



# PERFIL DE MERCADO

## Miel Natural en Alemania

### Junio de 2018



Argentina



## INDICE

1. Posición arancelaria
2. Descripción del producto
3. Arancel de importación
  - 3.1 Impuestos locales
  - 3.2 Requisitos del mercado
  - 3.3 Documentos exigidos en Aduana
4. Situación del mercado
5. Leyes, regulaciones y sistemas que rigen el producto
6. Importaciones de Alemania
7. Niveles de precios
  - 7.1 Nivel importador
  - 7.2 Nivel de precios minorista
8. Producción local
9. Consumo
10. Canales de comercialización más usuales
11. Principales centros de consumo del producto
12. Embalajes y formas de presentación
13. Principales accesos al mercado
14. Ferias y exposiciones especializadas
15. Asociaciones sectoriales
16. Importadores
17. Recomendaciones para los exportadores argentinos
18. Sitios Web de Interés



Consulado General de la  
**República Argentina**  
Hamburgo - República Federal de Alemania

Mönckebergstrasse 22 / 20095 Hamburgo / Alemania  
Tel.: 0049 40 4418460 / Fax: 0049 40 4105103  
chamb@mrecic.gov.ar / www.chamb.mrecic.gov.ar



1. Posición arancelaria	2. Descripción del producto	Denominación	3. Arancel (%)	
		en alemán.	General	Argentina
0409.0000	- Miel natural	Natürlicher Honig	17,30	17,30

Cifras de junio de 2018. Consultar en:

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

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

País	Tipo de preferencia	Arancel (%)	Directiva de la UE
México	Cuota arancelaria preferencial	8,60	R1362/00
Ucrania	Cuota arancelaria preferencial	0	R1566/17 y R2405/15
Cuba	Derecho terceros países	17,30	R2204/99
Chile	Preferencias arancelarias	0	D0979/02
Brasil	Derecho terceros países	17,30	R2204/99
Uruguay	Derecho terceros países	17,30	R2204/99
América central (CAMER)	Preferencias arancelarias	0	R2204/99

CAMER = Países de América Central (Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y El Salvador).

### 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 Requisitos del mercado

Los importadores locales destacaron los siguientes parámetros y exigencias de calidad del mercado alemán:

#### Pólenes transgénicos en la miel

La detección de polen derivado de organismos modificados genéticamente en productos apícolas ha generado gran inquietud en el sector de miel alemán y europeo, debido a posibles cambios regulatorios. Los importadores aducen que la legislación anterior de miel no establecía explícitamente si el polen de la miel era un "ingrediente" o un "componente". Eso causó especialmente en los años de entre 2010 y 2013 una gran controversia porque si se consideraba al polen como un ingrediente resultaba de aplicación el Reglamento CE nº 1829/2003 de trazabilidad y etiquetado de los OGM, lo que preveía incluir al polen como un "ingrediente" en la etiqueta de los productos donde éste fuera encontrado.

En 2014, el Parlamento Europeo aprobó una enmienda de la Directiva 2001/110/CE de la miel, con el fin de clarificar esta controversia definiendo al polen como un "componente" de la miel, lo que implica que el polen modificado genéticamente solo deberá constar en el etiquetado de la miel si supone más del 0,9 por ciento del producto.



A criterio de importadores locales tal circunstancia resultaría poco probable debido a que la participación máxima del polen en la miel es de alrededor de un 0,5 por ciento. Sin embargo, esa controversia ha influenciado el comportamiento de los participantes del mercado de miel en forma sustancial. Se sigue requiriendo un análisis de polen transgénico y para tal fin los laboratorios locales realizan procesos de detección con tecnología de última generación.

Un número importante de clientes podría rechazar la mercadería si se detectaran pólenes OGM sin perjuicio de que no se encuentren obstáculos legales para comercialización, teniendo en cuenta la imagen negativa que ello conlleva al consumidor.

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

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

## Glifosato

Otro problema que afecta la comercialización de la miel en Alemania es la miel que contiene residuos de glifosato, situación que puede ocurrir sobre todo en países de producción de soja como la Argentina.

Informaron importadores que en 2016, se detectó en Alemania que mieles exportadas desde un país limítrofe a la Argentina contenían residuos de glifosato por encima de las 50 partes por billón (ppb), límite permitido en Alemania. Aunque dicho país fue el más afectado por ese tema, eso repercutió negativamente en el sector de la miel argentina.

No obstante el límite regulado en Alemania (50 partes por billón o ppb), los importadores locales, y sobre todo los supermercados, requieren que el contenido de glifosato en las muestras sea incluso por debajo de las 25 ppb, ello debido a que a veces los resultados difieren entre muestras y el envío real de la mercadería.

De todas maneras, los importadores compran regularmente mercadería con más de 50 ppb o hasta 100 ppb aunque a precios más bajos, la que eventualmente mezclarán con otras mieles para obtener un producto que cumpla con los límites requeridos o permitidos.

## Los alcaloides pirrolizidínicos (PAs, por sus siglas en inglés)

Se trata de un grupo de metabolitos secundarios de origen vegetal que se encuentran en cerca del 3 % de todas las plantas con flor. Las plantas producen dichos PAs a fin de repeler depredadores o como consecuencia del estrés experimentado durante épocas de sequía.

De acuerdo a la información provista por importadores, se han detectado cantidades considerables de PAs en el polen, en la miel, en té de hierbas y en ensaladas. La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) habría llegado a la conclusión de que puede existir un riesgo para la salud especialmente para niños que consumen cantidades importantes de miel, aunque todavía se precisan datos adicionales y fiables sobre el efecto tóxico real de los PAs.

Según los expertos, el consumo normal de miel con PAs se considera como inocuo y tampoco el caso de un consumo regularmente alto no se dispone de resultados de pruebas de toxicidad crónica. Sin embargo, los científicos de la EFSA destacan el peligro de problemas de salud y han propuesto un grupo de 17 PAs que se deben analizar en forma regular.



Los importadores explicaron que en Alemania la concientización contra dichos agentes en la miel es extremadamente alta e impulsada por organizaciones de protección de consumidores como "Stiftung Warentest" o "Ökotest" que regularmente publican resultados de sus investigaciones realizadas con diferentes calidades de producto pero que a menudo no se orientan a la situación legal sino a percepciones propias de posibles riesgos.

### 3.3 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 (salvo en los casos indicados en "Facilidades de Importación"). Todos los documentos deben enviarse por duplicado (original y copia por correo separado). El exportador extranjero debe observar exactamente las instrucciones del comprador alemán sobre el tipo de documentos requeridos y la presentación como asimismo el envío de los mismos.

Se requieren los siguientes documentos:

Factura comercial	Contenido: <ul style="list-style-type: none"><li>» Nombre (empresa) y dirección del comprador en Alemania</li><li>» Lugar y fecha en que se extiende la factura</li><li>» Número de factura</li><li>» Descripción de la mercancía (denominación, calidad, etc.)</li><li>» Cantidad (unidad usual en el comercio)</li><li>» Cantidad, tipo, símbolos (marcas) y números de los bultos</li><li>» Forma y fecha de envío</li><li>» Precio acordado (valor FOB, especificar costos CIF, valor CIF)</li><li>» Condiciones de pago (modo y fecha de pago, descuentos, etc.)</li><li>» Condiciones de entrega según el correspondiente Incoterm</li><li>» País en el que se compró la mercadería o país de procedencia y de origen.</li></ul>
Conocimiento de embarque (a la orden o endosado) o carta de flete aéreo	
Certificado de control para productos orgánicos de acuerdo al Reglamento (CE) no 834/2007 .	En el caso de los mieles orgánicas.

Fuente: Oficina de informaciones de la aduana alemana (Tel.: 0049 351 44834520)

## 4. Situación del mercado

### 4.1 Resumen ejecutivo

Las importaciones europeas de miel aumentaron considerablemente durante los últimos años, totalizando más de 352.000 toneladas en 2017. El constante aumento de las importaciones europeas de miel se atribuye principalmente a la significativa reducción del sector apícola europeo y es también resultado de varios problemas relacionadas a las fuentes principales en los últimos años así como sequías.

Alemania es el mayor importador de miel de la UE. Según cifras de la Oficina Federal de Estadística, Alemania importó en 2017 unas 90.250 t de miel por un valor de 268 millones de euros. En comparación con el año anterior, la cantidad de miel importada aumentó en 5.963t, por lo que la tendencia sugiere que Alemania siga siendo el mayor importador de miel de la Unión Europea (UE) en 2018. En 2017 representó una participación de un 26% del volumen total de las importaciones europeas. Gran Bretaña (13% del total), Francia (10%), Bélgica (7%) y España (9%) son otros países importadores importantes de la UE.

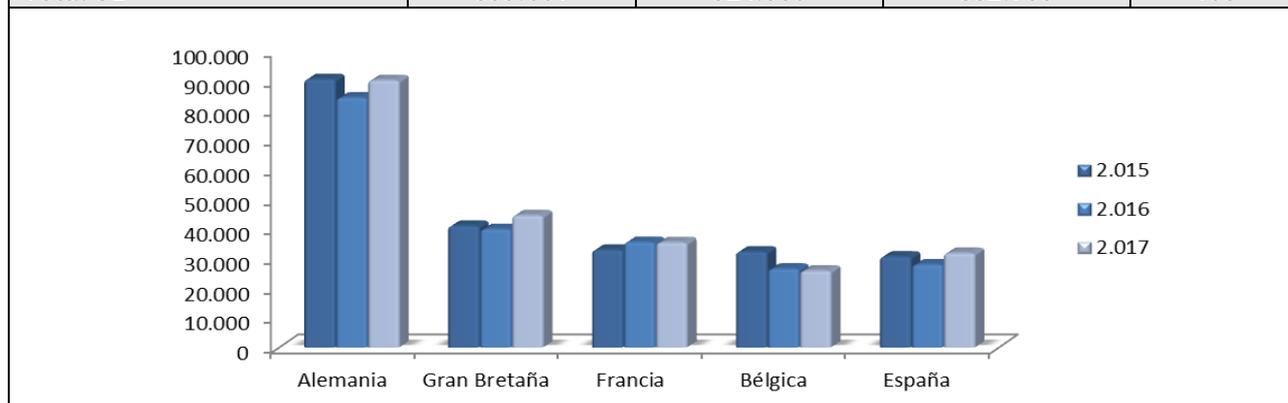


En los próximos años, se espera que las importaciones de miel sigan creciendo con el fin de compensar la continua disminución de la producción europea.

El mercado de miel alemán se considera no solamente el más importante a nivel europeo sino también uno de los líderes del mundo en atención a que cuenta con un consumo promedio de más de 1,0 kg por persona al año. Atento a las condiciones climáticas imperantes en dicho país, la producción nacional (15.000 A 20.000t al año) no es suficiente para satisfacer una demanda de más de 81.000 toneladas por año.

## Países importadores de miel más importantes de la UE (en toneladas)

País	2015	2016	2017	Part. (%)
Alemania	90.520	84.284	90.250	26
Gran Bretaña	41.039	39.949	44.588	13
Francia	32.933	35.581	35.482	10
Bélgica	32.336	26.573	25.930	7
España	30.655	27.993	31.877	9
Total UE	333.061	324.386	352.788	100



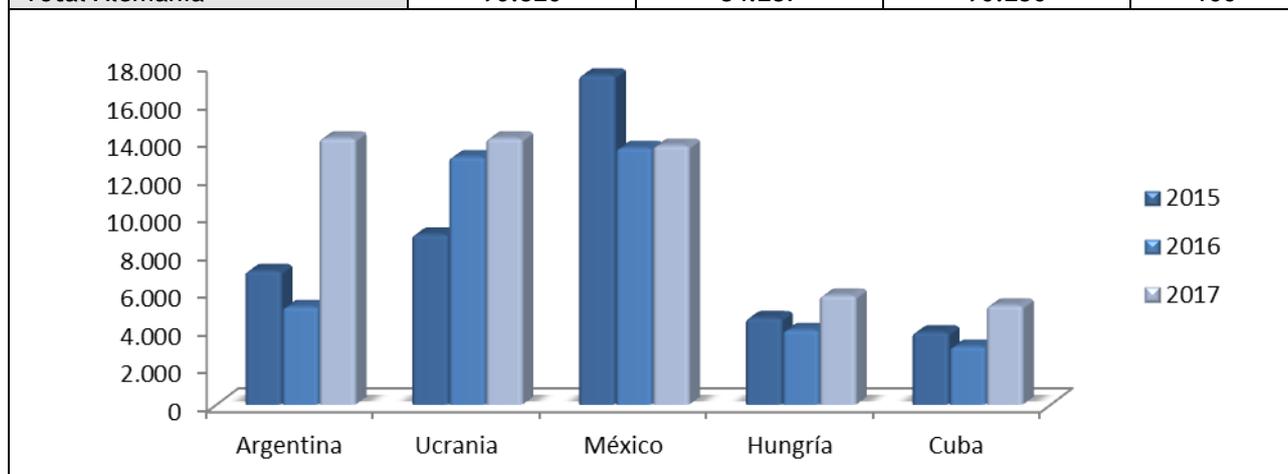
Fuente: Eurostat (2018)

Alrededor del 71 por ciento de la miel importada por Alemania proviene de países extracomunitarios como Argentina (14.097 toneladas), Ucrania (14.095 t), México (13.712 t), Cuba (5.258 toneladas) y China (4.553 t), mientras que el resto proviene los países miembros de la UE como Hungría (5.780 t), Bulgaria (4.771 toneladas), España (4.327 toneladas) y Rumanía (4.154 t), entre otros.



