562,50	4,43%
KIWIS	285,40	437,60	963,80	0,86%
GRANADAS, CAQUIS, HIGOS Y NÍSPEROS	15.430,90	19.203,10	22.311,30	34,35%

Fuente: Eurostat

España mantiene actualmente una cuota de mercado significativa en aguacates y en kakis.

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Regionalidad

El concepto de “regionalidad” en la comercialización de fruta y verdura es una de las tendencias más actuales y de mayor envergadura que están llevando a cabo las grandes cadenas. Por ello, el comercio minorista organizado anima a los productores alemanes a invertir en cultivos hortofrutícolas.

Esta tendencia ya ha comenzado a articularse en las grandes cadenas como Edeka y Rewe, que han lanzado en los últimos meses marcas propias, “Unsere Heimat” y “Wir aus der Region” respectivamente, bajo las cuales fomentan la comercialización de fruta y verdura de la región.

5. PARA SABER MÁS: DIRECCIONES Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- Revistas profesionales de la distribución alimentaria
- **Fruchthandel Magazin.** info@fruchthandel.de
Lindemannstr. 12-40237 Düsseldorf
Tel: 0049 (0)211 99 10 40
Fax: 0049 (0)211 691 17 46
- **Agronoticias.** Portal de información en español sobre el mercado alemán de frutas y hortalizas. <http://www.agronoticias.com>
Agronoticias Marketing España S.L.
Dr. Portolés 55
E-12190 Borriol /Castellón
Tel: 0034 964 321155
Fax: 00 34 964 32 19 13
E-mail: frutero@agronoticias.com
- **Fruchtportal.** Portal de información diaria en alemán sobre productos hortofrutícolas. www.fruchtportal.de
Email: info@fruchtportal.de
- Ferias Sectoriales

El Dpto de Agroalimentarios elabora periódicamente informes de las ferias relacionadas:

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

FRUIT LOGISTICA Salón Internacional de frutas y hortalizas	
Ofertas principales	Principal feria del sector a nivel internacional. Frutas, hortalizas, frutos secos y productos ecológicos hortofrutícolas
Ciudad	Berlín
Periodicidad	Anual
Próximas ediciones	05.02.2014-07.02.2014
Público	Visitantes profesionales
Asociación ferial	Messe Berlin GmbH Messedamm 22 D-14055 Berlin Tel.: 0049-30-3038-0 Fax: 0049-30-3038-2325 Página Web: www.messe-berlin.de E-mail: central@messe-berlin.de

BIOFACH Salón Internacional de productos ecológicos	
Ofertas principales	Alimentos biológicos principalmente, asimismo bienes de consumo.
Ciudad	Núremberg
Periodicidad	Anual
Próximas ediciones	13. 02. 2013 - 16.02. 2013
Público	Visitantes profesionales
Asociación ferial	NürnbergMesse GmbH Messezentrum, D-90471 Nürnberg Telefon: +49 (0) 9 11.86 06-0 Fax: +49 (0) 9 11.86 06-82 28 Página Web: www.nuernbergmesse.de E-mail. info@nuernbergmesse.de

- Otras direcciones:

Bundesverband Deutscher Fruchthandelsunternehmen e.V. (Federación Alemana de Empresas Comerciantes de Frutas). www.fruchtverband.de

Thalkirchner Straße 81/AK

3. Stock, Büro 324-326

81371 München

Tel.: 089 764822

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ALEMANIA

Fax: 089 763072

E-mail: info@fruchtverband.de

GFI Deutsche Frischemärkte

Gemeinschaft zur Förderung der Interessen der Deutschen Frischemärkte e.V.
Geschäftsstelle Berlin (Asociación de mercados mayoristas de frutas y hortalizas)
Beusselstraße 44 N-Q,
10553 Berlin
Telefon +49 (0)30 398961-12
Fax +49 (0)30 398961-24
E-Mail info@frischemaerkte.org
Web www.frischemaerkte.org

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH

(Empresa de Información y Análisis de Mercados Agrícolas)
Dreizehnmorgenweg 10
53175 Bonn
Tel. (0228) 33805-0
Fax (0228) 33805-592
E-Mail: info@AMI-informiert.de

6. SERVICIOS PERSONALIZADOS

Si desea recibir información de mercado adaptada a las necesidades de su empresa, u obtener un listado de potenciales clientes interesados en recibir ofertas de sus productos, la Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf pone a su disposición distintos servicios de información personalizada, que se elaborarán a medida una vez confirmado su interés.

Para más información sobre los contenidos y el coste de estos servicios puede Usted contactar con la Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf.

E-Mail: dusseldorf@comercio.mineco.es