ESTUDIOS MODULARES

# ARÁNDANOS ORGÁNICOS España 2020

ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

CHILE EN 2019 EXPORTÓ 3,98 US$(MM)
EN ARÁNDANOS ORGÁNICOS A ESPAÑA

Nº6

Posición de Chile como proveedor del mercado español

## PRINCIPALES PROVEEDORES DE ARÁNDANOS EN EL MERCADO ESPAÑOL

### MARRUECOS

| | |
|---|---|
| Participación 2019 | 70,4% |
| Posición 2019 | Nº1 |
| Participación 2014 | 85,5% |
| Posición 2014 | Nº1 |

### PERÚ

| | |
|---|---|
| Participación 2019 | 7,18% |
| Posición 2019 | Nº2 |
| Participación 2014 | 1,3% |
| Posición 2014 | Nº5 |

### PAÍSES BAJOS

| | |
|---|---|
| Participación 2019 | 4,75% |
| Posición 2019 | Nº3 |
| Participación 2014 | 4,4% |
| Posición 2014 | Nº3 |

### ARGENTINA

| | |
|---|---|
| Participación 2019 | 3,1% |
| Posición 2019 | Nº4 |
| Participación 2014 | 4,7% |
| Posición 2014 | Nº2 |

### CHILE

| | |
|---|---|
| Participación 2019 | 3,12% |
| Posición 2019 | Nº6 |
| Participación 2014 | 1% |
| Posición 2014 | Nº6 |

Fuente: www.datacomex.comercio.es

# ARÁNDANOS ORGÁNICOS

España es uno de los mayores productores de arándanos de la Unión Europea (UE), siendo **el tercer productor** europeo por detrás de Alemania y Polonia. El 96% de sus exportaciones van destinadas a la UE debido a la demanda creciente en estos países, y el resto va destinado a terceros países.

**Huelva es la provincia con mayor producción de arándano en España y la mayor zona productora de Europa** para cosecha temprana de primavera, al cultivar más de 3.000 hectáreas, aumentando su producción en un 7% en 2019.

El arándano es una de las frutas que posee más propiedades y beneficios, aunque hoy en día hay mucho desconocimiento en este mercado.

**Chile es el segundo mayor productor de arándanos frescos del mundo.** Su producción está disponible entre los meses de octubre y abril, cuando no lo está en los principales mercados mundiales, ubicados en el hemisferio norte.

**El 64% de su producción va destinado a EE. UU., principal importador del producto chileno,** seguido con un 24% por Europa, cuyos principales puntos de entrada son Inglaterra y Países Bajos, aunque en el último periodo tanto España como Alemania han incrementado sus importaciones, siendo Chile el 4° país exportador del producto a España. La demanda de frutas y verduras producidas de forma orgánica, sin el empleo de productos químicos de síntesis, tanto fitosanitarios como fertilizantes, que no sean de origen natural, está creciendo de forma exponencial en los últimos años. Esto porque cada vez es mayor la preocupación de los consumidores por su salud, unida a una sensibilización por la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente.

Considerando la superficie destinada al cultivo de producción ecológica, con casi dos millones de hectáreas. **España se sitúa en el séptimo lugar a nivel mundial** tras Australia, Argentina, EE. UU. y China, y es líder a nivel europeo gracias a su extensión y climatología.

**Desde el año 2016 España se encuentra entre los diez países mundiales con mayor consumo de productos ecológicos,** con una clara tendencia al alza, el ritmo del gasto por habitante aumenta de forma acelerada. Los productos ecológicos han tenido un crecimiento en 2019 de un 11%, con respecto al año anterior. Sin embargo, el nivel de penetración de los alimentos ecológicos en este mercado sigue siendo muy bajo con respecto al de otros países europeos. A pesar de lo anterior, la cuota de ventas de productos ecológicos en el canal convencional ha superado a las del canal especialista.

En cuanto al consumo, el gasto per cápita en productos ecológicos al año ha pasado de 42 a 46,6 euros, una cifra lejana aún de la que se puede ver en otros países como Dinamarca o Suiza, pero hay que tener en cuenta, que estos países cuentan con políticas muy avanzadas de apoyo al sector. Otro dato destacado es que 6 de cada 10 consumidores se han iniciado en el consumo de productos ecológicos en los últimos cinco años. Asimismo, en solo tres años los consumidores españoles han aumentado sus compras de productos ecológicos en 700 millones de euros.