## Principales países competidores en el mercado alemán (en toneladas)

País	2015	2016	2017	Part. (%)
Argentina	7.083	5.179	14.097	16
Ucrania	9.013	13.103	14.095	16
México	17.429	13.586	13.712	15
Hungría	4.594	3.958	5.780	6
Cuba	3.836	3.081	5.258	6
Total Alemania	90.520	84.287	90.250	100



Fuente: Eurostat (2018)

Entre los 50 países que exportan miel a Alemania, la Argentina, México y Ucrania son los más importantes, representando el 46 % del volumen total importado. Aunque en 2017, el primer lugar lo ocupó Argentina con 14.097 t por un valor de 37.169 USD, se observa que durante el período comprendido entre 2010 y 2014, se ha registrado una disminución marcada de la importación alemana de miel argentina. Las causas de esta reducción son múltiples: por un lado importadores aducen que por la pérdida de colonias en la Argentina que produjo una caída en la producción argentina de miel; por otro lado, los flujos de comercio de la miel argentina se orientaron más en dirección hacia Estados Unidos.

### Ucrania - creciente competencia de la oferta de mieles más económicos

Ucrania se presentó ante esta coyuntura como una buena alternativa para importadores alemanes sobre todo para el suministro de la miel más económica. A esto hay que añadir que la Unión Europea apoya el comercio entre Ucrania y su bloque. En el caso de la miel ha introducido una cuota para miel ucraniana exenta de derechos de importación de unas 7.000t al año.

Otro elemento que favorece a los proveedores ucranianos es la ventaja de su ubicación geográfica que facilita un transporte rápido y una logística más flexible que tiene mucha importancia cuando haya reclamos u otros eventos imprevisibles.

Esta situación afecta primordialmente la miel cremosa (como la de girasol) que puede ser ofrecida por Ucrania en calidades similares. Allí se producen además mieles de acacia, de colza y de tilo.



Ucrania exportó a Alemania en 2017 unas 14.095 toneladas, que costaron 28.078 USD, con lo que ocupó el segundo lugar.

## **México - miel con mucha reputación en el mercado**

México se ubicó en el tercer lugar en 2017 con muy poca diferencia de la Argentina y Ucrania. Sin perjuicio a ello y contemplando un período más largo, México ocupa claramente la posición de proveedor líder de miel para Alemania, ya que fue el país que más vendió en el período entre 2012 y 2016. En 2017 México vendió a Alemania 13.712 toneladas por un valor de 44.412 USD que era mucho mayor que el de Ucrania y también que el de Argentina.

La ventaja que los importadores locales atribuyen a la miel mexicana es que contiene menos elementos transgénicos que la de otros países y proviene de zonas consideradas como protegidas ambientalmente como Yucatán. Asimismo, hay una gran tradición de exportación de miel mexicana a Alemania. Asimismo, México posee un contingente con una tasa preferencial de un 8,6% con respecto a terceros países, lo que le otorga una ventaja competitiva.

## **China - fuertes retinencias con relación a la calidad**

China es el mayor proveedor de miel natural en Europa con un volumen de importación aproximado de más de 78.000 toneladas en 2017. La importación de miel de China representa casi un 38 % del total importado por la UE de países extra-UE. La fuente china de abastecimiento es estable, suficiente, y con precios muy competitivos.

Sin perjuicio de ello, cuestiones de calidad relacionados con la miel china causaron en los últimos años una fuerte caída de los volúmenes importados durante los últimos años, que a criterio de importadores locales podría deberse a algunas reticencias con relación a la calidad declarada en el producto de procedencia del país asiático. En atención ello, la miel China juega un papel menos importante en el mercado alemán, con un volumen importado de 4.553 toneladas en 2017, lo que representa un 5 % del total importado de miel.

## **Brasil - proveedor de mieles orgánicas**

En el contexto del mercado global y alemán Brasil es el mayor proveedor de miel orgánica. En efecto, los apicultores brasileños utilizan abejas provenientes de África que no necesitan ser curadas contra varroa, pudiendo producir la miel ecológica con más facilidad. Importadores locales informaron que casi la totalidad de los volúmenes que importa Alemania provenientes desde Brasil poseen calidad "bio". Se destaca al respecto que en 2017 Alemania importó solamente 575 toneladas desde Brasil en comparación con 1.660 toneladas en 2016.



## 4.2 Oportunidades y desafíos del sector

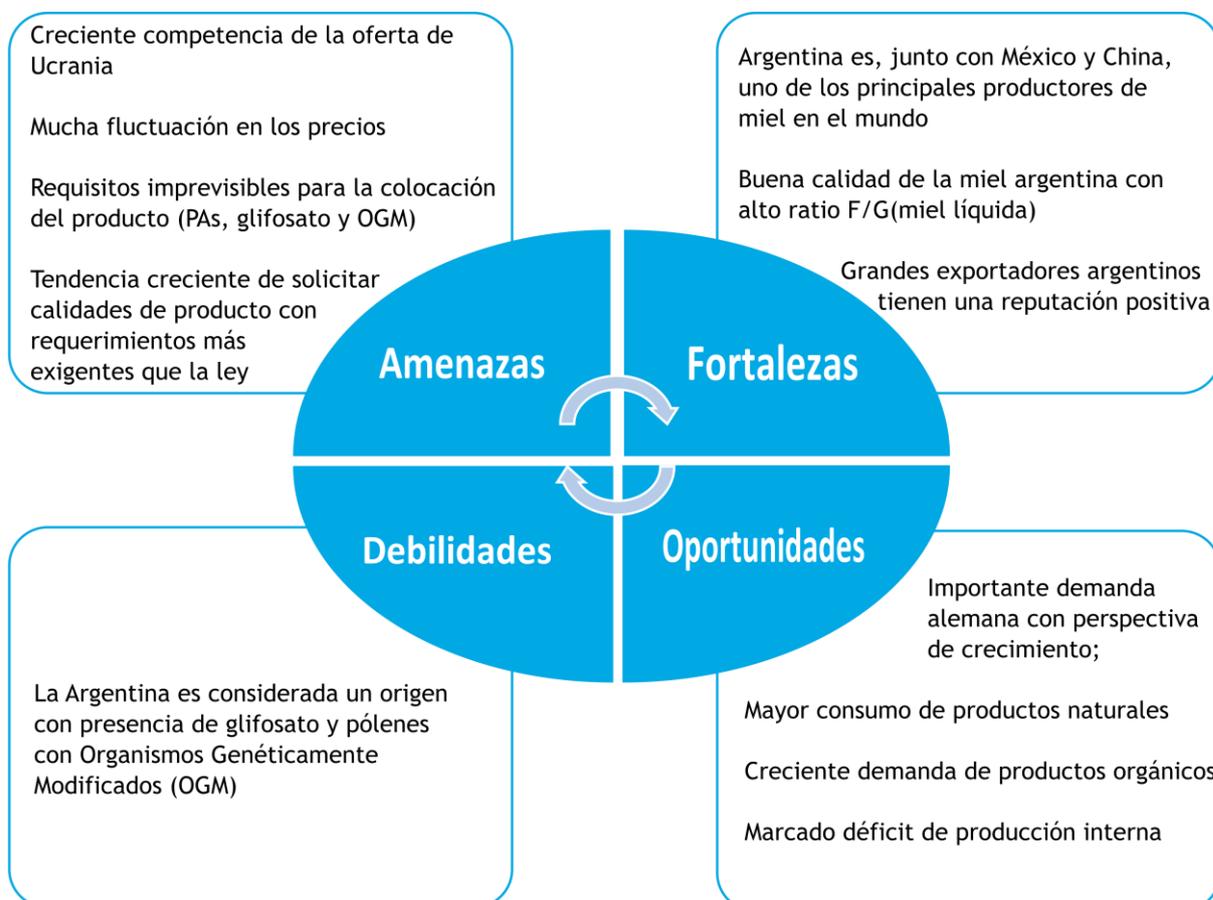
En base a la información recabada mediante encuentros mantenidos con importadores locales cabe destacar los siguientes aspectos y oportunidades para la miel argentina en el mercado alemán:

- » En los últimos años el mercado de miel se ha complejizado dado a las exigencias previstas en los controles de calidad en la legislación europea, alemana y en los crecientes requerimientos de las cadenas de venta del producto, fruto de nuevas tendencias en el consumo.
- » El exportador argentino que proveía tradicionalmente a Alemania se volcó al mercado norteamericano, el que estiman como con menor requerimientos de calidad. Sin perjuicio de ello, hubo un número de exportadores que continuaron proveyendo al mercado alemán y son los que -a criterio de dichos importadores alemanes- han podido adecuarse y estar en condiciones de satisfacer las exigencias del mercado alemán.
- » La Argentina tiene la ventaja que puede producir miel con un ratio F/G (fructosa/glucosa) de un mínimo de 1,20. Dicha propiedad prolonga el tiempo de cristalización y garantiza que las mieles queden fluidas durante más tiempo, lo que es muy apreciado por el consumidor alemán.
- » La miel argentina proveniente del girasol, y que es menos líquida y más cremosa, se encuentra en la actualidad con grandes desafíos dado que el producto proveniente de Ucrania resulta más atractivo al importador alemán en función a su precio y condiciones de transporte más competitivos.
- » Otro elemento que los empresarios pusieron de relieve es la presencia de agentes en la miel proveniente de la Argentina. En efecto, mencionaron que si bien no observan en general- presencia de nitrofuranos o antibióticos en la miel importada de nuestro país, comentan que por tratarse de un país con un fuerte sector agroexportador, es común encontrar en la miel trazos de pesticidas, Organismos Genéticamente Modificados (OGM), y alcaloides pirrolizidínicos, entre otras sustancias, que tienen un impacto negativo en el consumidor local.



## Análisis FODA

En este sentido, de lo manifestado por los empresarios entrevistados con relación a la miel proveniente de la Argentina se puede resumir mediante el siguiente análisis FODA:



## 5. Leyes, regulaciones y sistemas que rigen el producto

Consultar las regulaciones europeas en:

► [eur-lex.europa.eu/es/index.htm](http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm)

Se debe hacer click en “Búsqueda por número de documento” e indicando el año y el número.

### Observación:

*Dadas las constantes actualizaciones que pueden presentarse en las normas indicadas y teniendo en cuenta que los importadores alemanes generalmente aplican normas más estrictas en materia de calidad de la miel que las prescritas en la legislación europea, se recomienda dirigirse directamente al importador, y a las entidades oficiales y/o empresas especializadas indicadas en este informe, para así poder obtener la información detallada, actualizada y completa sobre el contenido de las mismas.*

Las normas para la importación al mercado alemán están reglamentadas por la Directiva sobre miel de Alemania ("Deutsche Honigverordnung") que corresponde a la [Directiva 2001/110/CE](#) de la Unión Europea. Esta Directiva establece los requisitos para las normas de calidad y de etiquetado para miel que se comercializa en la Unión Europea y fue modificada por la [Directiva 2014/63](#).



En esta directiva se determina lo siguiente:

## Denominación, descripción y definición de los productos (Anexo I de la Directiva))

1. La miel es la sustancia natural dulce producida por la abeja *Apis mellifera* a partir del néctar de plantas o de secreciones de partes vivas de plantas o de excreciones de insectos chupadores presentes en las partes vivas de plantas, que las abejas recolectan, transforman combinándolas con sustancias específicas propias, depositan, deshidratan, almacenan y dejan en colmenas para que madure.

