

Guía Comercial

Unión Europea

2023

**Guía práctica para
consultar los requisitos de
acceso al mercado.**

**Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca**



**Ministerio de Economía
Argentina**

UNIÓN EUROPEA

La UE es una Unión Aduanera. Sus 28 países miembros forman un territorio único a efectos aduaneros. Esto significa que no se pagan derechos aduaneros sobre mercancías que se trasladan entre países de la UE, todos aplican un arancel aduanero común para mercancías importadas fuera de la UE, las mercancías que se han importado legalmente pueden circular por toda la UE sin tener que pasar por más controles aduaneros.

NORMAS SOBRE IMPORTACIÓN

- [Normativa agroalimentaria UE](#)
- [Reglamento \(UE\) 2020/2235](#)
- [Reglamento \(UE\) 2019/625](#)
- [Reglamento \(UE\) 2017/625](#)
- [Reglamento \(CE\) 396/2005](#)
- [Reglamento \(CE\) 1881/2006](#)
- [Reglamento \(CE\) 852/2004](#)

TRATAMIENTO ARANCELARIO

Conociendo la posición arancelaria del producto a exportar, se pueden consultar los aranceles y requisitos vigentes en los sitios:

- [Fiscalidad y Unión Aduanera](#)
- [Acceso Mercados](#)
- [Embajada ante la Unión Europea. Ministerio de Relaciones y Culto](#)

REQUISITOS SANITARIOS Y FITOSANITARIOS

La normativa de la UE en materia de seguridad alimentaria se ha creado para proteger la salud humana y los intereses de los consumidores, mientras que el objetivo de la normativa sobre los piensos animales es proteger la salud humana y animal y, en cierto modo, el medio ambiente.

Las importaciones de alimentos deben cumplir, entre otras, las siguientes condiciones generales:

- Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria: todas las fases de la producción de alimentos y piensos y su distribución.

[Reglamento](#)

- Trazabilidad: los importadores de productos alimenticios y piensos deberán identificar y registrar al proveedor en el país de origen.

[Reglamento \(CE\) nº 178/2002, artículo 18](#)

- [Normas generales relativas a la higiene de los productos alimenticios](#) y a la [higiene de los alimentos de origen animal](#).
- [Normas sobre plaguicidas](#), [medicamentos veterinarios](#) y [contaminantes](#) en los alimentos.
- [Normas especiales sobre alimentos y piensos modificados genéticamente](#) y [nuevos alimentos](#).
- Normas especiales sobre determinadas categorías de productos alimenticios (por ejemplo, aguas minerales, cacao o ultracongelados) y alimentos destinados a poblaciones específicas (por ejemplo, lactantes y niños de corta edad)
- [Normas generales de los materiales destinados a estar en contacto con alimentos](#)
- Controles oficiales e inspecciones destinados a asegurar el cumplimiento de la normativa de la UE relativa a alimentos y piensos.

Información detallada se puede obtener en los sitios:

- [Importación, aduanas y normas arancelarias](#)
- [Food Safety](#)

Procedimientos de importación por Estado miembro

La información sobre los procedimientos de importación, los regímenes comerciales, las licencias de importación y las autoridades competentes para la inspección de requisitos específicos en cada Estado miembro se pueden consultar:

[Guía para la importación de mercancías](#)

REQUERIMIENTOS AMBIENTALES

Huella ambiental

[Recomendación de la Comisión de 9 de abril de 2013 \(2013/179/UE\)](#)

Uso de métodos comunes para medir y comunicar el comportamiento ambiental de los productos y las organizaciones a lo largo de su ciclo de vida.

Iniciativa de la Unión Europea para productos ecológicos (Single Market for Green Products Initiative)

La Comisión Europea propone los métodos para medir la huella ambiental para Productos y para la Organización como una forma común de medir el desempeño ambiental.