**Nomenclatura Común (Taric) no incluye un tratamiento diferencial en cuanto a la Posición Arancelaria para los alimentos orgánicos, por lo tanto, los mismos deberán ser sujetos a clasificación tal cual correspondería si no fuesen orgánicos.**

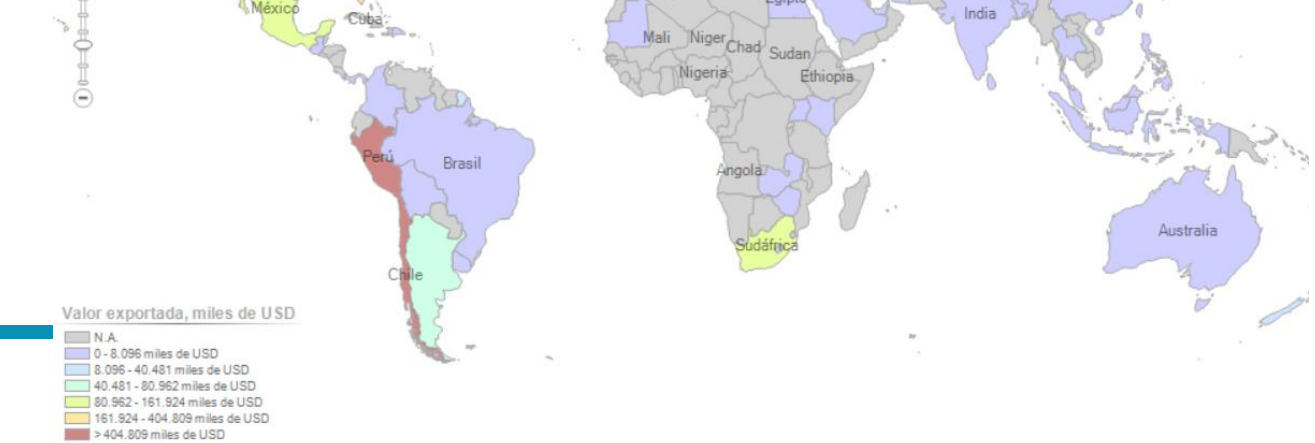
## IMPORTACIÓN ESPAÑA

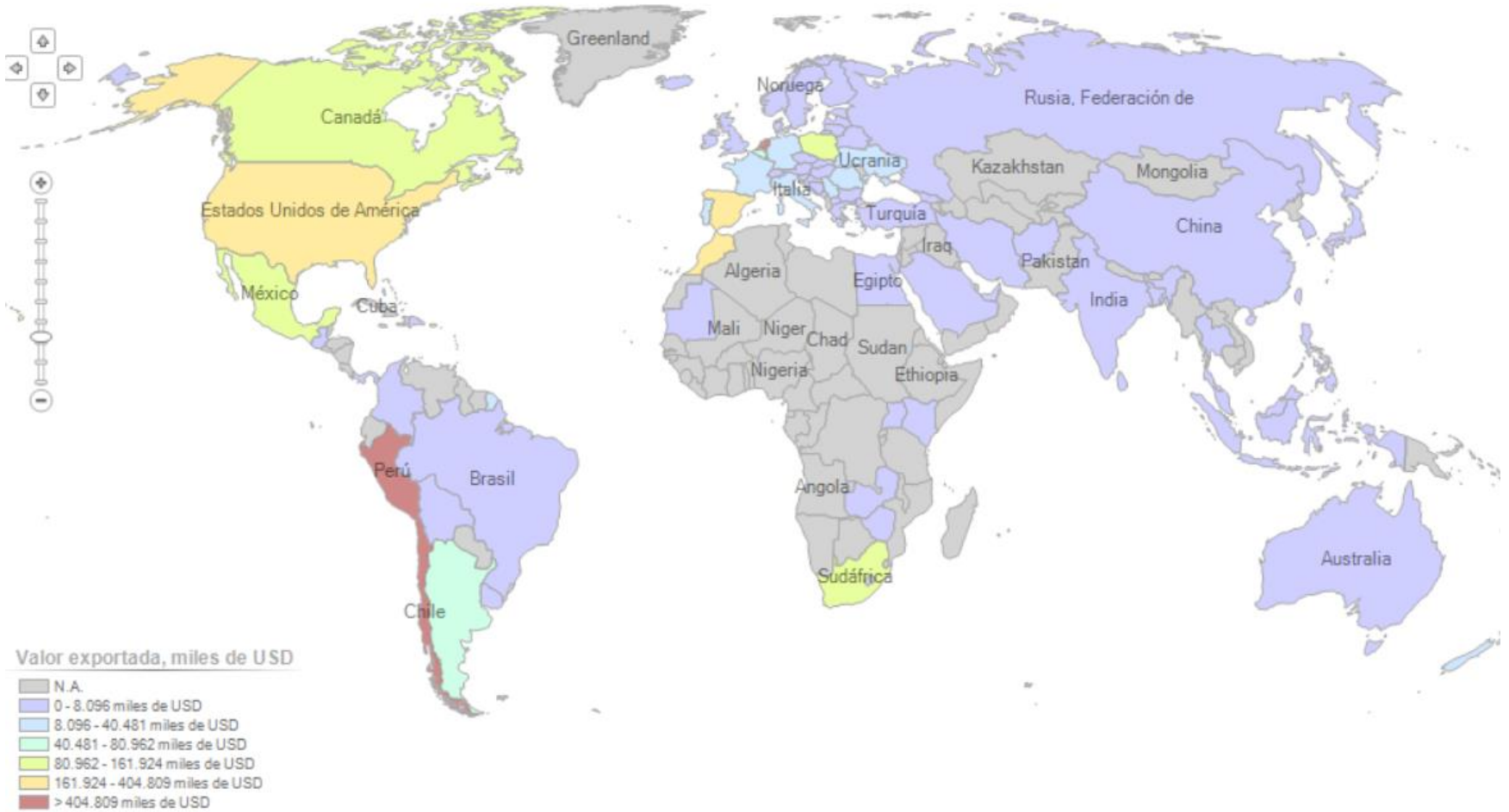
| 0810.40 Arándanos | Total dólares 2019 |
|---|---|
| Total mundo | 127.841.653,04 |
| Marruecos | 89.989.114,75 |
| Perú | 9.180.640,31 |
| Países Bajos | 6.071.299,79 |
| Argentina | 5.629.623,28 |
| Portugal | 4.742.931,38 |
| **Chile** | **3.984.553,40** |
| Alemania | 2.980.224,81 |
| Sudáfrica | 2.742.678,83 |
| Polonia | 851.365,68 |

Fuente: Ver más información en el siguiente **enlace.**

En 2018 más del 30% de las compras de frutas frescas se realizó en los supermercados y autoservicios seguidos de la tienda tradicional, aunque sus evoluciones son disímiles. Los supermercados crecen un 5,1% mientras que las tiendas tradicionales descienden un 6,5% con respecto al año 2017. España se situó en 2018 en el “top ten” mundial en consumo “bio”, con un mercado de más de 2.000 millones de euros y el gasto per cápita ha crecido un 11% en el último año, pasando de 42 a 46,6 euros, aunque todavía muy alejando de los grandes consumidores como Suiza, Dinamarca o Alemania.

Aunque La demanda de productos orgánicos, frutas y verduras, va creciendo en este mercado en los últimos años por la preocupación que tiene el consumidor hacia la alimentación sana y la sostenibilidad, el nivel de penetración de los alimentos ecológicos sigue siendo muy bajo con respecto al de otros países europeos.