2. Las principales variedades de miel son las siguientes:

a) según su origen:

- miel de flores o miel de néctar: es la miel que procede del néctar de las plantas,
- miel de mielada: es la miel que procede en su mayor parte de excreciones de insectos chupadores de plantas (Hemiptera) presentes en las partes vivas de las plantas o de secreciones de las partes vivas de las plantas;

b) según su elaboración o su presentación:

- miel en panal: es la miel depositada por las abejas en los alvéolos operculados de panales recientemente construidos por ellas, o en finas hojas de cera en forma de panal realizadas únicamente con cera de abeja, sin larvas y vendida en panales, enteros o no,
- miel con trozos de panal o panal cortado en miel: es la miel que contiene uno o más trozos de panal,
- miel escurrida: es la miel que se obtiene mediante el escurrido de los panales desoperculados, sin larvas,
- miel centrifugada: es la miel que se obtiene mediante la centrifugación de los panales desoperculados, sin larvas,
- miel prensada: es la miel obtenida mediante la compresión de los panales, sin larvas, con o sin aplicación de calor moderado, de hasta un máximo de 45 °C,
- miel filtrada: es la miel que se obtiene eliminando materia orgánica o inorgánica ajena a la miel de manera tal que se genere una importante eliminación de polen.

3. Miel para uso industrial: es la miel:

a) apropiada para usos industriales o para su utilización como ingrediente de otros productos alimenticios que se elaboran ulteriormente, y

b) que puede:

- presentar un sabor o un olor extraños, o
- haber comenzado a fermentar o haber fermentado, o
- haberse sobrecalentado.

## Características de la composición de la miel (Anexo II de la Directiva)

La miel está compuesta esencialmente de diferentes azúcares, sobre todo de fructosa y glucosa, así como de otras sustancias, como ácidos orgánicos, enzimas y partículas sólidas derivadas de su recolección. El color de la miel puede tener desde un tono casi incoloro a un tono pardo oscuro. Puede tener una consistencia fluida, espesa o cristalizada (en parte o en su totalidad). El sabor y el aroma pueden variar, pero se derivan del origen vegetal.

Cuando sea puesta en el mercado como miel o se utilice en un producto cualquiera destinado al consumo humano, no deberá añadirse a la miel ningún ingrediente alimentario, incluidos los aditivos alimentarios, ni ninguna otra sustancia aparte de miel. La miel debe estar exenta, en la medida de lo posible, de materias orgánicas e inorgánicas ajenas a su composición. Con excepción de lo dispuesto en el punto 3 del



anexo I, no debe tener un gusto o un olor extraño ni haber comenzado a fermentar, presentar un grado de acidez modificado artificialmente, ni haberse calentado de manera que las enzimas naturales se destruyan o resulten poco activas.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso viii) de la letra b) del punto 2 del anexo I, no se podrá retirar de la miel el polen ni ninguno de sus componentes específicos, excepto cuando resulte inevitable en el proceso de eliminación de materia orgánica o inorgánica ajena a la miel.

En el momento de su comercialización como tal o de su utilización en cualquier producto destinado al consumo humano, la miel debe responder a las siguientes características de composición:

<b>1.1. Contenido de fructosa y glucosa (suma de ambas)</b>	
- Miel de flores:	no menos de 60 g/100 g.
- Miel de mielada, mezclas de miel de mielada con miel de flores:	no menos de 45 g/100 g.
<b>1.2. Contenido de sacarosa</b>	
- En general:	no más de 5 g/100 g.
- Falsa acacia ( <i>Robinia pseudoacacia</i> ), alfalfa ( <i>Medicago sativa</i> ), Banksia de Menzies ( <i>Banksia menziesii</i> ), Sulla ( <i>Hedysarum</i> ), Eucalipto rojo ( <i>Eucalyptus camaldulensis</i> ), <i>Eucryphia lucida</i> , <i>Eucryphia milliganii</i> , <i>Citrus spp.</i> :	no más de 10 g/100 g
- Espliego ( <i>Lavandula spp.</i> ), borraja ( <i>Borago officinalis</i> ):	no más de 15 g/100 g:
<b>2. Contenido de agua</b>	
- En general:	no más del 20 %
- Miel de brezo ( <i>Calluna</i> ) y miel para uso industrial:	en general no más del 23 %
- Miel de brezo ( <i>Calluna</i> ) para uso industrial:	no más del 25 %
<b>3. Contenido de sólidos insolubles en agua</b>	
- En general:	no más de 0,1 g/100 g
- Miel prensada:	no más de 0,5 g/100 g.
<b>4. Conductividad eléctrica</b>	
- Miel no incluida en la enumeración precedente, y mezclas de estas mieles:	no más de 0,8 mS/cm
- Miel de mielada y miel de castaño, y mezclas de las mismas, excepto con las mieles que se enumeran a continuación:	no menos de 0,8 mS/cm
- Excepciones: madroño ( <i>Arbutus unedo</i> ), argaña ( <i>Erica</i> ), eucalipto, tilo ( <i>Tilia spp</i> ), brezo ( <i>Calluna vulgaris</i> ), ( <i>Leptospermum</i> ), árbol del té ( <i>Melaleuca spp.</i> )	
<b>5. Ácidos libres</b>	
- En general:	no más de 50 miliequivalentes por 1 000 g.
- Miel para uso industrial	no más de 80 miliequivalentes por 1 000 g.
<b>6. Índice diastásico y contenido en hidroximetilfurfural (HMF), determinados después de la elaboración y mezcla</b>	
a) Índice diastásico (escala de Schade)	
- En general, excepto miel para uso industrial:	no menos de 8
- Mieles con un contenido bajo de enzimas naturales (por ejemplo, mieles de cítricos) y un contenido de HMF no superior a 15 mg/kg:	no menos de 3
b) HMF	
- En general, excepto miel para uso industrial:	no más de 40 mg/kg
- Miel de origen declarada como procedente de regiones de clima tropical y mezclas de estas mieles:	no más de 80 mg/kg.



## Seguridad alimentaria y relativas a las normas de higiene, de trazabilidad

La seguridad alimentaria es un tema clave de la legislación alimentaria de la Unión Europea siendo la legislación alimentaria general su marco legislativo. Para garantizar la seguridad alimentaria de la miel y para poder facilitar la adopción de medidas apropiadas en el caso necesario las mieles deben ser rastreables a lo largo de todas las fases de la cadena alimentaria. Un aspecto fundamental para controlar riesgos de seguridad alimentaria consiste en definir los "puntos críticos de control" mediante la aplicación de sistemas documentados de gestión de la seguridad alimentaria, basados en los principios HACCP.

► [https://ec.europa.eu/food/safety/general\\_food\\_law\\_en](https://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law_en)

Asimismo, la importación de los productos de origen animal está sujeta a la presentación de un Documento Veterinario Común de Entrada (DVCE) de acuerdo con las condiciones establecidas en el [Reglamento \(CE\) nro. 136/2004](#).

## 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**, 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.

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 de residuos (LMR) más rigurosos que la reglamentación exigida por la UE. Los métodos de control avanzan mucho técnicamente detectando residuos de plaguicidas en porcentajes cada vez más pequeños.

Durante el control de los límites máximos de residuos el exportador no sólo debe analizar el producto sino también su embalaje porque éste también puede estar contaminado. Dada la complejidad de la regulación actual de la UE, se recomienda consultar con el importador/comprador si tiene otros requerimientos respecto a LMRs o uso de pesticidas.

En enero de 2016 la Unión Europea anunció mediante **Reglamento (UE) 2016/60** de la Comisión cuatro cambios en las normativas relativas al límite máximo de residuos en frutas y vegetales. Se establecieron aumentos específicos de límites máximos de residuos para "clorpirifós", "fosétiles" y varias otras plaguicidas. Por lo tanto, productores de jugos cítricos deben incorporar estos cambios en su cadena de suministro y cooperar con los productores de frutas mediante principios de una gestión integrada de plagas.

El **Reglamento (CE) Nro. 1107/2009** relativo a la comercialización de productos fitosanitarios establece los criterios de aprobación de las sustancias activas que se comercializan en la UE y de la autorización por los Estados miembros de productos de protección fitosanitaria que los contienen. Sustancias activas no pueden ser utilizados en productos de protección fitosanitaria a menos que figuran en la lista positiva de la Unión Europea. Tales sustancias están incluídas en la Base de datos de plaguicidas y sustancias activas aprobadas en la UE (EU Pesticide Database).

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



Mayor información se encuentra en el sitio web del EU-Export Helpdesk:

► [exporthelp.europa.eu](http://exporthelp.europa.eu)

## Productos orgánicos

Por el **Reglamento (CE) Nro. 1235/2008** se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no 834/2007 en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países. Argentina figura en la lista de terceros países de los que se importan productos que pueden comercializarse en la Unión Europea como ecológicos. La norma de producción que se acepta para la Argentina es según la Ley 25.127 sobre la “Producción ecológica, biológica y orgánica”. La autoridad competente es el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria SENASA ([www.senasa.gov.ar](http://www.senasa.gov.ar)) y las autoridades de control y certificación reconocidos son: Food Safety SA ([www.foodsafety.com.ar](http://www.foodsafety.com.ar)), Argencert ([www.argencert.com](http://www.argencert.com)), Letis SA ([www.letis.com.ar](http://www.letis.com.ar)) y la Organización Internacional Agropecuaria OIA ([www.oia.com.ar](http://www.oia.com.ar)).

Los productos ecológicos sólo podrán comercializarse en el mercado de la UE cuando están etiquetados como productos con indicaciones referentes a la producción ecológica, si han sido producidos de acuerdo con las normas de producción establecidas por Reglamento (CE) Nro. 834/2007.

A partir del 1 de julio de 2012 el logotipo ecológico de la Unión Europea debe figurar en todos los alimentos ecológicos envasados. Este indica que los fabricantes de alimentos y los agricultores que les suministran las materias primas cumplen con la normativa que la UE aplica a la producción ecológica.



Al utilizar el logotipo ecológico de la UE, los fabricantes deben incluir también en la etiqueta el número de referencia de la autoridad certificadora y el nombre del productor, transformador o distribuidor que manipuló por última vez el producto. Al lado del logotipo de la UE pueden figurar también las marcas nacionales de certificación ecológica. El logotipo sigue siendo opcional en el caso de los productos no envasados y en el de los importados. Sin embargo, para poder importar productos ecológicos en la UE es preciso que tanto la normativa como las autoridades encargadas de la certificación en el país exportador se hayan reconocido como equivalentes a las de la UE.



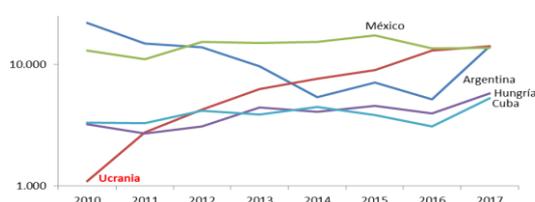
## 6. Importaciones de Alemania de miel natural (0409.0000)

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	Argentina	22.113	64.755	Argentina	14.927	46.219	México	15.352	48.517	México	15.109	50.732
2	México	13.037	40.689	México	11.086	38.266	Argentina	13.946	39.282	Argentina	9.715	29.662
3	Chile	7.421	25.167	Chile	5.330	19.998	China	5.455	11.228	Rumania	7.150	30.848
4	Uruguay	4.907	14.054	China	5.128	10.295	España	5.053	21.516	Ucrania	6.272	17.136
5	Brasil	4.869	14.041	Uruguay	4.700	14.051	Bulgaria	5.019	18.716	Bulgaria	6.097	23.860
6	Bulgaria	4.455	16.249	España	4.258	17.807	Rumania	4.932	19.390	España	5.526	25.544
7	España	3.861	15.211	Brasil	3.629	11.890	Ucrania	4.263	11.264	China	5.349	11.171
8	Rumania	3.834	15.083	Bulgaria	3.534	13.818	Cuba	4.170	12.284	Hungría	4.433	19.215
9	China	3.723	6.349	Cuba	3.304	10.337	Hungría	3.106	13.208	Chile	4.364	15.051
10	Cuba	3.311	9.272	Ucrania	2.759	9.060	Chile	2.930	9.753	Tailandia	3.879	8.841
11	Hungría	3.237	13.468	Hungría	2.701	12.491	Italia	2.859	13.293	Cuba	3.868	11.740
12	India	2.153	5.659	Rumania	2.520	11.183	Brasil	2.580	8.329	Italia	3.230	16.114
13	Italia	2.026	9.466	Italia	2.185	10.757	Tailandia	2.018	4.609	Polonia	1.850	6.161
14	Bélgica	1.620	5.366	Bélgica	1.517	4.337	Polonia	1.743	5.641	Uruguay	1.757	5.939
	Subtotal	80.567	254.829	Subtotal	67.577	230.509	Subtotal	67.084	218.451	Subtotal	78.599	272.014
	Total	90.600	294.441	Total	78.036	272.535	Total	84.417	281.624	Total	90.954	325.340