[Métodos de Huella Ambiental](#)

Iniciativa de la Unión Europea. La huella ambiental 2013-2016 (EF)

Fase piloto: Tiene el objetivo de probar el proceso de elaboración de normas sobre productos y sectores específicos

REQUISITOS DE ETIQUETADO

- [Normas de etiquetado de los alimentos](#)
- [Reglamento de la UE sobre la información alimentaria facilitada al consumidor](#)

TENDENCIAS EN EL PACKAGING Y EL CONSUMO EN ALIMENTOS

- El consumidor europeo realiza sus compras generalmente en forma diaria o semanal, y los locales de provisión se encuentran cerca de sus hogares.
- En muchos países de Europa está presente el Punto Verde. Si éste figura en un envase significa que el envasador del producto ha pagado una cantidad de dinero por cada envase que ha puesto en el mercado, por lo que se incentiva a la población a reciclarlo.
- El poder de compra de Europa Occidental triplica la del Este.
- España, país con las familias más numerosas y Alemania el que tiene más hogares unipersonales.
- Los polacos son los más influidos por las marcas.
- Internet y las tecnologías móviles se utilizan en gran escala como medio interactivo del consumo.
- El modo “Drive” como método de compra es común en Europa oriental. Las compras se realizan online y se recoge el pedido en la tienda o supermercado sin necesidad de bajarte del automóvil; cargan la compra directamente en el baúl del mismo. En Europa occidental esta modalidad está progresando notablemente.

- El consumo de frutas y vegetales en conserva sin aditivos y con bajo contenido calórico, así como los productos de la línea “gourmet”, en envases de vidrio, y con el mayor parecido posible al producto natural”, siguen aumentando su consumo.
- Crecimiento sostenido de la demanda de productos orgánicos.
- Las etiquetas que destacan las cadenas de producción transparentes y productos de origen identificables con ingredientes que rememoran las recetas de la abuela tienen ventajas (etiquetas limpias).
- Las plataformas de alimentos “libres de” (gluten, huevo, alérgenos, fructosa) están ganando terreno.
- El número de personas que consumen carne está disminuyendo, motivados en la salud, bienestar animal, o sostenibilidad ambiental. Se los llama vegetarianos flexibles o flexitarian. Demandan productos con mucho sabor y provocan que la industria aplique más innovación tecnológica.
- Los nuevos procesos tecnológicos que se utilicen necesitan ser explicados en detalle para ser aceptados por el consumidor, ya que los procesos tradicionales como la pasteurización o la fermentación son valorados como naturales y fáciles de entender.
- Destacar la marca de un alimento a través de una historia comunicando los orígenes del producto y la calidad del mismo al consumidor, causa un efecto positivo más allá de la certificación del producto. El trabajador, los insumos y los procesos son tenidos en cuenta. Los productos específicos de una región son valorados.
- Se busca trasladar a los alimentos tradicionales, características nutritivas de los alimentos y bebidas utilizados por los atletas, como ser “proteínas y energía”.
- Nuevos sabores; se buscan que sean bien específicos y se perciben en un mismo producto varios en forma de capas y con distintas texturas.
- Mayor conciencia en la necesidad de consumir más vegetales. Se intensifica el desarrollo de productos para niños y adultos. Con más sabor, como son pastas en base a vegetales.
- Ha disminuido la costumbre de cenar fuera de las casas particulares, por lo que surgió la necesidad de crear alimentos procesados que faciliten la cocina en los hogares, especialmente salsas, aderezos y condimentos.
- Se buscan envases de vidrio o de plástico de paredes delgadas, donde se aprecie el contenido, en contra de los enlatados.

- Porciones pequeñas, para llevar al trabajo, o listos para calentar en el microondas. Los envases del tipo “stand up pouch”, bolsas flexibles, se ven cada vez más.
- Los envases que protegen el contenido y además ofrecen información adicional a través de sistemas como el RFID (identificación por radio frecuencia) permiten conocer toda la información del origen, composición y trazabilidad de los productos de forma confiable e inmediata.
- Los envases autocalentables para consumir bebidas calientes; utilizan un sistema que se basa en mantener separados los reactivos hasta el momento en el que se va a consumir el producto.
- Las tendencias en los envases alimentarios es brindar soluciones que ejerzan un rol activo sobre el sistema envase-producto, para reducir el volumen de alimentos frescos desechados. Las empresas buscan principalmente, la optimización en la red de distribución. Los consumidores les agrada un envase con buena comunicación de la calidad, fácil de usar y conservación del alimento.

Más información:

[Embajada ante la unión europea](#)

Correo electrónico: eceur@cancilleria.gob.ar

[Representaciones Argentinas en el Exterior](#)

[Argentina Trade Net](#)

Este documento es de carácter informativo. Es una guía orientativa, introductoria y que se encuentra en constantes actualizaciones. Deberá verificar, previamente, los mercados abiertos para saber si nuestro país tiene acordado requisitos con el país de interés para el producto a exportar. Cada producto deberá ser debidamente consultado en el respectivo sitio oficial de cada mercado de destino.

Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca



Ministerio de Economía
Argentina