Fuente: **TradeMap**

**Principales exportadores:**

**PERÚ**
— 809.619 US$ (MM)

**CHILE**
— 571.198 US$ (MM)

**PAÍSES BAJOS**
— 488.562 US$ (MM)

**ESPAÑA**
— 379.342 US$ (MM)

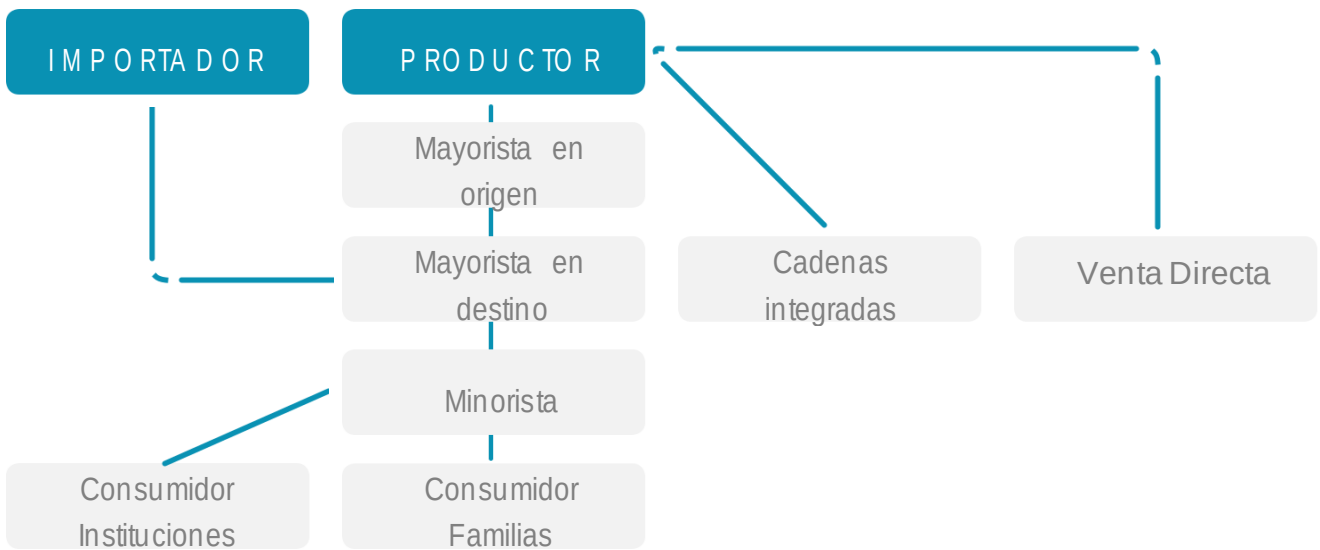
**EE .UU.**
— 252.072 US$ (MM)

**CANADÁ**
— 157.140 US$ (MM)

**POLONIA**
— 106.955 US$ (MM)

M u n d o
— 3.190.358 US$ (MM)

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

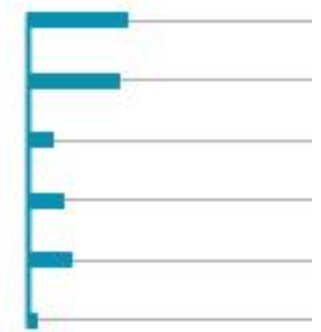



Fuente: **Mercasa**

**1. Cadena de distribución** Los principales actores del mercado de fruta fresca en España, a la hora de enviar un producto desde un tercer país, son el importador y el mayorista. Hay que tener en cuenta que, en España, dado el nivel de desarrollo o producción del sector frutícola, el exportador local actúa también como importador para poder abastecer durante todo el año el mercado europeo.

## 2. Distribución de la fruta por canales

En 2018 más del 30% de las compras de frutas frescas se realiza en los supermercados y autoservicios seguidos de la tienda tradicional, aunque sus evoluciones son disímiles, los supermercados crecen un 5,1% mientras que las tiendas tradicionales descienden un 6,5% con respecto al año 2017.



A. Supermercados 34,3%

B. Tienda Tradicional 31,8%

C. Otros canales 14,2%

D. Discounts 12%

E. Hipermercados 7,6%

F. ECommerce 0,5%

Fuente: Informe de Consumo de alimentación en España 2018, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Últimos datos publicados.

### ¿Qué está pasando en la distribución?

La concentración de los grandes compradores y el aumento de la competencia empujan a los minoristas y restos de operadores pequeños a especializarse para subsistir. Esta especialización ha implicado una integración más vertical y eficiente al acortar negociaciones, estableciendo contacto más directo entre los eslabones de la distribución (agricultor, mayorista, detallista).

Ellos también ostentan el rol de importadores con factores a su favor como el tiempo, la variedad y calidad de su oferta, marcas en exclusividad y exhibición de producto frente a los grandes supermercados.