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	México	15.455	54.999	México	17.429	62.619	México	13.586	34.902	Argentina	14.097	37.169
2	Ucrania	7.662	22.339	Ucrania	9.013	23.129	Ucrania	13.103	45.431	Ucrania	14.095	28.078
3	China	7.470	15.136	China	7.743	16.409	China	12.891	29.271	México	13.712	44.412
4	Argentina	5.377	18.908	Argentina	7.083	25.001	Argentina	5.179	11.434	Hungría	5.780	22.814
5	Tailandia	5.298	12.604	Chile	6.532	26.661	Chile	4.900	19.962	Cuba	5.258	14.043
6	Cuba	4.498	14.408	Rumania	5.189	21.991	Rumania	4.783	14.520	Bulgaria	4.771	19.298
7	España	4.312	22.496	Bulgaria	4.636	18.274	Bulgaria	4.225	17.010	China	4.553	10.003
8	Bulgaria	4.304	17.894	Hungría	4.594	19.384	Hungría	3.958	15.894	España	4.327	20.573
9	Hungría	4.065	20.088	España	3.887	18.458	España	3.282	12.364	Rumania	4.154	16.143
10	Rumania	3.925	18.701	Cuba	3.836	11.765	Cuba	3.081	8.704	Chile	3.716	12.238
11	Chile	3.843	15.243	Tailandia	2.642	6.702	Tailandia	2.694	13.345	Italia	2.572	13.370
12	Italia	3.227	17.552	Italia	2.566	12.503	Italia	1.966	5.397	Turquía	2.107	8.554
13	Uruguay	3.079	10.901	Uruguay	2.431	8.379	Uruguay	1.660	6.136	Uruguay	1.784	4.971
14	El Salvador	1.609	5.823	Brasil	2.415	9.135	Brasil	1.069	5.039	Polonia	1.441	4.615
	Subtotal	35.965	111.382	Subtotal	79.995	280.410	Subtotal	76.376	239.409	Subtotal	82.366	256.281
	Total	85.486	320.627	Total	90.520	332.300	Total	84.287	279.094	Total	90.250	302.478

País	2015				2016				2017			
	Part. % t	Part. % USD	Var. % 14-15 t	Var. % 14-15 \$	Part. % t	Part. % USD	Var. % 15-16 t	Var. % 15-16 \$	Part. % t	Part. % USD	Var. % 16-17 t	Var. % 16-17 \$
Argentina	7,8	7,5	31,7	32,2	6,1	4,1	-26,9	-54,3	15,6	12,3	172,2	-42,6
Ucrania	10,0	7,0	17,6	3,5	15,5	16,3	85,0	81,7	15,6	9,3	7,6	742,9
México	19,3	18,8	12,8	13,9	16,1	12,5	91,8	39,6	15,2	14,7	0,9	9,1
Hungría	5,1	5,8	13,0	-3,5	4,7	5,7	-44,1	-36,4	6,4	7,5	46,0	69,4
Cuba	4,2	3,5	-14,7	-18,3	3,7	3,1	-56,5	-65,2	5,8	4,6	70,7	51,5
Bulgaria	5,1	5,5	7,7	2,1	5,0	6,1	-40,4	-32,0	5,3	6,4	12,9	18,8
China	8,6	4,9	3,7	8,4	15,3	10,5	82,0	17,1	5,0	3,3	-64,7	57,6
España	4,3	5,6	-9,9	-17,9	3,9	4,4	-53,7	-50,5	4,8	6,8	31,8	35,3
Rumania	5,7	6,6	32,2	17,6	5,7	5,2	-32,5	-41,9	4,6	5,3	-13,2	7,0
Chile	7,2	8,0	70,0	74,9	5,8	7,2	-30,8	-20,2	4,1	4,0	-24,2	-51,4
Italia	2,8	3,8	-20,5	-28,8	2,3	1,9	-72,2	-78,4	2,8	4,4	30,8	41,2
Turquía	1,3	1,6	-4,9	-15,7	1,1	1,5	-86,4	-83,1	2,3	2,8	118,5	169,7
Uruguay	2,7	2,5	-21,0	-23,1	2,0	2,2	-76,6	-75,5	2,0	1,6	7,5	-64,6
Subtot.	84,1	81,2	11,2	5,8	87,3	80,7	938,8	800,9	89,7	83,2	10,0	6,5
Total	100,0	100,0	5,9	3,6	100,0	100,0	1.090,0	1.016,3	100,0	100,0	7,1	2,7

### Importaciones por principales países (toneladas) en comparación con la Argentina



Argentina: Repunte significativo en las exportaciones a Alemania a partir de 2016.

México es el proveedor más importante por Alemania con un promedio de unas 14.000 toneladas exportadas.

Hungría: Es el proveedor europeo más importante para Alemania.

Cuba pudo posicionarse en el mercado como cuarto país no europeo.

Ucrania: Aumentó su volumen de miel con destino Alemania por trece en el periodo contemplado.

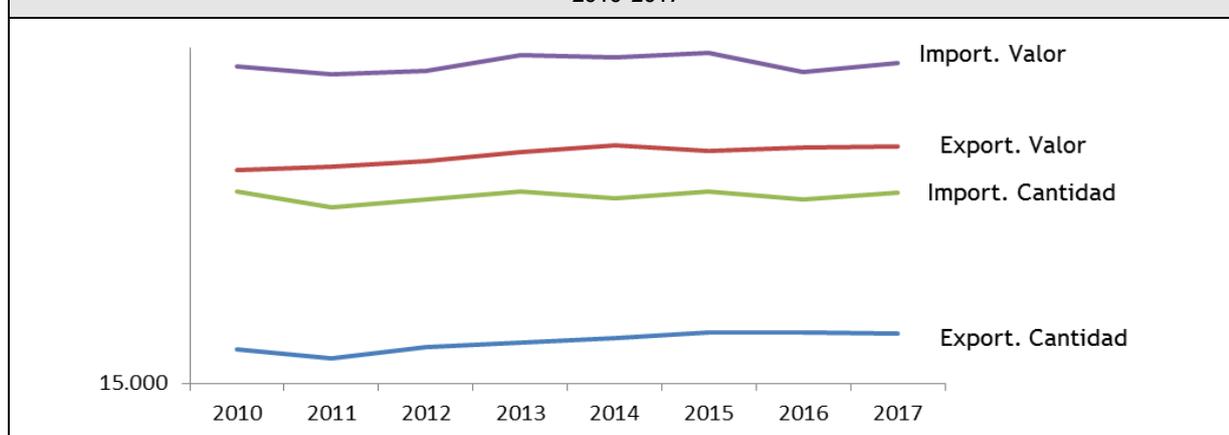
Fuente: Elaboración Consulado General en Hamburgo en base a cifras de Oficina Alemana de Estadísticas.\* Los valores se basan en precios CIF (frontera alemana)



## Balanza comercial alemana para miel (0409.000)

Año	Exportaciones (2010-2017)		Importaciones (2010-2017)		Principales Orígenes 2017		Principales Destinos 2017	
	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	Cantidad (en t)	Valor* (1000 USD)	País	Cant. (en t)	Import. por países (USD)	Cant. (en t)
2010	20.580	111.517	90.600	294.441	Argentina	14.097	Francia	3.877
2011	19.025	115.144	78.036	272.535	Ucrania	14.095	Holanda	2.900
2012	21.111	121.267	84.417	281.624	México	13.712	Austria	2.096
2013	21.921	130.949	90.954	325.340	Hungría	5.780	Suiza	1.812
2014	22.871	140.853	85.486	320.627	Cuba	5.258	Arabia Saud.	1.470
2015	24.135	132.374	90.520	332.300	Bulgaria	4.771	España	1.235
2016	24.116	136.848	84.287	279.094	China	4.553	Gran Bret.	979
2017	23.908	138.659	90.250	302.478	España	4.327	Rep.Checa	976

2010-2017



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).

Alemania presenta una balanza comercial negativa en el rubro de la miel, con una importación total aproximada de 86.800 toneladas con un valor de unos 300 millones de USD y una exportación de 22.200 toneladas por un valor de 128 millones de USD como promedio en el período de 2010-2017. Los principales países de destino de la exportación alemana en 2017 fueron: Francia, Holanda, Austria, Suiza, Arabia Saudita, España, Gran Bretaña y la República Checa.



## 7. Niveles de precios

### 7.1 Nivel importador

Año / País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Valor (en USD por kg)							
Argentina	2,93	3,10	2,82	3,05	3,52	3,53	2,21	2,64
Ucrania	3,03	3,28	2,64	2,73	2,92	2,57	3,47	1,99
México	3,12	3,45	3,16	3,36	3,56	3,59	2,57	3,24
Hungría	4,16	4,62	4,25	4,33	4,94	4,22	4,02	3,95
Cuba	2,80	3,13	2,95	3,04	3,20	3,07	2,83	2,67
Bulgaria	3,65	3,91	3,73	3,91	4,16	3,94	4,03	4,04
China	1,71	2,01	2,06	2,09	2,03	2,12	2,27	2,20
España	3,94	4,18	4,26	4,62	5,22	4,75	3,77	4,75
Ø Subtotal	3,20	3,44	3,26	3,54	3,72	3,55	3,06	3,11
Ø Total	3,25	3,49	3,34	3,58	3,75	3,67	3,31	3,35
2010-2017								
Precios por principales países (USD/kg)								
El precio aproximado de las importaciones provenientes de Argentina era menor 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)

### 7.2 Nivel de precios minorista

El nivel de precios interno para la miel importada se ve regido por el precio de importación. Las empresas importadoras suelen recurrir a mezclas con mieles de distintos orígenes para homogeneizar sus productos. Esto les permite no sólo mejorar la calidad de la miel ofrecida al mercado, sino que también estabilizar el precio. Por ello, es muy común ver en la etiqueta posterior, que se hace referencia al lugar de origen con: la indicación : Proveniente de países de la EU y de otros orígenes.

Nombre en alemán, tipo, origen	Marca	Envase y peso	Tienda	Precio en EUR por unidad	EUR por 500 g.
"Wald-Honig" (miel del bosque) Origen: países UE y no UE	Bihophar	Frasco de plástico de 500 g.	Rewe	jun.18: 4,89 nov.14: 4,99	4,89
"Echter Deutscher Blütenhonig" (miel multifloral) Origen: Alemania	Bihophar	Frasco de plástico de 500 g.	Rewe	jun.18: 6,99 nov.14: 4,99	6,99
Miel organica multifloral. Origen: países UE y no UE	Bihophar	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	jun.18: 6,29	6,29
"Honig aus Südfrankreich" Miel del sur de Francia. Origen: Francia	Bihophar	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 5,79	5,79
"Wabenquell Gebirgs-Blüten-Honig" (miel del panal). Origen: países UE y no UE	Bihophar	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	jun.18: 5,29 nov.14: 4,49	5,29
"Blüten-Akazien-Honig" (miel de acacia) Origen: países UE y no UE	Bihophar	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	jun.18: 5,49 nov.14: 5,99	5,49
"Spanischer Citrusblüten-Honig" Miel de flores de cítricos. Origen: España	Bihophar	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 5,79	5,79
"Nordischer Sommer Dänischer Honig" (miel danesa de verano) Origen: Dinamarca	Breitsamer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 4,49	4,49
"Waldhonig aus dem Piemont" (Miel del bosque de Piemonte) Origen: Italia	Breitsamer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 5,99	5,99



# Miel Natural en Alemania

"Honig von Akazien- und Frühlingsblüten" (Miel de acacia) Origen: Alemania	Breitsamer	Botella dosificadora plástica de 350 g.	Rewe	nov.14: 4,59	6,56
"Pinienhonig aus der Ägäis" (miel de pino) Origen: Turquía	Breitsamer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 5,99	5,99
"Sonnenblume Honig" (Miel de girasol) Origen: Alemania	Breitsamer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 5,49	5,49
"Rapsblüte" (miel de colza) Origen: UE	Breitsamer	Frasco de vidrio de 500g	Rewe	jun.18: 6,99	6,99
"Alpenhonig Wald" (miel de los alpes) Origen: Alemania	Breitsamer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 8,99	8,99
"Rapshonig" (miel de colza) Origen: países de la UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 250 g.	Rewe	jun.18: 2,79 nov.14: 2,69	5,58
"Bienenhonig Goldbiene" (miel líquida). Origen: países UE y no UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 125g	Rewe	jun.18: 1,99	7,96
"Rapshonig" (miel de colza) Origen: países de la UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 125 g.	Rewe	jun.18: 1,59	6,36
"Akazienhonig" (miel de acacia) Origen: países de la UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 5,49	5,49
"Akazienhonig" (miel de acacia) Origen: países de la UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 250 g.	Rewe	jun.18: 2,79	5,58
"Heidehonig" (miel de brezal) Origen: Alemania	Dreyer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	jun.18: 9,49 nov.14: 8,79	9,49
"Wildblütenhonig" (miel de flores silvestres) Origen: países UE y no UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	jun.18: 4,69 nov.14: 4,49	4,69
"Waldhonig" Miel del bosque. Origen: países UE y no UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	jun.18: 5,29 nov.14: 4,89	5,29
"Honig Kaltgeschleudert" (miel cremosa) Origen: países UE y no UE	Dreyer	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	jun.18: 4,69	4,69
"Blütenhonig" (miel de flores) Origen: Alemania	Dreyer	Frasco de vidrio de 125 g.	Rewe	jun.18: 1,59	6,36
"Bio Waldhonig" (miel orgánica del bosque) Origen: Alemania	Edeka	Frasco de vidrio de 350 g.	Edeka	nov.14: 3,19	4,56
"Bio Orangenblüten-Honig" (miel orgánica de naranjo) Origen: México	Gepa	Frasco de vidrio de 350 g.	Rewe	nov.14: 4,79	6,84
"Bio Honig Flor de Acahual" (miel orgánica de acahual) Origen: México	Gepa	Frasco de vidrio de 350 g.	Rewe	nov.14: 4,99	7,13
"Bio Eukalyptushonig" (flor orgánica de eucalipto). Origen: Uruguay	Gepa	Frasco de vidrio de 350 g.	Rewe	nov.14: 4,99	7,13
"Bio Honig aus Nicaragua" (miel orgánica de Nicaragua) Origen: Nicaragua	Gepa	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 4,99	4,99
"Flotte Biene Gebirgsblüten Honig" (miel de flor de la montaña) Origen: Alemania	Langnese	Botella dosificadora plástica de 250 g.	Edeka	nov.14: 3,19	6,38
"Feine Auslese Landhonig" (miel de campo) Origen: Alemania	Langnese	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe Edeka	jun.18: 3,99 nov.14: 4,79	3,99
"Feine Auslese Sommerblüten Honig" (miel de flores de verano) Origen: Alemania	Langnese	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe Edeka	jun.18: 3,99 nov.14: 4,79	3,99
"Flotte Biene Wildblüten Honig" (miel de flor silvestre) Origen: Alemania	Langnese	Botella dosificadora plástica de 500 g.	Edeka	nov.14: 4,99	4,99
"Flotte Biene Wildblüten Honig" (miel de flor silvestre) Origen: Alemania	Langnese	Botella dosificadora plástica de 250 g.	Rewe	jun.18: 2,99	5,98
"Flotte Biene Wald- mit Blütenhonig" (miel del bosque) Origen: Alemania	Langnese	Botella dosificadora plástica de 500 g.	Edeka	nov.14: 4,99	4,99
"Waldhonig" (miel del bosque) Origen: países UE y no UE	Langnese	Botella dosificadora plástica de 250 g.	Rewe	jun.18: 3,79	7,58



"Bioblütenhonig" (miel multifloral orgánica) Origen: países UE y no UE	Langnese	Botella plastica dosificadora 250 g.	Rewe	jun.18: 2,99	5,98
"Fairtrade Blütenhonig" (miel multifloral de comercio justo) Orígenes: México, Argentina, Chile, Guatemala y Hungría.	Langnese	Botella plastica dosificadora 250 g.	Rewe	jun.18: 2,99	5,98
"Wildblütenhonig" Miel de flores silvestres. Origen: países UE y no UE	Langnese	Botella plastica dosificadora de 500 g.	Rewe	jun.18: 5,49	5,49
"Lavendelhonig" (miel de lavanda) Origen: Francia	Lune de miel	Frasco de vidrio de 375 g.	Rewe	nov.14: 6,99	9,32
"Lavendelhonig" (miel de lavanda) Origen: Francia	Rewe	Frasco de vidrio de 250 g.	Rewe	jun.18: 5,49	10,98
"Bio Vielblütenhonig" (miel orgánica multifloral) Origen: Alemania	Rewe	Frasco de vidrio de 500 g.	Rewe	nov.14: 3,79	3,79
"Bio Akazienhonig" (miel orgánica de acacia) Origen: Alemania	Rewe Bio	Botella dosificadora plástica de 350 g.	Rewe	jun.18: 5,79 nov.14: 5,49	8,27

Fuente: Encuesta realizada por el Consulado General en Hamburgo

## 8. Producción local

Posición	Unidad	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nro.de colmenas	1.000	685	695	699	709	737	772	822	877
Rendimiento p/colm.	kg.	33,8	37,2	25,6	26,4	27,4	30,3	26,3	32,6
Producción	1.000t	23,2	25,8	17,9	19,0	20,2	23,4	21,6	28,6
Importación	1.000t	90,6	78,0	84,4	91,0	85,5	90,5	84,3	87,8
Exportación	1.000t	20,6	19,0	21,1	21,9	22,9	24,1	24,1	21,9
Consumo humano	1.000t	93,2	84,8	81,2	88,0	82,8	89,8	81,8	94,5
per cápita	g.	1.161	1.057	1.010	1.092	1.023	1.102	993	1.144
Autoabastecimiento	%	25	30	22	22	24	26	26	30

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

Alemania cuenta con aproximadamente:

130.000 apicultores

877.000 colmenas

> 28.000 t de miel producidas por año (el 20 % del consumo en Alemania)

Apicultores alemanes según su número de colmenas:

0-25 colmenas:	el 96 % de los apicultores
26-50 colmenas:	3 % de los apicultores
más de 50 colmenas:	1 % de los apicultores

En 2017 según estudios de la Asociación de Apicultores Alemanes se registraron unas 877.000 colmenas, nuevamente un 7 % más que en el año anterior. La tendencia de un aumento de las cifras de colmena continúa.

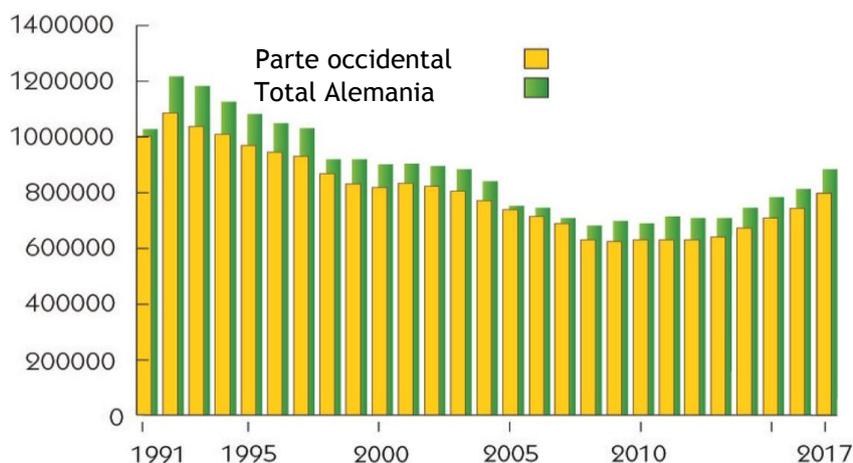
El rendimiento por colmena en 2017 ascendió a 32,6 kg. y sobrepasa el valor promedio de los últimos cinco años en casi un 20 % y el resultado del año pasado incluso en un 24 %. Los Estados Federados más productivos son Baviera con 6.450 t seguido por Baden Wurtemberg con 4.183 t.



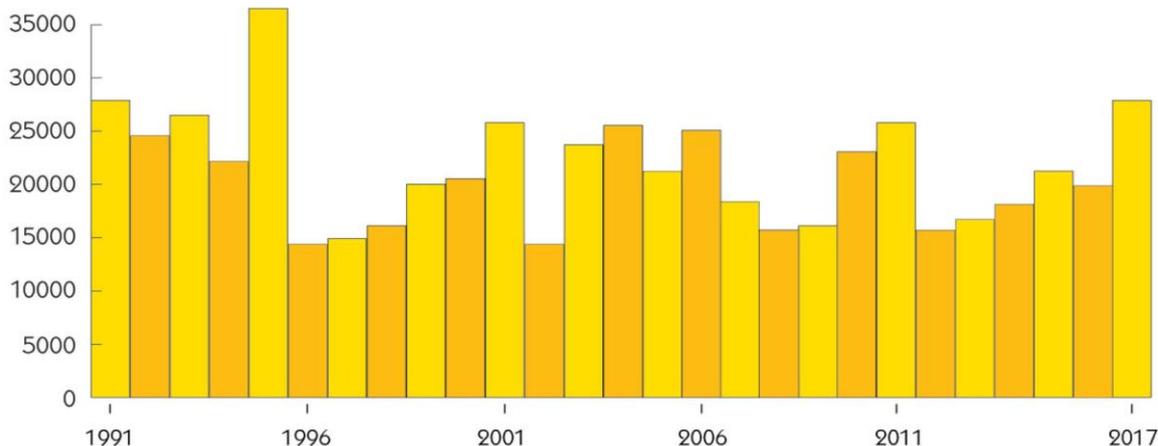
Sigue siendo una gran amenaza para el sistema ecológico la varroa invasiva que es la razón principal de la disminución de la población de abejas de los últimos años.

El consumo humano de miel ascendió en 2017 a 94.500 t, un 8 % por encima del promedio anual de los últimos cinco años y un 15 % por encima de 2016. El consumo per cápita de 1.144 g. de miel supera en un 15 % el nivel de consumo que había en 2016. El nivel de autoabastecimiento fue de un 30 % alcanzando nuevamente el nivel del año 2011.

## Número de colmenas al 31 de diciembre



## Producción de miel en Alemania (en toneladas)



Fuente: Asociación Federal de Apicultores (estado: diciembre de 2017)

A pesar del moderado volumen de producción interna, existe un gran número de productores los que hacen bastante lobby, logrando vender sus productos a mayores precios que las mieles importadas y usualmente en forma directa. Sin perjuicio de ello, solamente 1 % de los apicultores opera en forma profesional.



## 9. Consumo

Alemania es líder mundial en el consumo de miel. Anualmente se consumen alrededor de 85.000 kilos de miel en total, y 1 kilo per cápita. El consumo de miel en Alemania ha sido estable, a pesar del aumento de los productos básicos y los precios al consumidor.

Según los resultados de una encuesta realizada por el Ministerio Federal de Alimentación, Agricultura y Protección del Consumidor en mayo de 2013, para el 78% de los consumidores alemanes, es importante que la miel provenga de Europa. El 73% de los consumidores alemanes admite que presta atención a los productos alemanes y el 67% prefiere sobre todo la miel de su región de origen.

Según la opinión de los alemanes, las abejas no sólo son importantes para la polinización de los cultivos y la producción de miel, sino también para la conservación de la biodiversidad (94 %), la producción de cera (65%), para curar enfermedades (60%) y para la producción de cosméticos (37 %). En Alemania cerca de 550 especies de abejas nativas se emplean para realizar importantes tareas para el ecosistema, la horticultura y la agricultura.