### Perfil del consumidor español

Los hogares donde hay un mayor consumo de fruta fresca corresponden a retirados y parejas adultas sin hijos. Los retirados consumen el 29,6% del total de frutas y hortalizas frescas, seguido de las parejas adultas sin hijos con 14,4 % del total. Le sigue las parejas con hijos de edad media con el 13,8% y las parejas con hijos mayores con el 12,7%. Los jóvenes independientes, sólo representan el 2,4% del consumo de fruta en los hogares, aunque hay que tener en cuenta que sólo representan el 5,7% de la población. Las frutas son un producto consumido casi en su totalidad dentro del hogar, solo el 0,5% del volumen total está destinado al consumo fuera del hogar (canal Horeca).

# EXHIBICIÓN DEL PRODUCTO

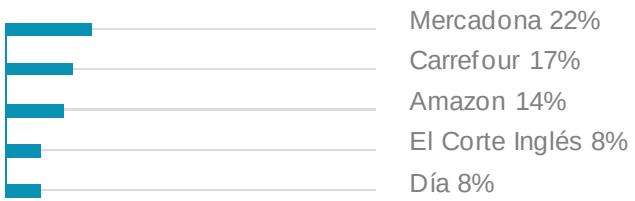
Hemos conversado con uno de los principales Importadores-Mayoristas del arándano fresco en Mercamadrid, el cual nos comenta que es un producto en claro ascenso, año a año se va incrementando el consumo de forma interesante. Producto muy apreciado en este mercado, la principal producción con la que trabajan es nacional, no obstante, la contra temporada es muy importante, sobre todo Argentina, Perú y Chile, son sus principales proveedores.

Lo más valorado a la hora de adquirir el producto es sobre todo la calidad, el tamaño y no menos importante el sabor.

Sobre el producto orgánico, en determinados países parece que se está imponiendo este tipo de fruta, pero en España aún no está tan posicionada la fruta orgánica y de momento el consumidor no paga un plus por ser orgánica.

El producto lo distribuyen a tres perfiles de clientes, el mercado tradicional que supondrá el 15% de sus ventas, el mercado mayorista que será el 25% y la gran distribución Hiper y super que será el 60% más o menos al 50% cada uno. (30% hiper, 30% súper)

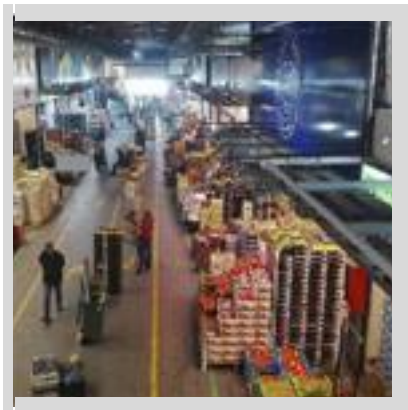
### E- Commerce Alimentación




Fuente: "Análisis de la compra online de alimentación en España" 2018 by The Cocktail.

### CANAL MINORISTA

### CANAL MAYORISTA



**Precio Mercado Mayorista de Arándano Fresco 2019**

Mínimo 0,14 €/kg
Medio 0,18 €/kg
Máximo 0,24 €/kg

*Foto autorizada en Mercamadrid realizada por Oficom
Fuente: **FEPEX**

# ACCESO AL MERCADO

La Unión Europea, en su conjunto y de manera individualizada de los países miembros, es uno de los mercados más regulado y seguro a nivel alimentario. Los arándanos pasan por controles de sanidad y calidad. La vía de acceso del producto al mercado español es por puerto marítimo y los más comunes son Algeciras, Barcelona y Valencia. **Las inspecciones a las que están sujetas la partida arancelaria 08.10.40,** que engloban arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium son:

- Control de contaminantes en alimentos
- Control de residuos de plaguicidas en alimentos de origen vegetal y animal
- Control sanitario de alimentos de origen no animal
- Control sanitario de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos
- Controles fitosanitarios
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos
- Etiquetado de alimentos
- Normas de comercialización de hortalizas y frutas frescas (Sólo aplicable a fruta fresca)
- Voluntario - Productos de producción ecológica

Esta partida y todas las de su misma numeración **comparten código Taric,** pudiendo estar sujetas a diferentes medidas arancelarias, por lo que hay que comprobar al momento de su envío. Para que la mercancía se beneficie de la reducción arancelaria contemplada en el Acuerdo de Asociación suscrito entre Chile y la UE, **debe ir acompañada del Certificado EUR1** y del resto de documentos comerciales requeridos para el despacho aduanero.