**Selección de variedades de mieles disponibles en el mercado alemán:**

### Mieles convencionales

Tipo de miel	Origen
Miel de acacia (Akazienhonig)	Bulgaria, China, Alemania, India, Croacia, Rumania, Hungría, Moldavia
Miel destinada a la industria (Backhonig)	Países comunitarios y no comunitarios
Miel de flores (Blütenhonig)	Bulgaria, Alemania, Estonia, India, Croacia, Austria, Polonia, Rumania, Suecia, Eslovaquia, República Checa, Hungría, Vietnam, España, China
Miel de flores 25 mm	Argentina, China, Uruguay
Miel de flores 34 mm	Argentina, China, Uruguay
Miel de flores 50 mm	Argentina, China, Uruguay
Miel de flores 70 mm	Argentina, Uruguay
Miel de alforfón (Buchweizenhonig)	Polonia, Ucrania
Miel de castaño (Edelkastanienhonig)	Alemania, Italia, Eslovaquia, España
Miel de eucalipto (Eukalyptushonig)	Argentina, Australia, India
Miel de flor de brezo (Heide-Blütenhonig)	Alemania, Noruega, Holanda, Polonia, España, Suecia
Miel de Calluna (Heidehonig / Calluna)	España, Noruega, Holanda, Polonia, España, Suecia, Dinamarca
Miel de Erica (Heidehonig / Erika)	España
Miel de brezo de panal (Heide-Wabenhonig)	Suecia
D v	Vietnam
Miel de Kamahi (Kamahihonig)	Nueva Zelanda
Miel de trébol (Kleehonig)	Argentina, Nueva Zelanda
Miel de espliego (Lavendelhonig spica)	Francia, España
Miel de árbol de té (Lederbaumhonig)	Tasmania
Miel de tilo (Lindenhonig)	Bulgaria, China, Alemania, Croacia, Rumania, Hungría
Miel de litchi (Litschihonig)	Tailandia
Miel Longan (Longanhonig)	Tailandia



Miel de loto (Lotus-Kleehonig)	Argentina
Miel de diente de león (Löwenzahnhonig)	Alemania, Estonia, Austria, Suecia
Miel Manuca (Manukahonig)	Nueva Zelanda
Miel de naranjo (Orangenhonig)	México, Portugal, España
Miel de pino (Pinienhonig)	Grecia
Miel de Pohutukawa (Pohutukawahonig)	Nueva Zelanda
Miel de colza (Rapshonig)	Bulgaria, China, Alemania, Croacia, Austria, Polonia, Rumania, Eslovaquia, República Checa, Hungría
Miel de Rewarewa (Rewarewahonig)	Nueva Zelanda
Miel de romero (Rosmarinhonig)	España
Miel de girasol (Sonnenblumenhonig)	Francia, Ucrania, Rumania
Miel de tomillo (Thymianhonig)	Nueva Zelanda, España
Miel de tiaca (Tiacahonig)	Chile
Miel de ulmo (Ulmohonig)	Chile
Miel de flores del bosque (Waldblütenhonig)	Alemania
Miel de bosque (Waldhonig)	Argentina, Australia, Bulgaria, Alemania, India, Italia, Nueva Zelanda, Austria, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovaquia, España, República Checa, Italia
Miel de abeto (Weißtannenhonig)	Alemania, Polonia, Eslovaquia, República Checa
Miel de Yucatán (Yucatanhonig)	México
Miel de zarzamora (Brombeerhonig)	Australia
Miel de cilantro (Korianderhonig)	Bulgaria
Miel de lavanda (Lavendelhonig)	Francia
Miel de abeto rojo (Rottannenhonig)	Grecia
Miel de abeto blanco (Weisstannenhonig)	Croacia

## Mieles orgánicas

Miel orgánica de acacia (Bio-Akazienhonig)	Hungría, Rumania
Miel orgánica de flores (Bio-Blütenhonig)	Argentina, India, Uruguay, Hungría, Cuba
Miel orgánica destinada a la industria (Bio-Backhonig)	India
Miel orgánica de Calluna (Bio-Callunahonig)	Francia
Miel orgánica de eucalipto (Bio-Eukalyptushonig)	Australia, India
Miel orgánica de Kamahi (Bio-Kamahihonig)	Nueva Zelanda
Miel orgánica de castaño (Kastanienhonig)	España, Italia
Miel orgánica de trébol (Bio-Kleehonig)	Nueva Zelanda
Miel orgánica de árbol de té (Lederbaumhonig)	Tasmania
Miel orgánica de tilo (Lindenhonig)	Hungría, Rumania
Miel orgánica Manuca (Manukahonig)	Nueva Zelanda
Miel de orgánica tomillo (Thymianhonig)	Nueva Zelanda
Miel orgánica de bosque (Waldhonig)	España, Italia



## Características del consumo

En general el consumidor alemán prefiere la miel líquida. El color varía según el color botánico, pero en el caso de las mieles mezcladas, los colores más populares parecen ser el ámbar claro o extraclaro. El consumidor del norte de Alemania prefiere mieles “ligeras”, de color pastel (Extra Light Amber), mientras el del sur se inclina por mieles oscuras con gustos fuertes.

Las mieles monoflorales, como la acacia, son cada vez más demandadas. Se esperan para las mismas las mayores tasas de crecimiento en el futuro próximo.

El color de la miel con mayor aceptación en el mercado alemán es el de 50 mm. También se venden colores más oscuros, de hasta 114 mm. La miel de mesa representa el 80-85% del consumo total. Se utiliza para untar el pan, pero también como edulcorante en la repostería casera. Por lo general, el consumo de miel en este mercado se incrementa en el invierno, ya que la miel suele utilizarse como endulzante del té y para productos de panadería.

La marca “Langnese” ocupa un lugar muy importante en los supermercados alemanes, ofreciendo mieles líquidas y cremosas, mieles mezcladas y monoflorales, como acacia, trébol y colza.

El consumidor alemán en general no advierte que la gran mayoría de la miel que se consume en Alemania es un producto importado. La organización gremial de los Apicultores alemanes (Deutscher Imkerbund) realiza un marketing sumamente eficaz, empleando su propio logo y un sistema de trazabilidad por cada productor con número de autorización registrada y dirección.

Las principales empresas que envasan miel para supermercados trabajan con miel de producción mundial. Desde el año 2004 estas empresas están obligadas a indicar el origen del producto en el envase. Algunas intentan utilizar el origen en su estrategia de marketing. De esta manera, se promociona miel de Francia (miel de lavanda), de México (Lacadonia) y de otros orígenes. Como el consumidor alemán se muestra interesado en sabores genuinos de otros países, esta estrategia funciona exitosamente.

## 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.

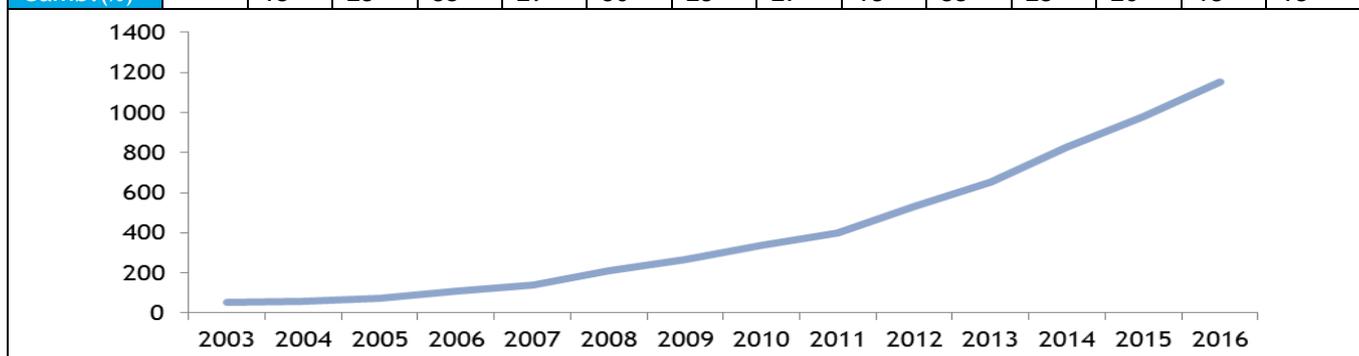


La importancia del comercio justo en Alemania ha crecido enormemente en los últimos años, alcanzando una cifra de negocios de 978 millones de Euros en el año 2015. El logotipo Fairtrade es el logo más famoso en Alemania. Productos con estos símbolos se pueden encontrar particularmente en supermercados, 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

## Volúmenes de venta de miel de “comercio justo” en Alemania (en toneladas)

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2012	2016
412	377	355	334	363	440	400	544	502	1.319	1.244

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

## Salud y el bienestar

La búsqueda de la protección de la salud y el bienestar son mega tendencias en el mundo para el sector alimentario, lo que también influye en el mercado para miel natural.

## Convenience food

Otra tendencia en la alimentación alemana es una creciente demanda en los productos del segmento “convenience food” (término que se utiliza también en idioma alemán), que abarca platos preparados envasados y listos para ser servidos y consumidos, con un mínimo de esfuerzos y poco tiempo de preparación. Ingredientes frescos y no procesados, se reemplazan por productos que requieren menos tiempo para ser preparados. Sobre todo los consumidores jóvenes, que muchas veces llevan un estilo de vida que ha creado esta demanda.



## 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 miel 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 mieles orgánicas se mantendrá en los próximos años. Por ello, los importadores locales manifiestan casi en forma unánime el interés en ofertas para este segmento sin limitarse en algunos parámetros debido a que para cualquier tipo y calidad de miel orgánica existe suficiente demanda. También mostraron interés en las mieles cremosas de producción orgánica debido a que Ucrania, competidor principal para esas calidades, casi no produce mieles orgánicas.

En el sector orgánico subsiste además la otra ventaja grande que las fluctuaciones de precio típicas para el mercado de miel no tienen tanta importancia. Además la mentalidad de los consumidores locales con respecto al medio ambiente ha hecho aumentar los precios para la miel orgánica en un 30 a 40 % más elevadas en comparación a la miel convencional.

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)

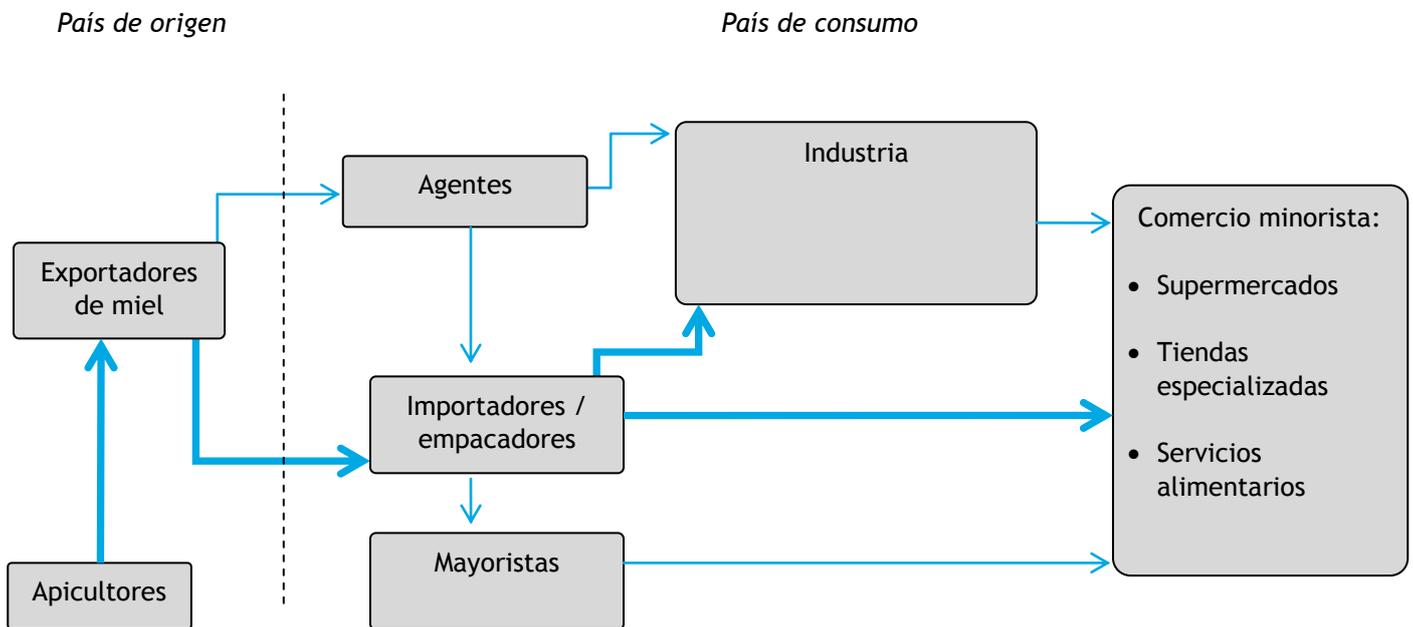
Existen dos tipos de canales de distribución para productos orgánicos: supermercados y tiendas que tienen exclusivamente productos orgánicos y comercio minorista convencional, que tiene un limitado número de alimentos certificados. En el primer grupo, por ejemplo, Supermercados bio, existe una gran variedad 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)



## 10. Canales de comercialización más usuales



En general, se pueden diferenciar tres canales de venta. Los importadores son los principales actores iniciales para los tres canales:

- 1 Los importadores envasan la miel para las grandes cadenas de comercio minorista. Entre un 50 y un 60 % de la miel en Europa se distribuye por medio de este canal que comercializa principalmente las mieles de mesa incluido los poliflorales y orgánicas.
- 2 Los importadores empacan la miel para usuarios industriales. Entre un 20 y un 30 % de la miel se distribuye por medio de este canal que comprende principalmente la miel más económica.
- 3 Los importadores empacan la miel para mayoristas que venden la miel a tiendas especializadas. Este canal representa entre 10 y 30 % del suministro total en Europa. La mayoría de los productos de valor agregado (como p.ej. mieles orgánicas y monoflorales) se distribuye por medio de este canal.

### Importadores

El producto ingresa al mercado alemán principalmente por medio de importadores especializados e miel natural que las compran principalmente a granel, y las envasan en Alemania con sus marcas o con las marcas propias de supermercados. La miel entra al mercado por medio de un reducido número de 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, el servicio y calidad de la mercadería. Una lista con los contactos de los principales importadores de miel se encuentra en punto 16. de este perfil. Los importadores principalmente cumplen las siguientes funciones:

- » Adquieren mieles de diferentes países de origen.
- » Someten los productos importados a pruebas en propios laboratorios o laboratorios privados como no realizan negocios sin que sea examinada la miel antes por un laboratorio alemán como:
  - ▶ Intertek
  - ▶ Food QS
  - ▶ Eurofins
  - ▶ QSI



## ► Institut Nehring

- » Procesan la miel incluso mezclándola para conseguir un producto homogéneo.
- » Envasan y etiquetan el producto.
- » Distribuyen el producto en el canal retail (comercio minorista) o venden la miel a fabricantes de productos alimenticios que utilizan la miel como un ingrediente.

Debido a que la miel se ha vuelto más escasa durante la última década, los importadores tienen que dedicar más tiempo para obtener la miel en los países de origen. Buscan establecer asociaciones de negocio en diferentes países de origen para diversificar sus fuentes. Su principal desafío consiste en encontrar nuevos proveedores que puedan cumplir sus requisitos muy estrictos. Dedicar muchos de sus recursos a controlar la mercadería por medio de laboratorios especializados para garantizar que la miel no sea adulterada o que no exceda los niveles máximos de residuos como los antibióticos.

## 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/o embotelladores. Por la competencia creciente de agentes e importadores, el número de mayoristas distribuidoras está disminuyendo.

## Industria de productos alimenticios

La industria alimentaria es el otro gran segmento para la miel y comprende entre 20 y 30 % del mercado. La miel destinada a la industria se utiliza en las industrias panadera, pastelera y de cereales. La miel utilizada por la industria alimentaria a menudo es de menor calidad que la que se compran los consumidores finales.

## Comercio minorista

La mayor cantidad de miel comercializada en el mercado (70-75 %) se distribuye a los consumidores mediante el canal de comercio minorista. Las empresas que forman parte del segmento del comercio minorista casi no compran las mieles 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, Netto, etc.).
- » Grandes grupos de distribución que tienen su propio grupo de compra y comercializan el producto con su propia marca. En Alemania son:
  - Metro ([www.metro.com](http://www.metro.com))
  - Edeka ([www.edeka.de](http://www.edeka.de))
  - Kaiser's ([www.kaisers.de](http://www.kaisers.de))
  - Rewe ([www.rewe.de](http://www.rewe.de))



Debido a su tamaño, estas cadenas de comercio minorista tienen un considerable poder de adquisición lo que les permite crear sus propias marcas privadas además de las marcas que pertenecen a los empaques de miel. Las mieles de marcas privadas generalmente se venden a precios muy competitivos. Los empaques trabajan normalmente con este segmento y por otro lado producen las mieles con su propia marca con un valor mayor posicionándolos como productos premium.

Una considerable proporción de productos premium como mieles monoflorales, orgánicas y de comercio justo se comercializa en tiendas especializadas.



En supermercados de la cadena de supermercados REWE se puede apreciar gran variedad de tipos de miel, formatos y procedencias.



En el supermercado ALDI, las mieles se presentan en cajas apiladas una sobre otra y no hay gran variedad de marcas, sólo se encuentra una orgánica con la marca privada "Gut Bio".

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

## 11. Principales centros de consumo del producto

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

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

Estado Federal	Extensión (km <sup>2</sup> )	Población	Densidad (hab. / km <sup>2</sup> )	Capital
Baden-Wurtemberg	35.751	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



# Miel Natural en Alemania

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)



## 12. Embalajes y formas de presentación

Para la exportación de mieles naturales se utilizan normalmente tambores de hierro de 300 kg. Muchos de los importadores alemanes requieren tambores nuevos para el envío. Solicitan que los tambores generalmente tengan un peso (sin incluir el peso del producto) de al menos entre 16 y 17 kg., ya que los tambores que son demasiado livianos se pueden agrietar fácilmente. Es esencial que los tambores estén pintados con un barniz apropiado para estar en contacto con la miel.



Como envases de venta al por menor de mieles naturales se utiliza en Alemania principalmente los frascos de vidrio o botellas dosificadoras de plástico de 500 g. o de 250 g. embalados en cajas de cartón que contienen por lo general 12 frascos.

Ejemplos de diferentes embalajes utilizados en el mercado alemán de miel.	
Mieles envasadas en botellas dosificadoras de plástico.	Frascos de vidrio de 250 g. o de 500 g.
	
Tambor de 300 kg.	Miel natural en contenedores para líquidos a granel de tamaño intermedio IBC (Intermediate Bulk Container) de 1500 kg.
	



## 13. Principales accesos al mercado

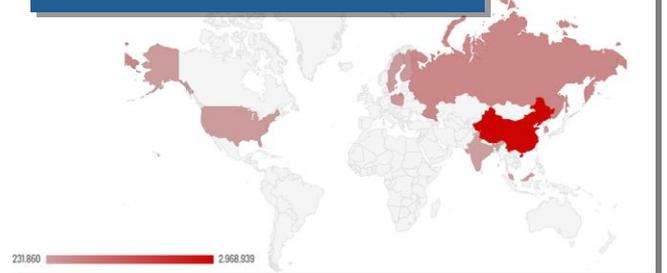
### Transporte marítimo

### Puerto de Hamburgo



- Se expande en una superficie de 74 km<sup>2</sup> (una décima parte de la superficie de la ciudad).
- Es el segundo puerto más grande de Europa. Un 98% de las mercancías son transportadas en contenedores.
- Está ubicado a 100 km tierra adentro, 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 km<sup>2</sup>.

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/](http://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.

## 14. Ferias y exposiciones especializadas

ANUGA - Feria Internacional de Productos Alimenticios y Bebidas	
Ofertas principales	Productos alimenticios, comestibles finos, bebidas, aves, productos lácteos, pesca, alimentos congelados, artículos de carnicería, artículos de panadería y pastelería, pastelería fina, confitería, frutas, verduras, helados, equipos para grandes cocinas, aparatos de grill, catering, franchising.
Lugar del evento Fecha / Periodicidad	Colonia, Renania del Norte Westfalia 05.10.2019 - 09.10.2019 / bienal
Organizador	Koelnmesse GmbH Domicilio: Messeplatz 1, 50679 Köln Tel.: 0049 221 8210 Fax: 0049 221 8213410 E-mail: <a href="mailto:anuga@koelnmesse.de">anuga@koelnmesse.de</a> Web: <a href="http://www.anuga.de">www.anuga.de</a>
Superficie con stands	156.159 m <sup>2</sup> (2017), 154.368 m <sup>2</sup> (2015), 152.194 m <sup>2</sup> (2013), 149.580 m <sup>2</sup> (2011), 147.197 m <sup>2</sup> (2009), 153.483 m <sup>2</sup> (2007), 145.294 m <sup>2</sup> (2005), 138.707 m <sup>2</sup> (2003)
Nro. de expositores	7.405 (2017), 7.189 (2015), 6.627 (2013), 6.409 (2011), 6.230 (2009)
Países importantes	2017: Italia (853 expositores), Alemania (716), España (546), China (543), Turquía (298), Grecia (272), Francia (250), Holanda (241), Polonia (206), Gran Bretaña (205), Bélgica (188), EE.UU. (187), Tailandia (172), Argentina (158), Austria (119), Brasil (115), India (111).
Participación argentina	158 expositores (2017), 138 (2015), 104 (2013), 107 (2011), 117 (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	NürnbergMesse GmbH Domicilio: Messezentrum Localidad: 90471 Nuremberg Tel.: 0049 911 86060 Fax: 0049 911 86068645 E-mail: biofach@nuernbergmesse.de Web: www.biofach.de	
Superficie con stands	52.991 m <sup>2</sup> (2018), 47.751 m <sup>2</sup> (2017), 46.666 m <sup>2</sup> (2016), 45.491 m <sup>2</sup> (2015), 42.469 m <sup>2</sup> (2014), 42.142 m <sup>2</sup> (2013), 44.851 m <sup>2</sup> (2012), 45.418 m <sup>2</sup> (2011), 45.881 m <sup>2</sup> (2010), 50.801 m <sup>2</sup> (2009), 47.076 m <sup>2</sup> (2008), 42.021m <sup>2</sup> (2007).	
Nro. de expositores	3.238 (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	



ISM - Feria internacional de confitería	
Ofertas principales	
Lugar del evento	Colonia, Renania del Norte Westfalia
Fecha / Periodicidad	27.01.2019 - 30.01.2019 / anual
Organizador	Koelnmesse GmbH Domicilio: Messeplatz 1, 50679 Köln Tel.: 0049 221 8210 Fax: 0049 221 8213410 E-mail: anuga@koelnmesse.de Web: www.anuga.de
Superficie con stands	47.507 m <sup>2</sup> (2017), 47.137 m <sup>2</sup> (2016), 46.925 m <sup>2</sup> (2015), 45.246 m <sup>2</sup> (2014), 45.376 m <sup>2</sup> (2013), 45.792 m <sup>2</sup> (2012), 47.218 m <sup>2</sup> (2011), 48.538 m <sup>2</sup> (2010), 50.784 m <sup>2</sup> (2009), 53.456 m <sup>2</sup> (2008), 54.142 m <sup>2</sup> (2007)
Nro. de expositores	1.617 (2017), 1.582 (2016), 1.506 (2015), 1.448 (2014), 1.360 (2013), 1.361 (2012), 1.423 (2011)
Países importantes	2017: Alemania (226 expositores), Italia (171), Bélgica (159), España (120), Francia (91), Gran Bretaña (88), Holanda (83), Turquía (67), Polonia (64), EE.UU. (47), China (41), Bulgaria (40), Grecia (40), Dinamarca (31).
Participación argentina	4 expositores (2017), 5 (2016 y 2015), 4 (2014), 6 (2013), 3 (2012), 4 (2011), 5 (2010)
Visitantes	Profesionales y particulares
Comentarios	La feria Internacional de ISM representa el evento de mayor envergadura del sector de las golosinas y snacks a nivel mundial.

## 15. Asociaciones sectoriales

Honig-Verband e.V.	
Asociación de Miel de Alemania	
Domicilio / (CP) Ciudad	Grosse Bäckerstrasse 4 / (20095) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 3747190 / 0049 40 37471919
E-mail / Página web	info@honig-verband.de / www.honig-verband.de
Contacto	<b>Dr. Helena Melnikov (Gerente)</b>
Comentarios	La página web contiene contactos de importadores de diferentes productos elaborados (frutas en conserva, productos alimenticios congelados, frutas y verduras desecadas, miel, especias, productos orgánicos)

Deutscher Imkerbund e.V.	
Asociación Alemana de Apicultores	
Domicilio / (CP) Ciudad	Villiper Hauptstrasse 3 / (53343) Wachtberg
Teléfono / Fax	0049 228 932920 / 0049 228 321009
E-mail / Página web	deutscherimkerbund@t-online.de / www.deutscherimkerbund.de
Contacto	<b>Sra. Barbara Löwer (gerente)</b>



BVE - Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V.	
Asociación Federal de la Industria Alimenticia Alemana	
Domicilio / (CP) Ciudad	Claire-Waldoff-Strasse 7 / (10117) Berlin
Teléfono / Fax	0049 30 2007860 / 0049 30 200786299
E-mail / Página web	bve@bve-online.de / www.bve-online.de
Contacto	Sr. Christoph Minhoff (Gerente General) / cminhoff@bve-online.de
Comentarios	Organización que tiene como objetivo salvaguardar las perspectivas de futuro de las empresas de la industria alimentaria en Alemania.

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 9420400
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.

## 16. Importadores

Apimiel GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Helgoländer Ufer 7 / (10557) Berlin
Teléfono / Fax	0049 30 26101937 / 0049 30 25797696
E-mail / Página web	info@apimiel.de / www.apimiel.de
Contacto	Sra. Ingrid Beutelspacher (Gerente) / ingrid.beutelspacher@apimiel-gmbh.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Binder International GmbH & Co. KG	
Domicilio / (CP) Ciudad	Otto-Hahn-Strasse 19 / (71083) Herrenberg-Kuppingen
Teléfono / Fax	0049 7032 93510 / 0049 7032 935115
E-mail / Página web	herrenberg@binder-international.com / www.binder-international.com
Contacto	Sra. Gisela Röhm (importación miel) / gisela.roehm@binder-international.com
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



Biokorntakt Vertriebs GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Gradestrasse 94 / (12347) Berlin
Teléfono / Fax	0049 30 62008430 / 0049 30 620084370
E-mail / Página web	info@biokorntakt.de / www.biokorntakt.de
Contacto 1	Sr. Hans-Friedrich Selle (gerente) / h.selle@biokorntakt.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SOLO BIO
¿Comercializa con Argentina?	NO

Breitsamer & Ulrich GmbH & Co. KG	
Domicilio / (CP) Ciudad	Berger-Kreuz-Strasse 28 / (81735) München
Teléfono / Fax	0049 89 4505620 / 0049 89 45056220
E-mail / Página web	info@breitsamer.de / www.breitsamer.de
Contacto 1	Sra. Anja Hellwig (importación) / einkauf@breitsamer.de
Contacto 2	Sra. Ilona Holzhäuer (importación)
Tipo de empresa	Importador, envasador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI
Comentarios	Importan miel a granel (NCM 0409) y una miel envasada desde Canadá.