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

## NORMAS UE

Reglamento no 543/2011 → **enlace** CODEX → **enlace**

Norma CEPE/UN → **enlace**

Folleto Interpretativo → **enlace**

Fuente: Ver más detalles **aquí.**

## NORMATIVA COMUNITARIA

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

Fuente: Ver más información en esta **dirección.**

## NORMATIVA ETIQUETADO

### Normativa aplicable al etiquetado:

1. Real Decreto 1334/1999 de 31 de Julio, por el que se aprueba la norma general del etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios. Ver más info. **acá.**
2. Real Decreto 890/2011 de 24 de Junio, por el que se modifica la norma general del etiquetado presentación y publicidad de los productos alimenticios. Aprobada por el Real Decreto 1334/1999, De 31 de Julio. Revisar más info. **acá.**

### Normativa relativa a seguridad e higiene:

1. Reglamento (CE) n° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaría. Se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaría y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria. Más info. **acá.**
2. Reglamento no 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios. Este Reglamento deroga la Directiva 93/43/CEE del Consejo, de 14 de junio de 1993, relativa a la higiene de los productos alimenticios. Más detalles **acá.**
3. Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre de 2003, sobre seguridad general de los productos. Transpone la Directiva 2001/95/ CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001. Ver más info. **acá.**
4. Ley 11/2001, del 5 de Julio, por la que se crea la Agencia de seguridad Alimentaria. Más detalles **acá.**
5. Real Decreto 709/2002, de 19 de julio, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria. Más info. en este **enlace.**
6. Real Decreto 2207/1995, de 28 de Diciembre de 1995, por el que se establecen las normas de higiene relativas a los productos alimenticios. A través de este Decreto se transpone la Directiva 93/43/CEE, de 14 de junio de 1993, relativa a la higiene de los productos alimenticios. Más detalle **acá.**
7. Real Decreto 202/2000, de 11 de febrero de 2000, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos. Detalles en este **enlace.**

# RECOMENDACIONES GENERALES DE L A OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA

## El consumo y la demanda de berries continúa creciendo a nivel mundial y Europa es el mercado que más crece para el arándano de Chile.

España ocupa el primer puesto en superficie de agricultura ecológica de la UE, y en cuanto a consumo los españoles son el décimo país del mundo con una compra de menos de 45 euros por persona al año. Los suizos son los mejores clientes con un consumo anual per cápita de 221 euros, según publica Ecovalia, asociación española que engloba a buena parte de profesionales del sector ecológico. El sector de la producción ecológica continúa creciendo de forma sostenida, tanto a nivel mundial como nacional.

En relación con la producción de arándanos, España es uno de los mayores productores de la UE, exportando casi el total de su producción sobre todo al resto de sus países vecinos, pero en relación al fruto en ecológico, tanto su producción como el consumo interno aún es muy limitado. Sin embargo, poco a poco va aumentando la cultura de su consumo.

Aunque la demanda de productos orgánicos, frutas y verduras, va creciendo en este mercado en los últimos años por la preocupación que tiene el consumidor hacia la alimentación sana y la sostenibilidad, el nivel de penetración de los alimentos ecológicos sigue siendo muy bajo con respecto al de otros países europeos. El gasto per cápita ha crecido un 11% en el último año, pasando de 42 a 46,6 euros, aunque todavía muy alejando de los grandes consumidores como Suiza, Dinamarca o Alemania.

A nivel mundial, el mercado de los alimentos ecológicos ha superado los 97.000 millones de euros, de los que 40.000 se localizan en Europa y 1.903 millones en España. Estados Unidos lo lidera con un 42% del mismo, seguido por el 11% de cuota de mercado de Alemania y el 9% de Francia, mientras que España representa poco más del 1%, también por detrás de Italia, Suiza, Reino Unido y Suecia.

Chile es el segundo mayor productor de arándanos frescos del mundo. Su producción está disponible entre los meses de octubre y abril, cuando no hay en los principales mercados mundiales ubicados en el hemisferio norte. Del total exportado por Chile, Norteamérica recibió el 52% del volumen, Europa el 32% y el Lejano Oriente el 15%. En términos de variación total, Norteamérica enfrentó el mayor ajuste esta temporada, con envíos 11% más bajos que en 2018/19. Por el contrario, Europa aumentó en un 8% y el Lejano Oriente en un 20%.

Los arándanos orgánicos continuaron con su tendencia de crecimiento y registraron un récord de 15.470 toneladas exportadas hasta la semana 11, con 16% más que el ejercicio anterior. Si bien Norteamérica recibió el 77% de los volúmenes, con un crecimiento de 11% con respecto a la temporada pasada, hubo importantes bajas en los volúmenes exportados a esa región en las últimas semanas de la temporada. Por otro lado, Europa concentró el 23% de las exportaciones de orgánicos con un crecimiento de un 41%.

Hay que tener en cuenta que Chile tiene arancel preferencial, al igual que Marruecos, principal proveedor a este mercado, así como el segundo proveedor - Perú. No siendo el caso de Argentina, que aun estando por delante de Chile como tercer proveedor tiene un arancel del 3,2%.

Es importante considerar el efecto Rotterdam en la distribución de la fruta chilena en el interior de Europa lo que influye directamente la entrada de arándano por países. Al igual que en otras categorías en fruta fresca en España, existe una alta sensibilidad de precio de la demanda, tanto a nivel de consumidor final como del importador y a lo largo de la cadena de distribución.

En general la fruta chilena fresca tiene muy buena aceptación por su calidad, y un tema importante a considerar son las relaciones de confianza y largo plazo que mantienen los importadores españoles con los exportadores chilenos de fruta fresca.

Se recomienda aprovechar las oportunidades de promoción en ferias y actividades locales, lo que contribuirá a dar a conocer a Chile como país productor de arándanos orgánicos, sobre todo por el lado del consumidor final que desconoce la procedencia del producto.

Para lo cual se sugiere trabajar más con el sector minorista, con promociones, ofertas y fuerte presencia, para así dar a conocer la procedencia y la alta calidad del producto, dando un valor agregado y una diferenciación al producto, ya sea por una marca “Chile”, por su calidad, variedad, presentación, y sobre todo origen.

Es importante generar actividades asociativas que logren dar mayor representatividad y un desarrollo de la marca país en coordinación con Asoex, y el Comité de Arándanos de Chile, los cuales han realizado ya campañas de promoción en distintos países y de diferentes formas, como lo hicieran en China a través de máquinas dispensadoras de alimentos, o la realización de talleres culinarios en las principales escuelas de hostelería de París y Berlín.

## FERIAS INTERNACIONALES

| Evento | Ciudad | Fecha | Sitio web |
|---|---|---|---|
| Salón Gourmet | Madrid | 12-15 de abril de 2021 | enlace |
| Ecosalud Barcelona 2020 | Barcelona | Abril de 2021 | enlace |
| Feria Alimentaria | Barcelona | 14-17 de septiembre de 2020 | enlace |
| Biocultura (Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable) | Barcelona<br>Madrid<br>A Coruña | 24-27 de septiembre de 2020<br>26-29 de noviembre de 2020<br>Hasta fin de año no tienen definidas las fechas del año de 2021 | enlace |
| Organic Food Iberia | Madrid | 03-04 de septiembre de 2020 | enlace |
| Salimat Abanca | Silleda | 3-6 de junio de 2021 | enlace |
| Eurofruit | Lleida | 24-27 de septiembre de 2020 | enlace |
| Fruit Attraction | Madrid | 20-22 de octubre de 2020 | enlace |

## INFORMACIÓN DE INTERÉS-

### Puedes hacer click en cada enlace

The Export Helpdesk: Es un servicio en Internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Proporciona información a los exportadores sobre requisitos, normas, aranceles y estadísticas comerciales.

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

MERCASA: Brinda información sobre el comercio, la industria y la navegación de España.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: Información acerca del comercio exterior e interior español.

DataComex: Página perteneciente al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que nos brinda información acerca del comercio exterior e interior español.

Asociación de Ferias de España.

Información sectorial 1.

Información sectorial 2.

Normativa aplicable.

Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores.

Precios de mercado mayorista.

Revistas Sectoriales: Nº1 / Nº2 / Nº3 / Nº4 / Nº5 / Nº6 / Nº7

## EQUIPO

Oficina Comercial de Chile en España.

### Edición General y Contenidos

Departamentos de Información Comercial, Internacional e Inteligencia de Mercado.

Oficina Comercial de ProChile en España.

### Imágenes

ProChile - Todos los derechos reservados.