Boram GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Rhenaniastrasse 35 / (13599) Berlin
Teléfono / Fax	0049 30 41199649 / 0049 30 41199650
E-mail / Página web	/ www.boramhoney.de
Contacto 1	Sr. Önder Cakirci (importación) / import@burambal.com
Contacto 2	Sr. Ibrahim Almaz (importación) / ak@buram.de
Tipo de empresa	Importador, Productor
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	NO

D. Schumacher GmbH & Co. KG	
Domicilio / (CP) Ciudad	Teerhof 59 / (28199) Bremen
Teléfono / Fax	0049 421 5489552 / 0049 421 5489554
E-mail / Página web	mail@dsc-kg.de / www.dsc-kg.de
Contacto	Sr. Dirk Schumacher-Cornehl (gerente) / dirk.schumacher@dsc-kg.de
Tipo de empresa	Agente
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



Deutsche Honig Import GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Alexanderweg 21 / (27324) Eystrup
Teléfono / Fax	0049 4254 370 / 0049 4254 37299
E-mail / Página web	info@deutschehonigImport.de / www.deutschehonigImport.de
Contacto	Sra. Marietta Wilke (importación) / marietta.wilke@DeutscheHonigImport.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Dreyer Bienenhonig GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Auf der Masch 6 / (29525) Uelzen
Teléfono / Fax	0049 581 90800 / 0049 581 18017
E-mail / Página web	info@dreyer-bienenhonig.de / www.dreyer-bienenhonig.de
Contacto	Sr. Henning Dreyer (Gerente) / henning@dreyer-bienenhonig.de
Tipo de empresa	Importador, envasador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Eurohonig GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Krippackerweg 5 / (86932) Pürgen
Teléfono / Fax	0049 8196 934646 / 0049 8196 934644
E-mail / Página web	info@eurohonig.de / www.eurohonig.de
Contacto	Sr. Karl Dieter Söhlemann (Gerente) / eurohonig@t-online.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Felix Himstedt Inhaber Stefan Rieser e.K.	
Domicilio / (CP) Ciudad	Hanfelderstrasse 9 / (82319) Starnberg
Teléfono / Fax	0049 8151 4570 / 0049 8151 28486
E-mail / Página web	info@honig-himstedt.de / www.honig-himstedt.de
Contacto	Sr. Christian Wendt (importación) / cwendt@felix-himstedt.com
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Fürsten-Reform Dr. med. Hans Plümer, Nachfolger GmbH & Co. KG	
Domicilio / (CP) Ciudad	Am Salgenholz 2 / (38110) Braunschweig
Teléfono / Fax	0049 5307 92000 / 0049 5307 920042
E-mail / Página web	info@bihopfar.de / www.bihopfar.de
Contacto 1	Sr. Frank Filodda (importación) / frank.filodda@fuersten-reform.de
Contacto 2	Sra. Andrea Wiertz (importación) / andrea.wiertz@fuersten-reform.de
Tipo de empresa	Importador, envasador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



Heinrich Reinmuth GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Imkerweg 2 / (74821) Mosbach-Sattelbach
Teléfono / Fax	0049 6267 1021 / 0049 6267 6226
E-mail / Página web	info@honig-reinmuth.de / www.honig-reinmuth.de
Contacto	Sr. Heinrich Reinmuth (Gerente)
Tipo de empresa	Importador, envasador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	NO

Honig Mehler GmbH & Co. KG	
Domicilio / (CP) Ciudad	Hauptstrasse 4 a / (54552) Neichen
Teléfono / Fax	0049 2692 92050 / 0049 2692 920550
E-mail / Página web	info@honigmehler.de / www.honigmehler.de
Contacto 1	Sr. Michael Mehler (Gerente)
Contacto 2	Sra. Nuria Vetter (importación Sudamérica)
Tipo de empresa	Importador, Mayorista
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Honig-Wernet GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Forstweg 1-3 / (79183) Waldkirch-Kollnau
Teléfono / Fax	0049 7681 7139 / 0049 7681 1699
E-mail / Página web	info@honig-wernet.de / www.honig-wernet.de
Contacto	Sr. Matthias Wernet (Gerente)
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

J.G. Schütte Honig GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Bornstrasse 16/17 / (28195) Bremen
Teléfono / Fax	0049 421 30420 / 0049 421 3042285
E-mail / Página web	info@jgs.de / www.jgs.de
Contacto	Sr. Ferhat Akgün (miel) / honey@jgs.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Johann Göken Honigversand GmbH & Co. KG	
Domicilio / (CP) Ciudad	Thüler Strasse 67 / (26169) Thüle
Teléfono / Fax	0049 4495 1213 / 0049 4495 415
E-mail / Página web	info@honig-goeken.de / www.honig-goeken.de
Contacto	Sr. Johannes Göken (Gerente) / goeken@honig-goeken.de
Tipo de empresa	Importador, envasador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI



L.W.C. Michelsen GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Michelsenweg 1 / (20537) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 2540550 / 0049 40 25405540
E-mail / Página web	info@michelsen.de / www.michelsen.de
Contacto 1	Sr. Malte Peters (importación) / m.peters@michelsen.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Module Handelsagentur GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Sachsenteor 29/31 / (21029) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 881610841 / 0049 40 881610848
E-mail / Página web	/ www.module-gmbh.de
Contacto 1	Sr. Andreas Kreuzburg (Gerente) / akr@module-gmbh.de
Tipo de empresa	Agente
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

NOREVO GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Völckersstrasse 14-20 / (22765) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 5379790 / 0049 40 537979100
E-mail / Página web	contact@norevo.de / www.norevo.de
Contacto 1	Sr. Jürgen Becker (miel) / j.becker@norevo.de
Contacto 2	Sra. Tanja Germer (cera de abejas) / t.germer@norevo.de
Contacto 3	Sr. Rüdiger Kirsch (representación en la Argentina) / r.kirsch@norevo.de
Tipo de empresa	Importador, Productor
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Raoul Rousso GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Am Eggenkamp 8-10 / (48268) Greven
Teléfono / Fax	0049 2571 5070 / 0049 2571 50751
E-mail / Página web	info@groco.de / www.groco.de
Contacto 1	Sr. Erich Gräber () / egraeber@groco.de
Contacto 2	Sra. Sonja Knoop (hierbas aromáticas) / sknoop@groco.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	NO



Sanova GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Im Nordfeld 30 / (29336) Nienhagen
Teléfono / Fax	0049 5144 2077 / 0049 5144 2070
E-mail / Página web	sanova-honig@gmx.de / www.sanova-honig.de
Contacto	Sr. Sigisfredo Vyhmeister (Gerente) / vyhmeister@sanova-honig.de
Tipo de empresa	Importador
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

STUTE Nahrungsmittelwerke GmbH & Co. KG	
Domicilio / (CP) Ciudad	Abtsbrede 129 / (33098) Paderborn
Teléfono / Fax	0049 5251 1700 / 0049 5251 170104
E-mail / Página web	mail@stute-fruits.de / www.stute-fruits.de
Contacto 1	Sr. Volker Bürmann (importación) / vbuermann@stute-fruits.de
Contacto 2	Sra. Vera von der Wense (importación) / vvonderwense@stute-fruits.de
Tipo de empresa	Importador, Productor
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Tuchel & Sohn GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Hermann-Buck-Weg 6 / (22309) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 6390070 / 0049 40 63900777
E-mail / Página web	tuchel@tuchel-com.de / www.tuchel-com.de
Contacto 1	Sr. Peter Tuchel (miel y cera de abejas) / p.tuchel@tuchel-com.de
Contacto 2	Sr. Jan-Patrik Schlesinger (importación) / j.schlesinger@tuchel-com.de
Tipo de empresa	Importador, Agente
¿Importa prod. orgánicos?	SI
¿Comercializa con Argentina?	SI

Walter Lang GmbH	
Domicilio / (CP) Ciudad	Am Alten Sicherheitshafen 2 / (28197) Bremen
Teléfono / Fax	0049 421 25806000 / 0049 421 28506401
E-mail / Página web	info@biohonig.eu / www.biohonig.eu
Contacto 1	Sra. Cigdem Ercan (importación) / einkauf@biohonig.eu
Contacto 2	Sra. Sandra Manteigas (importación) / einkauf@biohonig.eu
Tipo de empresa	Importador, envasador
¿Importa prod. orgánicos?	SOLO BIO
¿Comercializa con Argentina?	SI



## 17. Recomendaciones para los exportadores argentinos

Hay aproximadamente 50 países que compiten en el mercado alemán de la miel. Y si bien la Argentina mantiene una participación importante en este mercado, es necesario mantener una imagen positiva de la miel argentina. En este sentido, cabe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- » Comercializar volúmenes grandes, ya que el negocio de la miel siempre está sujeto a riesgos por ser un producto con muchas reglamentaciones. Grandes volúmenes se consideran a aquellos con un mínimo de un contenedor de 20 Tn., o preferiblemente varios cientos de toneladas para diversos usos.
- » Los importadores alemanes son muy exigentes con respecto a la calidad y están bien informados de la oferta en el mundo. Por ello, esperan que el proveedor les pueda informar en detalle sobre la calidad de su producto y las medidas adoptadas contra la contaminación („flow chart“ HACCP)
- » Disponer de material promocional en idioma inglés, elaborado en forma profesional (marketing e idioma), así como una página web en ese idioma.
- » Los importadores alemanes trabajan en base a relaciones de confianza con sus proveedores, fruto de un intercambio periódico de cumplimiento de condiciones, plazos y calidades.

El criterio a seguir no puede ser otro que el de adecuar la producción propia a los requerimientos de un mercado cada vez más sofisticado y exigente.

### 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 ANUGA y Biofach (véase punto 14. en este perfil) para la miel orgánica, 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 las revistas especializadas en productos alimenticios del tipo gourmet, para lo que se ofrece la asistencia del Consulado General Argentino en Hamburgo:

À la Carte (Klocke Verlag)	
Productos: gourmet (incluye también vinos)	
Domicilio / (CP) Ciudad	Höfeweg 40 / (33619) Bielefeld
Teléfono / Fax	0049 521 911110 / 0049 521 911112
E-mail / Página web	info@klocke-verlag.de / www.klocke-verlag.de
Contacto / E-mail directo	Sr. Thomas Klocke (Redactor en Jefe)
Comentarios	Revista especializada en productos gourmet. Grupo de lectores: consumidor final. Tirada: 40.000 ejemplares. Periodicidad: mensual.

Der Feinschmecker (Jahreszeiten Verlag GmbH)	
Productos: gourmet (incluye información turística y de vinos)	
Domicilio / (CP) Ciudad	Possmoorweg 2 / (22301) Hamburg
Teléfono / Fax	0049 40 27173380 / 0049 40 27172062
E-mail / Página web	redaktion@der-feinschmecker.de / www.der-feinschmecker-shop.de
Contacto / E-mail directo	Sra. Madeleine Jakits (Redactora en Jefe) / madeleine.jakits@der-feinschmecker.de
Comentarios	Revista especializada en productos gourmet, del sector de vinos y viajes. Grupo de lectores: consumidor final. Tirada: 72.800 ejemplares. Periodicidad: mensual.



## 18. Sitios Web de Interés

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

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

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

### Requisitos y restricciones al ingreso de productos

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

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

### Estadísticas de comercio exterior

Estadísticas de comercio de Alemania

► [www.destatis.de](http://www.destatis.de)

Estadísticas de comercio de la Unión Europea

► [epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb)

Estadísticas de comercio de todo el mundo

► [faostat.fao.org](http://faostat.fao.org)

### Sitios web para encontrar socios comerciales

WER LIEFERT WAS contiene contactos de empresas productoras y distribuidoras.

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

### Información sobre ferias

► [www.auma.de](http://www.auma.de)

### Regulaciones europeas

► [eur-lex.europa.eu/es/index.htm](http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm)