



## EL MERCADO DE FRUTAS TROPICALES EN PAÍSES BAJOS

**Miquel Ros Infante**  
**Ofecomes La Haya**  
**Enero 2004**

*Este informe contiene, o puede contener, juicios valorativos y expresiones personales. Por ello ni está destinado a ser puesto a disposición pública, ni se generan responsabilidades por errores o interpretaciones equivocadas.*



## Índice

<b>1. Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>2. El mercado neerlandés de frutas exóticas.....</b>	<b>5</b>
2.1. <i>Oferta.....</i>	<i>5</i>
2.2. <i>El mercado étnico.....</i>	<i>5</i>
2.3. <i>Características de la demanda.....</i>	<i>6</i>
2.3.1. <i>Presentación y empaquetado.....</i>	<i>6</i>
2.4. <i>Principales variedades de fruta tropical en Países bajos.....</i>	<i>7</i>
2.4.1. <i>Aguacate.....</i>	<i>7</i>
2.4.2. <i>Mango y Guayaba.....</i>	<i>7</i>
2.4.3. <i>Papaya y lichi.....</i>	<i>8</i>
<b>3. Importaciones neerlandesas de fruta tropical.....</b>	<b>8</b>
3.1. <i>Importación por productos.....</i>	<i>8</i>
3.2. <i>Principales países de origen de las frutas tropicales en Países Bajos.....</i>	<i>9</i>
<b>4. Exportaciones españolas de fruta tropical a Países Bajos.....</b>	<b>9</b>
4.1. <i>Exportaciones españolas en volumen.....</i>	<i>10</i>
4.2. <i>Exportaciones españolas en valor.....</i>	<i>10</i>
<b>5. Legislación en Países Bajos.....</b>	<b>10</b>
5.1. <i>Normativa.....</i>	<i>10</i>
5.1.1. <i>Eurepgap.....</i>	<i>11</i>
5.1.2. <i>Otros certificados.....</i>	<i>11</i>
5.2. <i>Estándares de calidad y seguridad alimentaria.....</i>	<i>11</i>
5.3. <i>Agricultura Biológica.....</i>	<i>11</i>
<b>6. Estructura del mercado en Países Bajos.....</b>	<b>12</b>
6.1. <i>Asociaciones.....</i>	<i>12</i>
6.2. <i>Importadores.....</i>	<i>13</i>
6.2.1. <i>Situación actual del mercado neerlandés.....</i>	<i>14</i>
6.3. <i>Subastas.....</i>	<i>14</i>
6.3.1. <i>The Greenery.....</i>	<i>15</i>
6.3.2. <i>Fruitmasters.....</i>	<i>16</i>
6.3.3. <i>ZON.....</i>	<i>16</i>
6.4. <i>Operadores logísticos.....</i>	<i>16</i>



<b>7. Canales de distribución en Países Bajos.....</b>	<b>17</b>
7.1. <i>El papel de los supermercados.....</i>	<i>17</i>
7.2. <i>Tendencias en la distribución alimentaria.....</i>	<i>18</i>
7.3. <i>Principales grupos de distribución en Países Bajos.....</i>	<i>18</i>
7.4. <i>Cadenas de supermercados.....</i>	<i>19</i>
<b>8. Ferias.....</b>	<b>21</b>
<b>9. Publicaciones.....</b>	<b>21</b>
<b>10. Observaciones en tiendas.....</b>	<b>22</b>
10.1. <i>Albert Heijn.....</i>	<i>22</i>
10.2. <i>Konmar.....</i>	<i>23</i>
10.3. <i>C1000.....</i>	<i>23</i>
10.4. <i>Aldi.....</i>	<i>23</i>
10.5. <i>Exotenhof.....</i>	<i>24</i>
10.6. <i>Natuur Winkel.....</i>	<i>24</i>
<b>11. Otras direcciones de interés.....</b>	<b>24</b>
<b>12. Anexo.....</b>	<b>26</b>
12.1. <i>Listado de importadores/distribuidores neerlandeses de frutas tropicales.....</i>	<i>27</i>
12.2. <i>Listado de centrales de compra y cadenas de supermercados en Países Bajos.....</i>	<i>32</i>
12.3. <i>Mayoristas y organizaciones de mayoristas .....</i>	<i>33</i>



## 1.Introducción

Los Países Bajos constituyen la puerta de entrada a Europa para un gran número de variedades de fruta tropical y subtropical. Esto es así no sólo por el consumo local, sino por el importante papel que desempeña este país como centro de distribución de productos frescos para buena parte de Europa. Concretamente, el año 2001 se reexportaron des de Países Bajos alrededor de 2 millones de toneladas de frutas y hortalizas frescas, de las que el 70 % correspondieron a frutas.

El consumo de frutas tropicales en Europa ha ido aumentando de forma paulatina en las dos últimas décadas. Hasta el punto que algunas variedades de frutas, que apenas si eran conocidas hace veinte años, hoy en día forman parte del surtido habitual de tiendas y supermercados y difícilmente se pueden considerar como exóticas. A pesar de ello, la amplia variedad de frutas tropicales disponible y su rápida introducción han ocasionado que el consumidor medio tenga, en muchos casos, un conocimiento limitado de la oferta que encuentra a su disposición. Existe, pues, un gran potencial de crecimiento, que puede materializarse a medida que el público se familiarice con estos productos. Actualmente, gran parte de los consumidores adquieren pequeñas cantidades de fruta tropical, básicamente para satisfacer su curiosidad. España es uno de los pocos territorios de la Unión Europea que cuentan con una producción significativa de fruta tropical, por lo que se encuentra especialmente bien posicionada para sacar partido de cualquier crecimiento futuro de la demanda por parte de los consumidores europeos. En este estudio se busca dar una visión de la realidad actual del mercado de frutas tropicales y exóticas en Países Bajos, con el ánimo de identificar oportunidades de mercado para los productores españoles de estas variedades de frutas.

A continuación se detallan los productos, junto a sus correspondientes partidas arancelarias (TARIC), en los que este estudio incide especialmente, por ser los que presentan mayores oportunidades para los productores españoles

**Aguacates** (08044000)

**Mangos y guayabas** (08045000)

**Piña tropical** ( 08043000)

**Lichis** ( 08109030)

En esta nota de mercado no se incluye información relativa al mercado del plátano, a pesar de tratarse de un fruto tropical. El volumen de su mercado, la estructura de sus canales de distribución y la regulación vigente en la Unión Europea hacen aconsejable su consideración como un mercado aparte.



## 2. El mercado neerlandés de frutas tropicales

El aumento en el consumo de frutas tropicales ha sido en Países Bajos, como en el resto de Europa Occidental, constante y continuado en los últimos veinte años. La situación de Países Bajos en el centro del comercio internacional de frutas y verduras y su población multicultural hacen posible la presencia de una amplio surtido de frutas tropicales a disposición del consumidor.

### 2.1. Oferta

La época de mayores ventas y en la que se encuentra una mayor oferta es en las semanas previas y durante las fiestas navideñas, sin embargo, en los establecimientos neerlandeses se pueden encontrar frutas tropicales, especialmente mangos, piñas y aguacates, a lo largo de todo el año. Estas frutas han dejado, por tanto, de ser consideradas exóticas, calificativo que se reserva para variedades de fruta más desconocidas para el consumidor europeo. Las demás frutas tropicales no cuentan con la misma presencia en los supermercados de tamaño pequeño y medio. Es en supermercados de gran formato y fruterías donde es posible encontrar una oferta más variada. Ésta incluye normalmente: papayas, guayabas, lichis, carambolas, fruta de la pasión, longan y pithaya entre otras. Sin embargo, los volúmenes pequeños hacen que los precios se mantengan altos y perjudica la difusión de las frutas más exóticas entre un público más amplio, como sucedió en su momento con el mango o el aguacate.

### 2.2. El mercado étnico

La oferta de frutas tropicales se ve estimulada por la presencia en Países Bajos de una nutrida comunidad inmigrante, que supone cerca del 10% de la población total. Ésta procede, en gran medida, de países tropicales, como Suriname, las Antillas, e Indonesia, cuyos miembros intentan reproducir los hábitos alimentarios de sus países de origen. Estas comunidades cuentan, además, con numerosos establecimientos de tipo étnico, que intentan dar respuesta a sus necesidades específicas de consumo y donde la oferta de productos tropicales es normalmente mayor que en establecimientos convencionales.

Tradicionalmente los miembros de minorías étnicas de origen no europeo, han actuado como promotores de la demanda de nuevas variedades de fruta tropical. Una vez estos productos han estado presentes en los establecimientos comerciales, su consumo se ha extendido a grupos más amplios de consumidores. Otro factor que ha contribuido al crecimiento del consumo de exóticos es el incremento en el número de desplazamientos de los neerlandeses a países lejanos. Productos como el mango, la papaya, el fruto de la pasión o los aguacates ya son ampliamente reconocidos por el público general. En estos momentos, los importadores se esfuerzan por hacer llegar al mercado europeo nuevas, y menos conocidas variedades de fruta como el kumquat, el rambután, y el mangostán



## 2.3. Características de la demanda

Las frutas tropicales se pueden considerar como un producto de compra impulsiva, por lo que es muy importante que tengan un aspecto externo atrayente para el consumidor. Además, se trata generalmente de consumidores ocasionales, que pagan un precio elevado por el producto, por lo que para no defraudar sus expectativas, y conseguir la repetición de compra, la fruta ha de ser de una calidad excelente y estar en el punto justo de maduración. El consumidor neerlandés quiere además que la fruta esté a punto para consumir.

### 2.3.1. Presentación y empaquetado

Aunque en la actualidad buena parte de la fruta se vende a granel, se está desarrollando también el uso de métodos de empaquetado cómodos para el consumidor. Éstos deben ser fácilmente reconocibles, con pequeñas cantidades y con informaciones prácticas sobre el producto. En el caso de algunas frutas, como las papayas y las carambolas, se presentan en envases individuales para cada pieza de fruta, con etiquetas que ofrecen una amplia información sobre el producto, como el sabor, la maduración, el origen, la textura, el modo de conservación y sugerencias para su consumo o eventual preparación. Éste el caso de las frutas exóticas distribuidas por The Greenery B.V. Los supermercados se muestran cada vez más interesados en ofrecer frutas exóticas con este tipo de presentación, que ayuda al consumidor medio a familiarizarse con el producto.

Para el empaquetado de frutas tropicales se utilizan básicamente dos tipos de envoltorio:

- a) Tipo bandeja, con dos o más piezas de fruta preservadas por una película de plástico fino. Es el tipo de empaquetado que se utiliza para mangos y aguacates.
- b) En cajas individuales para cada pieza de fruta, de paredes de plástico rígido y transparente. Se utilizan sobretodo en el caso de los lichis y también de frutas menos conocidas, como la papaya o el rambután. Además de la etiqueta externa con los datos de referencia obligatorios, incluyen en el interior del envase una pequeña hoja con información adicional sobre la fruta.

Para la promoción de algunas frutas exóticas se ha experimentado en Países Bajos con el empaquetado mixto, que consiste en juntar en un mismo paquete distintas variedades de fruta. Este método, sin embargo, sólo es recomendable aplicarlo en las últimas fases de la cadena de distribución, ya que la mezcla de distintos frutos puede originar problemas de conservación y de cambios en el olor y el sabor.

El etiquetado del producto debe estar en lengua neerlandesa e incluir por lo menos la siguiente información:

- Nombre y datos del distribuidor
- País de origen
- Nombre del producto



- Fecha de empaquetado

Aunque dependiendo del producto puede ser necesario incluir más información

Para el consumidor neerlandés es muy importante el aspecto de la fruta, se podría decir que los neerlandeses “comen con los ojos”, así pues la presentación ha de ser impecable. Asimismo, la fruta ha de estar madura y el sabor ha de ser excelente para conseguir que los consumidores repitan sus compras en ocasiones futuras. El precio es, además, un factor fundamental en las decisiones de compra de los neerlandeses.

## **2.4. Principales variedades de fruta tropical en Países Bajos**

### **2.4.1. Aguacates**

Países Bajos es el tercer mayor importador de la Unión Europea de aguacates. En el año 2001 sus importaciones representaron un 14 % del total europeo, después de Francia (que absorbe la mitad de las importaciones europeas de este fruto) y prácticamente igualado con el Reino Unido, también con un 14% del total. A pesar de la magnitud de estas cifras hay que tener en cuenta que una parte de estas importaciones se destina inmediatamente a la reexportación, por lo que no es consumida en Países Bajos.

Este fruto está presente en la mayoría de establecimientos comerciales neerlandeses de alimentación, desde supermercados a fruterías y tiendas de conveniencia. En la mayor parte de las ocasiones se vende a granel.

Según los importadores especializados consultados para la realización de este estudio, es la fruta tropical en que los productores españoles son más competitivos en el mercado neerlandés. El producto español podría considerarse como una fruta de contraestación, que complementaría los envíos desde América del Sur, durante los meses de invierno. A pesar de ello, consideran que el aguacate español carece de una imagen de marca y es, en la mayor parte de las ocasiones, de calidad estándar, tanto en lo que se refiere a la presentación externa como a su sabor. Así pues, la falta de elementos de diferenciación, perjudica la posición competitiva de los productos españoles frente a la de otros países productores.

### **2.4.2. Mango y guayaba**

El mango se ha convertido en habitual en el surtido de buena parte de los establecimientos neerlandeses, por lo que para muchos profesionales del sector difícilmente puede considerarse, ya, como una fruta exótica. Además la amplia oferta disponible lo han convertido en una fruta que proporciona márgenes de negocio bajos. Entre los países proveedores destacan Brasil y Sudáfrica.

La guayaba, en cambio, no tiene la misma presencia en la distribución y normalmente se encuentra sólo en tiendas especializadas.



### 2.4.3. Papaya y Lichi

Tanto las papayas como los lichis ofrecen buenas perspectivas de crecimiento. En el caso de las papayas, el crecimiento ha sido notable en los últimos años. En su mayor parte son transportadas a Países Bajos por vía aérea desde Brasil, aunque algunas variedades son transportadas en barco. Los consumidores neerlandeses están empezando a familiarizarse con estos productos y a apreciar su sabor.

## 3. Importaciones neerlandesas de frutas tropicales

### 3.1. Importación por productos

A continuación se ofrecen los datos estadísticos correspondientes a las importaciones neerlandesas de las principales frutas tropicales en volumen y en valor. Sin embargo, no todas estas cantidades son consumidas en el mercado neerlandés, ya que gran parte de ellas llega a los puertos neerlandeses para ser reexportada a otros países europeos.

<b>Producto (toneladas)</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Aguacate	24.816	27.187
Mango y guayaba	71.135	72.317
Piña	32.171	30.195
Papaya	3.983	3.807
Fruto de la pasión,...	4,446	4,344
Tamarindos, lichis	6.792	5.778

<b>Producto (millones de €)</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Aguacate	37,170	35,210
Mango y guayaba	78,315	75,616
Piña	22,624	28,511
Papaya	8,745	8,224
Fruto de la pasión,...	11,909	11,388
Tamarindos, lichis	27,073	17,821

Fuente: *World Trade Atlas 2003*



### 3.2. Principales países de origen de las frutas tropicales en Países Bajos

A continuación se muestran los principales países proveedores de frutas tropicales para el mercado neerlandés. Aunque en algunos casos el producto llega a Países Bajos, vía otros países europeos, principalmente, Bélgica y Francia.

<b>Piña (toneladas)</b>	<b>2002</b>
Costa Rica	6.958
Francia*	6.443
Bélgica*	5.566

\*Incluye producción de terceros países reexportada desde Francia y Bélgica a Países Bajos

<b>Aguacate (toneladas)</b>	<b>2002</b>
Sudáfrica	13.370
Francia*	6.214
Israel	2.805

\*Incluye producción de terceros países reexportada desde Francia a Países Bajos

<b>Mango y guayaba (toneladas)</b>	<b>2002</b>
Brasil	40.727
Sudáfrica	9.050
Perú	3.333

<b>Lichis y tamarindos (toneladas)</b>	<b>2002</b>
Madagascar	2.366
Sudáfrica	1.655
Francia*	642

\*Incluye producción de terceros países reexportada desde Francia a Países Bajos

Fuente: *World Trade Atlas 2003*

## 4. Exportaciones españolas de productos tropicales a Países Bajos

En el segmento de las frutas tropicales el principal producto de exportación español es, con mucha diferencia, el aguacate. Los demás productos analizados en este estudio se exportan a Países Bajos en cantidades muy pequeñas y están sujetos a fluctuaciones muy grandes en los volúmenes de un año a otro.



En las siguientes tablas se ofrecen los datos relativos a la exportación de frutas tropicales desde España a Países Bajos en los últimos años, en valor (euros) y volumen (toneladas).

#### 4.1. Exportaciones españolas a Países Bajos en valor

Miles de €	1999	2000	2001	2002
Aguacate	2.917.462	2.013.894	2.745.134	1.381.070
Mango y guayaba	183.251	11.854	90.234	97.707
Piña	0	1.783	7.188	13.637
Lichis y tamarindos	42	1.620	32,45	0

Fuente: Estacom

#### 4.2. Exportaciones españolas a Países Bajos en volumen

Toneladas	1999	2000	2001	2002
Aguacate	2.655	1.775	2.191	1030
Mangos y guayabas	217,9	17,98	75,39	84,23
Piña	0	6,38	7,97	19,41
Lichis y tamarindos	0,02	0,29	0,01	0

Fuente: Estacom

### 5. Legislación en Países Bajos

#### 5.1. Normativa

En Países Bajos son de aplicación las directivas europeas del sector. Es posible consultar la legislación europea sobre frutas y verduras en la siguiente dirección de Internet: <http://europa.eu.int/eur-lex> (en español)

Las normas concernientes a frutas y verduras en Países Bajos están incluidas en la Warenwet (Ley de Mercancías), disponible únicamente en neerlandés. Éstas son una implementación de las directivas europeas vigentes.

Para la legislación europea sobre pesticidas se puede consultar la siguiente dirección en Internet: [http://europa.eu.int/comm/food/fs/ph\\_ps/pest/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/food/fs/ph_ps/pest/index_en.htm) (en inglés)



La Wageningen University Research Centre gestiona, en nombre del Ministerio de Sanidad neerlandés la página web que contiene los límites máximos de residuos en productos vegetales autorizados en Países Bajos:

[www.rikilt.wageningen-ur.nl/vws/index.html](http://www.rikilt.wageningen-ur.nl/vws/index.html) (en inglés)

Algo a tener en cuenta por cualquier productor de frutas tropicales que quiera exportar a Países Bajos son los requerimientos adicionales de calidad y seguridad alimentaria exigidos por la mayoría de distribuidores.

## **5.2. Estándares de calidad y seguridad alimentaria**

### **5.2.1. Eurepgap**

Iniciativa de Euro-Retail Produce Working Group (EUREP), en el que participan 14 grandes cadenas de supermercados europeas. Se ha definido un Código de Buena Práctica Agrícola (GAP) que considera las condiciones medioambientales, de calidad, de seguridad y de trabajo. A partir del 1 de enero de 2004 los supermercados neerlandeses sólo venderán productos frescos producidos según este protocolo.

[www.eurep.org](http://www.eurep.org) (en inglés)

### **5.2.2. Otros certificados**

También es muy recomendable la adopción del estándar HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) o trabajar de acuerdo con sistemas similares de control de calidad, con vistas a garantizar la seguridad alimentaria. Algunos importadores, además, lo consideran imprescindible para poder trabajar con ellos.

Otro sistema de certificación valorado por los distribuidores en Países Bajos es el BRC (British Retail Consortium), se puede obtener más información en la siguiente dirección de internet: [www.brc.org.uk/Techstd.asp](http://www.brc.org.uk/Techstd.asp) (en inglés)

## **5.3. Agricultura biológica**

En Países Bajos existe una gran conciencia medioambiental, lo cual se refleja en la buena aceptación que tienen los productos ecológicos. La certificación en materia medioambiental es voluntaria. Sin embargo, supone un elemento diferenciador importante a la hora de competir en el mercado neerlandés.

La legislación para productos ecológicos alimenticios en Países Bajos se basa en la directiva europea (CEE) 2092/91.



El ministerio neerlandés de agricultura ha asignado a la entidad SKAL las tareas de certificación de la producción ecológica. Esta entidad otorga el certificado EKO a aquellos productos que cumplen con los requisitos necesarios. También se encarga de informar y asesorar a los productores interesados en obtener el certificado. Para más información se puede consultar la siguiente dirección: [www.skal.nl](http://www.skal.nl) (en inglés)

Sin embargo, los productos certificados como ecológicos en cualquier país miembro de la Unión Europea por un organismo de inspección reconocido en el ámbito de la UE se pueden comercializar como tales dentro de la Unión. En el caso de España, las Comunidades Autónomas son los organismos competentes en lo que concierne a la regulación del sector.

## 6. Estructura del sector en Países Bajos

En este apartado se da una visión de cuáles son los principales actores en el mercado neerlandés de frutas y verduras, que incluyen asociaciones interprofesionales del sector, importadores y mayoristas especializados y empresas de distribución.

### 6.1. Asociaciones profesionales

- **Frugi Venta** (Groenten en Fruit Handelsplatform Nederland)

Asociación neerlandesa de importadores, mayoristas, exportadores y agentes de frutas y verduras frescas

Cuenta con 530 miembros, que facturan en conjunto cerca de 7.000 millones de euros

#### **Frugi Venta**

P.O. BOX 90410

2509 LK DEN HAAG

Tel. +31 70 33 55 010

Fax +31 70 33 55 020

[info@frugiventa.nl](mailto:info@frugiventa.nl)

[www.frugiventa.nl](http://www.frugiventa.nl) (parcialmente en inglés)



- **Productschap Tuinbouw**

Asociación interprofesional neerlandesa de horticultores  
Dispone de datos actualizados sobre el mercado neerlandés de frutas y verduras

Postbus 280  
2700 AG Zoetermeer  
Louis Pasteurlaan 6  
2719 EE Zoetermeer  
Tel.: 079 3470707  
Fax: 079 3470404  
[pt@tuinbouw.nl](mailto:pt@tuinbouw.nl)  
[www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl) (en neerlandés)

## 6.2. Importadores

El comercio de importación de fruta en Países Bajos se concentra alrededor del área de Rotterdam, cuyo puerto es el punto de entrada en Europa de grandes cantidades de fruta tropical y de contraestación. En torno a su gran área portuaria se concentran numerosas empresas importadoras, mayoristas, de transporte y compañías de inspección, que junto a los almacenes y zonas logísticas configuran un gran centro de distribución internacional de mercancías. Este emplazamiento se ve favorecido por las excelentes conexiones marítimas, aéreas ( el aeropuerto de Schiphol está a 60 km.) y terrestres.

En Barendrecht, al sur de Rotterdam, se encuentra otro gran polo de actividad para el sector de importación de frutas. Otro centro de importancia para el sector es la ciudad de Breda, en el sur de Países Bajos.

En Países Bajos existen numerosas compañías especializadas en la importación y comercialización de frutas y verduras frescas. A continuación se ofrece un resumen de las diferentes tipologías de empresa que operan en este mercado y sus principales características.

### *Importadores/ mayoristas*

Se encargan de las formalidades de importación y del procesamiento del producto en el país de llegada. También pueden ofrecer otros servicios, como maduración de plátanos o selección y empaquetado de la fruta. Acostumbran a mantener relaciones a largo plazo con sus proveedores. Asimismo también pueden ofrecer servicios de consultoría a sus proveedores sobre legislación, empaquetado, calidad, formatos. A veces trabajan por medio de agentes.

### *Agentes*

Los agentes especializados actúan como intermediarios entre los importadores y los exportadores. No negocian los productos por su cuenta, se encargan de encontrar y negociar



la compra del producto para sus clientes, normalmente mayoristas. Normalmente trabajan a base de comisión (2-3 %).

### *Grandes multinacionales*

En el mercado de la fruta tropical operan grandes multinacionales, como Chiquita, Dole o Del Monte. Tienen sus propias plantaciones, normalmente en América Latina y utilizan su propia flota de barcos para hacer llegar el producto a los mercados europeos. Es previsible que estas empresas aumenten su cuota de mercado en el futuro, por los mayores recursos que pueden dedicar al marketing y promoción entre los consumidores.

#### **6.2.1. Situación actual del mercado neerlandés**

Para la realización de este estudio se contactó con varios importadores neerlandeses especializados en frutas tropicales para conocer su opinión sobre la situación del mercado neerlandés en el momento de la realización de esta nota de mercado, en diciembre de 2003, y sobre la posición competitiva de los productos españoles en dicho mercado.

El importador especializado en frutas y verduras tropicales TRABANA B.V., con sede en Amsterdam, comentó que el mercado de frutas exóticas estaba estancado en Países Bajos en el momento de la realización de este estudio, diciembre de 2003. Atribuyó este hecho a la mala situación económica general, ya que en años recientes se había producido un crecimiento sostenido del mercado. Destacó asimismo el creciente peso de los productos con una certificación de producción ecológica. En referencia a la oferta española de frutas tropicales comentó que a menudo éstas no eran tan sabrosas como las procedentes de América Latina, sin embargo consideró que existían oportunidades para los mangos y aguacates en el mercado neerlandés como frutas de contraestación.

Para el también importador de frutas tropicales Anaco & Greeve International B.V., con sede en Poeldijk, este mercado se encuentra ahora estancado en Países Bajos. Las características que los consumidores valoran más en la fruta son, ante todo, la calidad y el sabor. Consideran que el aguacate es el único producto en que España tiene una posición competitiva dentro de este mercado, pero que para ser más competitivo debía diferenciarse de sus competidores, mejorando su aspecto exterior y su sabor.

La situación estable del mercado también fue destacada por el importador EXOTIMEX B.V., que considera que el mercado neerlandés de frutas tropicales está próximo a la saturación. Sin embargo, para el también importador Hagé B.V. el mercado aun presenta oportunidades de crecimiento especialmente para los lichis.

En el anexo se incluye una relación de los principales importadores y mayoristas neerlandeses especializados en frutas tropicales.

### **6.3. Subastas**

Aunque los productos tropicales y subtropicales, que se importan en su totalidad, no pasan normalmente por el sistema de subastas, ya que los importadores compran



directamente en los países de origen, la comercialización de frutas y verduras se ha realizado tradicionalmente en Países Bajos a través de subastas-cooperativas (“veiling”). Las subastas han perdido importancia debido a la fortaleza de la gran distribución, que establece acuerdos directos con los productores e importadores. La filosofía de las subastas de comercializar primero la producción de las cooperativas-socio, limitando la oferta, parece haber sido lo que ha empujado a la gran distribución a establecer contratos de suministros con asociaciones de productores en diversos países. Las diferentes subastas que existían en Países Bajos se han adaptado a la situación cambiante del mercado para poder continuar siendo competitivas. Por esta razón, varias subastas pequeñas se han fusionado para crear grupos empresariales más grandes de comercialización de frutas y verduras. No se limitan a comercializar la producción neerlandesa, sino que también actúan como importadores. Las principales subastas en Países Bajos son: The Greenery, Fruitmasters y ZON.

### **6.3.1. The Greenery**

En 1996, como respuesta a los cambios en el sector, mencionados anteriormente, nueve subastas de frutas y verduras y la Oficina Central de las Subastas Holandesas se fusionaron para constituir The Greenery. Esto ha supuesto un alto grado de centralización de la actividad, en lugar de la dispersión entre diferentes subastas, como ocurría hace unos años. Actualmente, The Greenery continua comercializando los productos de sus más de 2.500 socios, además de frutas y verduras de importación. Sin embargo, se ha convertido en un gran grupo empresarial de distribución de productos frescos que factura más de 1.600 millones de euros y emplea a 2.200 personas. Además, en los últimos años ha tomado el control de varias empresas de importación/exportación para facilitar de este la comercialización de sus productos en mercados internacionales, como los del Reino Unido, Alemania y Escandinavia.

#### **The Greenery B.V.**

P.O.BOX 79

2990 AB Barendrecht

[info@thegreenery.com](mailto:info@thegreenery.com)

[www.thegreenery.nl](http://www.thegreenery.nl) (en español, inglés, alemán, italiano y neerlandés)



### 6.3.2. Fruitmasters

Esta cooperativa, resultado de la fusión de 3 subastas de fruta de Países Bajos: Groente- en Fruitveiling Rijn-Waal-Maas (R.W.M.) B.V. ,Coöperatieve Fruitveiling "Geldermalsen en omstreken" B.A. y Fruitveiling "Wijk bij Duurstede en Omstreken". Constituye el mayor distribuidor de frutas de Países Bajos y gestiona una de las subastas de fruta más especializadas de Europa. Cuenta entre sus miembros con cerca de 1.400 productores neerlandeses. Recientemente un intento de fusión con The Greenery para formar un gran grupo comercializador de fruta con el nombre de Fruit XL fue bloqueado por las autoridades neerlandesas de la competencia (Nederlandse Mededingingsautoriteit, NMA), por el alto grado de concentración del mercado que supondría.

#### **Coöperatie Fruitmasters Groep**

Postbus 222

4190 CE Geldermalsen

Tel: +31 (0)345 578800

Fax +31 (0)345 578428

e-mail [postmaster@fruitmasters.nl](mailto:postmaster@fruitmasters.nl)

[www.fruitmasters.nl](http://www.fruitmasters.nl) (en inglés y neerlandés)

### 6.3.3. ZON

Subasta cooperativa de frutas y verduras que agrupa a cerca de 1.000 productores. En el 2002 la facturación ascendió a 230 millones de euros. Después de discusiones sobre la conveniencia de adaptarse a las nuevas tendencias en la distribución de frutas y verduras, ZON decidió recientemente mantener su sistema de subasta tradicional y complementarlo con un sistema de subastas por internet.

#### **ZON**

P.O.BOX 3200

5902 RE Venlo

+31 77 3239999

+31 77 3239719

[office@zon-business.com](mailto:office@zon-business.com)

[www.zon-business.com](http://www.zon-business.com) (en neerlandés)

## 6.4. Operadores logísticos

Para que un producto perecedero como la fruta tropical llegue en perfectas condiciones del productor a los estantes de los supermercados, es necesario que todos los eslabones de la cadena logística funcionen a la perfección. Para obtener información sobre operadores logísticos y de transporte en Países Bajos se puede contactar con la Asociación Neerlandesa de Reexpedición y Logística: [www.fenex.nl](http://www.fenex.nl) (en inglés y neerlandés)



## 7. Canales de distribución de las frutas tropicales

El sector de la distribución está experimentando a la vez un proceso de concentración y desintermediación. En el que se acorta la cadena de distribución. Cada vez más, las grandes cadenas sólo desean hablar con el productor, o como máximo, con su representante. No precisan de los servicios del importador tradicional que encarece sus costes por realizar un trabajo que piensan pueden hacer ellos mismos: selección del producto, transporte, almacenamiento y distribución a sus puntos de venta. Así pues, los productores han de prestar cada vez una mayor atención a los requerimientos de las grandes cadenas de distribución.

También los grandes operadores del sector de la restauración tienden a concentrar sus compras. Así pues, se demanda que los productores sean capaces de proveer grandes volúmenes de producto con una calidad homogénea y de forma continuada en el tiempo. Para asegurar que se cumplan estas condiciones algunos grandes compradores están desarrollando relaciones a largo plazo con sus principales proveedores.

### 7.1. El papel de los supermercados

En los últimos años ha sido constante el incremento de cuota de mercado por parte de los supermercados, hasta alcanzar una cuota del 91 % el mercado de fruta y verduras, por tan sólo un 6% para las tiendas especializadas y un 3 % para el resto de canales.

Sólo en el año 2002, mientras las ventas de los pequeños comercios en el conjunto de los sectores en Países Bajos aumentó en un escaso 0,2 %, la facturación de las fruterías disminuyó en un 10%. Entre las causas de este descenso se encuentran la creciente popularidad entre los consumidores del concepto de “one stop shopping” (compras en un solo punto), que los supermercados pueden ofrecer. Además la edad media de los clientes de fruterías tradicionales va aumentando cada vez más. Los propietarios de pequeños establecimientos no encuentran sustitutos cuando se retiran, por lo que el número de establecimientos también está disminuyendo. Por ello esta nota de mercado se centra en el estudio de los supermercados, al ser éste, con diferencia, el principal canal de distribución.

El declive de las pequeñas fruterías como canal de distribución, y en menor medida de las ventas en puestos callejeros, ha afectado también a los mercados mayoristas de las grandes ciudades. Sin embargo, el incremento de ventas a establecimientos étnicos y de hostelería ha permitido a los importadores compensar, en parte, la pérdida de ventas.

Uno de los factores que dificultan la viabilidad futura de los pequeños comercios minoristas en Países Bajos es la falta de cooperación con otros componentes de la cadena de distribución. Frugi venta y AGF Detailhandel Nederland (Asociación Neerlandesa de Detallistas de Frutas y Verduras) han lanzado recientemente una iniciativa para asesorar y mejorar la competitividad de este tipo de establecimientos.



## 7.2. Tendencias en la distribución alimentaria

Varias son las tendencias más importantes en cuanto al surtido de productos y servicios ofrecidos las cadenas de distribución en los Países Bajos:

- Pequeños envases: el aumento de hogares con 1 ó 2 personas (se calcula que el 45% del total en el 2010) así como el aumento de la individualización dentro de cada hogar, hacen que vendan cada vez más productos en envases de menor tamaño.
- Conveniencia: se está produciendo un aumento en la distribución de hortalizas ya preparadas, zumos frescos y comidas ya preparadas, aunque el surtido de precocinados es aún limitado. Asimismo, los alimentos preparados más lujosos se están convirtiendo en competencia para el sector de la restauración.
- Eco/Bio: el consumidor es cada vez más consciente de lo que compra y está dispuesto a pagar un mayor precio por productos de mayor calidad y mejores para su salud.

## 7.3. Principales grupos de distribución en Países Bajos

En cuanto a los tipos de establecimientos de distribución presentes en los Países Bajos, hay que tener en cuenta que la mayoría de las ventas se realizan en supermercados de entre 400 y 1.200 m<sup>2</sup>, fórmula que adopta Albert Heijn, líder del mercado. Además llama la atención la actual escasez de grandes hipermercados y la relativa menor influencia del pequeño comercio. Las cadenas de descuento, por su parte van incrementando progresivamente su cuota de mercado.

El mercado neerlandés se caracteriza, por el lado de la demanda, por la importancia del factor precio en la decisión de compra, por lo que las cadenas de supermercados están realizando esfuerzos en la reducción de costes, con el fin de aumentar la eficiencia, como única vía para mantener la cuota de mercado y un margen comercial rentable.

En el sistema de distribución en los Países Bajos están activos varios grandes grupos de compra. En la mayoría de los casos son divisiones de compañías que están operando en la distribución alimenticia, como sucede con Albert Heijn, Laurus o Schuitema, que tienen central de compras propia. Sin embargo, el segundo grupo en volumen de compras, Superunie, no tiene una cadena propia de establecimientos de venta al público, sino que es una organización resultado de la fusión de cadenas regionales, de compra productos alimenticios de proveedores nacionales e internacionales para sus afiliados, dentro de los cuales destacan Sperwer, CoopCodis y Van Eer Groep.

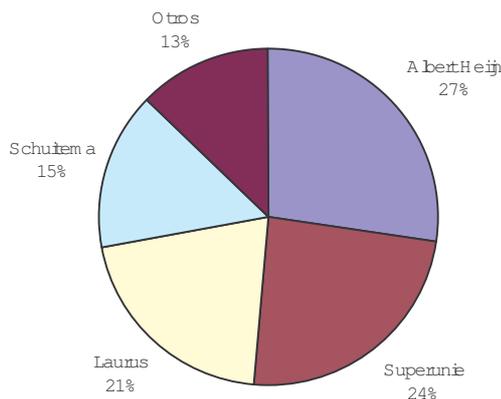
Actualmente, y tras los cambios de los últimos años, la primera central de compras en importancia es la de Albert Heijn, con el 27% de las compras totales. Le siguen



Superunie con el 24%, Laurus (central de compra de las cadenas Super de Boer, Edah y Konmar) con el 21% y Schuitema (central de compras de C1000) con el 15%. Entre estos cuatro grupos se reparten el 87% del total de compras del sector.

### Centrales de compra en los Países Bajos

Volumen de compras - Año 2002



Fuente: Vademecum AC Nielsen, 2003

Otras organizaciones de compra con menor volumen de operaciones son Koopconsult (central de compras de Dirck van den Broek) y las cadenas de supermercados de descuento Aldi y Lidl.

## 7.4. Cadenas de supermercados

El mercado de la distribución en los Países Bajos está muy concentrado. Unos pocos grupos empresariales controlan la mayoría del mercado. A continuación se presentan los principales supermercados en los Países Bajos, ordenados por cuota de mercado. Albert Heijn es claramente la cadena líder de supermercados en ventas con el 27,5% del mercado en el 2002. Le siguen C1000 (14,6%) y Super de Boer (9,6%). Hay que tener en cuenta que las dos primeras cadenas, Albert Heijn y C1000 (42,1% del mercado entre ambos), pertenecen al grupo Ahold. Asimismo, Super de Boer, Edah y Konmar (20,4% entre los tres) pertenecen al grupo Laurus. Así, entre los dos grupos dominan más del 60% de la distribución en los Países Bajos.



**Principales cadenas de supermercados por cuota de mercado**

Cuota de mercado en %

	2001	2002
1. Albert Heijn	27,4	27,5
2. C1000	12,4	14,6
3. Super de Boer	9,9	9,6
4. Aldi	6,3	7,0
5. Edah	6,3	5,7
6. Konmar	2,5	5,1
7. Plus	3,1	3,7
Otros	32,1	26,8

Fuente: Vademecum 2003, ACNielsen

Además de las grandes cadenas de distribución hay que tener en cuenta algunos distribuidores independientes, como las pequeñas fruterías y los comercios étnicos, frecuentados por la numerosa población inmigrante residente en Países Bajos. Los miembros de estos grupos étnicos proceden en gran medida de países situados en áreas tropicales y demandan variedades de frutas y verduras originarias de ellos.

En el anexo que se puede encontrar al final de esta nota de mercado se incluye una relación de las principales centrales de compra y cadenas de supermercados en Países bajos con sus respectivos datos de contacto.



## 8. Ferias

- **AGF Totaal**

12-14 Septiembre 2005

Recinto ferial Ahoy' Rotterdam

P.O. Box 5106

3008 AC Rotterdam, the Netherlands

+31 10 293 33 00

+31 10 293 33 99

[info@ahoy.nl](mailto:info@ahoy.nl)

[www.ahoy.nl](http://www.ahoy.nl)

[www.agftotaal.nl](http://www.agftotaal.nl)

Con carácter bianual, se trata de la feria más importante de frutas y verduras en Países Bajos, y de una de las más importantes de Europa

- **Nationale Food Week**

3-6 Abril 2005

Recinto ferial Jaarbeurs, Utrecht

[www.nationalefoodweek.nl](http://www.nationalefoodweek.nl) (en neerlandés)

[info@nationalefoodweek.nl](mailto:info@nationalefoodweek.nl)

Con carácter bianual, esta feria está dedicada a la alimentación en general, aunque también cuenta con una sección de productos frescos

## 9. Publicaciones

- **AGF Vakblad**

En neerlandés

Revista con periodicidad semanal de la Asociación Neerlandesa de Comerciantes de Frutas y Verduras

Tel: +31 703850500

Fax: +31 703850220

[redactie@vakbladagf.nl](mailto:redactie@vakbladagf.nl)

[www.vakbladagf.nl](http://www.vakbladagf.nl)



- **Primeur**

En neerlandés y francés

Revista para profesionales de la comercialización de frutas, patatas y legumbres

P.O. Box 2140

4460 Goes

tel: +31 113230621

fax: +31 113230865

[primeur@zeelandnet.nl](mailto:primeur@zeelandnet.nl)

## 10. Observaciones en tiendas

Con la finalidad de ofrecer una visión más completa de cuál es la oferta disponible para el consumidor neerlandés, se presentan a continuación los resultados de una serie de visitas realizadas a distintos puntos de venta de frutas en la ciudad de La Haya, representativos de los distintos canales de distribución presentes en Países Bajos. Cabe tener en cuenta, que los supermercados neerlandeses no mantienen la misma oferta de frutas tropicales a lo largo del año. Así pues, las observaciones anotadas a continuación se refieren al período inmediatamente anterior a las fiestas navideñas, época en que la oferta de frutas tropicales es mayor.

### 10.1. Albert Heijn

Este formato de supermercado, perteneciente al grupo Ahold, es líder en ventas en Países Bajos. La superficie media es de 1.128 m<sup>2</sup>. Está enfocado a un segmento de clientes con un nivel de ingresos medio/medio-alto, se trata de supermercados que presentan una gran variedad de productos y dónde se presta especial atención a la calidad y presentación de los mismos, así como al aspecto de los establecimientos. Asimismo, sus precios son normalmente más elevados que en otras cadenas de supermercados. En sus establecimientos de mayor tamaño se puede encontrar una gran variedad de frutas, que incluye, lichis, carambolas y papayas. Todas ellas empaquetadas y etiquetadas con la marca del supermercado e informaciones sobre el fruto y el modo de consumirlo. La mayoría de frutas tropicales se venden en envases individuales, excepto los mangos, aguacates y piñas, que se venden a granel. Los aguacates biológicos ( con el certificado EKO) se vendían en paquetes de 2 piezas. En algunos casos los envases son mixtos, conteniendo cada uno dos variedades diferentes de fruta.

Producto	Precio	Procedencia
Mango	0,99 €/pieza	Perú
Piña	2,99 €/pieza	Costa Rica
Lichis	2,99 €/150 gr.	Madagascar
Aguacate (granel)	3,98€/ kg.	Israel
Aguacate (biológico)	2,99 €/ 2 piezas	Israel



## 10.2. Konmar

Supermercado del grupo Laurus, de gran tamaño, cuenta con un amplio surtido de productos. Tiene especial importancia la sección de frutas y verduras frescas, que cuenta con una amplia oferta de frutas tropicales. Entre las que cuentan con una mayor presencia se encuentran: mangos, piñas y aguacates. También es posible comprar algunas frutas menos conocidas por el gran público, como mangostanes o frutas de la pasión.

A continuación se presenta un resumen del nivel de precios de las principales frutas tropicales ofertadas en este supermercado:

Producto	Precio	Procedencia
Mango ( rojo/verde)	0,99 €/pieza	Brasil
Piña	2,99 €/pieza	Costa Rica
Aguacate	0,89 €/pieza	Israel
Coco	0,69 €/pieza	Costa Rica
Lichis	9,90€/kg.	Rep. Sudáfrica
Papaya	2,49 €/pieza	Brasil
Fruta de la pasión	0,99 €/pieza	Kenya

Todas las frutas anteriores se ofrecían a granel, aunque los precios son por pieza. Las otras frutas tropicales menos conocidas, como carambolas, mangostanes, mini-piñas y rambutanes se ofrecían en pequeños envases individuales, cada uno de los cuáles contenía una etiqueta con información sobre el origen, las características y el modo de consumo de la fruta.

## 10.3. C1000

Supermercado de la cadena Schuitema, ofrece productos de calidad a un precio ajustado. Tienen una superficie media de 795 m<sup>2</sup>. El surtido que ofrecen es bastante reducido.

Productos	Precio	Origen
Mango	0,99€/ pieza	Brasil
Lichi	8,98€/ kg.	Sudáfrica

## 10.4. Aldi

Supermercado de descuento propiedad de la cadena alemana del mismo nombre. Estos establecimientos se caracterizan por sus precios bajos, pero ofrecen un surtido de productos limitado y la presentación está poco cuidada. Tan sólo contaba con dos variedades de fruta tropical en su surtido, piñas y mangos, que se vendían envasados en paquetes de dos piezas.



Productos	Precio	Origen
Piña	1,49 €/pieza	Costa Rica
Mango	0,89 €/ 2 piezas	Brasil

### 10.5. Exotenhof

Tienda de pequeñas dimensiones especializada en la comercialización de frutas y verduras exóticas.

Producto	Precio	Procedencia
Mango (verde)	2,75 €/pieza	Israel
Mango (rojo)	0,79 €/pieza	Brasil
Piña	3,50 €/pieza	Costa Rica
Aguacate	0,98 €/pieza	Israel

Además de las frutas aquí detalladas cuenta en su oferta con otras variedades menos conocidas, como pithaya, rambután y guayaba.

### 10.6. Natuur Winkel

Tienda especializada en alimentación biológica. Su oferta de productos tropicales, además del plátano, incluía tan sólo el aguacate, procedente de España. Cuenta con una clientela dispuesta a pagar un precio más alto para consumir fruta producida usando técnicas biológicas y respetuosas con el medio ambiente. El precio por pieza era bastante más alto que en los supermercados ordinarios.

Producto	Precio	Origen
Aguacate	1,20 €/pieza	España

## 11. Otras direcciones de interés

**Ministerio Neerlandés de Agricultura, Naturaleza y Calidad Alimenticia**

[www.minlnv.nl/international](http://www.minlnv.nl/international) (en inglés)

**Ministerio Neerlandés de Sanidad, Bienestar y Deporte**

[www.minvws.nl](http://www.minvws.nl) (en neerlandés e inglés)

**Platform Biologica**

Organización responsable de la promoción de los alimentos biológicos en Países Bajos

[www.platformbiologica.nl](http://www.platformbiologica.nl) (en neerlandés e inglés)



**Nederlands Verpakingscentrum**

(Instituto Neerlandés del Empaquetado)

Dispone de abundante información sobre el empaquetado de productos frescos en Países Bajos

Netherlands Packaging Centre

P.O. Box 164

NL-2800 AD Gouda

Tel.: +31 182512411

Fax: +31 182512769

[info@nvc.nl](mailto:info@nvc.nl)

[www.nvc.nl](http://www.nvc.nl) (en neerlandés e inglés)



## 12. ANEXO



## 12.1. Importadores y mayoristas neerlandeses especializados en fruta tropical

**Empresa:** AARTSENFUIT BREDA B.V. IMPORTADOR

**Contacto:** J AARTSEN **Tel:** +31 76 5248100

**Dirección postal:** P O BOX 9555, 4801 LN BREDA

**Dirección:** HEILAAARSTRAAT 240, 4814 NR BREDA **Fax:** +31 76 5221247

**Productos:** CEBOLLAS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MELOCOTONES, MELONES GALIA, PATATAS, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** info@aartsenfruit.nl

**Empresa:** BUD HOLLAND B.V. IMPORTADOR

**Contacto:** PETER HOBERT **Tel:** +31 74 535353

**Dirección postal:** P O BOX 411, 3140 AK MAASSLUIS

**Dirección:** TRANSPORTWEG 67, 3155 RJ MAASLAND **Fax:** +31 174 513912

**Productos:** FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MELONES, SETAS, AGUACATES, MANGO, CITRICOS, FRUTAS Y VERDURAS TROPICALES Y EXOTICAS, AJOS

**E-Mail:** exotics@bud.nl

**Empresa:** CITRONAS B.V. IMPORTADOR/MAYORISTA

**Contacto:** R A BLOK **Tel:** +31104766544

**Dirección postal:** P O BOX 6094, 3002 AB ROTTERDAM

**Dirección:** KEILEWEG 80, HAVENNUMMER 310, 3029 BT ROTTERDAM **Fax:** +31 10 4779712

**Productos:** CEBOLLAS, CITRICOS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** info@citronas.nl

**Empresa:** HARS & HAGEBAUER B.V. IMPORTADOR

**Contacto:** D VAN DEN DULK **Tel:** +31180454000

**Dirección postal:**

**Dirección:** BREDEWEG 20, 2742 KZ WADDINXVEEN **Fax:** +31180454001

**Productos:** MANGO, AGUACATES, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS

**E-Mail:** info@harshagebauer.nl

**Empresa:** HISPAFRUIT B.V. IMPORTADOR

**Contacto:** J M GONZALES **Tel:** +31 180 641700

**Dirección postal:** P O BOX 269, 2990 AG BARENDRECHT

**Dirección:** HANDELSCENTRUM ZHZ 49-60, 2991 LD BARENDRECHT **Fax:** +31 180 641701



**Productos:** CEBOLLAS, CITRICOS, FRUTAS Y VERDURAS BIOLÓGICAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MELOCOTONES, MELONES GALIA, PATATAS, AGUACATES, MANGO, FRESAS

**E-Mail:** sales@hispafruit.nl

**Empresa:** **LEHMANN & TROOST B.V.** IMPORTADOR

**Contacto:** BRAM TROOST **Tel:** +31 180 631011

**Dirección postal:**

**Dirección:** BREDEWEG 23/ 3 DOELWIJK, 2742 KZ WADDINXVEEN **Fax:** +31 180 633268

**Productos:** CITRICOS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, MELONES, PLATANOS, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** sales@lehmann-troost.nl

**Empresa:** **VELLEMAN & TAS INTERNATIONAL BV** IMPORTADOR

**Contacto:** TON FEELDERS **Tel:** +31 10 2445300

**Dirección postal:** P O BOX 6118, 3002 AC ROTTERDAM

**Dirección:** MARCONISTRAAT 19, 3029 AE ROTTERDAM **Fax:** +31 10 2445301

**Productos:** CITRICOS, FRUTAS Y VERDURAS BIOLÓGICAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MELOCOTON, MELONES, PLATANOS, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** citrus@veltas.nl

**Empresa:** **WEICHERT & CO. B.V.** IMPORTADOR

**Contacto:** F L VAN SNEK **Tel:** +31 10 4765488

**Dirección postal:** P O BOX 6742, 3002 AS ROTTERDAM

**Dirección:** MARCONISTRAAT 3-11, 3029 AE ROTTERDAM **Fax:** +31 10 4258683

**Productos:** FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, PIÑAS, PLATANOS, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** info@interweichert.nl

**Empresa:** **ZOUTEWELLE IMPORT B.V.** IMPORTADOR

**Contacto:** B W ZOUTEWELLE **Tel:** +31 180 642300

**Dirección postal:**

**Dirección:** HANDELSCENTRUM ZHZ 24, 2991 LD BARENDRECHT **Fax:** +31 180 616340

**Productos:** CEBOLLAS, CITRICOS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MELOCOTON, MELONES, PATATAS, AGUACATES, MAGO

**E-Mail:** zoutewelle@zoutewelle.com

**Empresa:** **ANACO & GREEVE INTERNATIONAL B.V.** IMPORTADOR

**Contacto:** ROBERT GREEVE **Tel:** +31174210200



**Dirección postal:** P O BOX 31, 2685 ZG POELDIJK

**Dirección:** ABC WESTLAND 666, 2685 DH POELDIJK

**Fax:** +31174213979

**Productos:** FRUTAS Y VERDURAS BIOLÓGICAS, KIWI, AGUACATES, CITRÍCOS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, MANGO, MELONES GALIA

**E-Mail:** info@anacogreeve.nl

**WWW:** www.anacogreeve.nl

**Empresa:** **FRUIT SELLERS INTERNATIONAL B.V.**

IMPORTADOR

**Contacto:** D DE BRUIJNE

**Tel:** +31 180 619711

**Dirección postal:** P O BOX 129, 2990 AC BARENDRECHT

**Dirección:** GEBROKEN MEELDIJK 66, 2991 VD BARENDRECHT

**Fax:** +31 180 611376

**Productos:** FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, MANGO, CITRÍCOS, FRESAS, AGUACATES

**E-Mail:** fruitsel@rbp.nl

**Empresa:** **FTK HOLLAND B.V.**

IMPORTADOR

**Contacto:** MARC DE NAEYER

**Tel:** +31 10 5241700

**Dirección postal:**

**Dirección:** KLAPPOLDER 191-193, 2665 MP BLEISWIJK

**Fax:** +31 10 5219616

**Productos:** AGUACATES, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, FRUTAS Y VERDURAS TROPICALES Y EXÓTICAS, KIWI, MANGO, SETAS

**E-Mail:** sales@ftk.nl

**Empresa:** **GOTTMAN'S HANDELMIJ B.V., CARL**

IMPORTADOR

**Contacto:** JOHN HETTINGA

**Tel:** +31 180 620722

**Dirección postal:** P O BOX 227, 2990 AE BARENDRECHT

**Dirección:** ZUIDEINDE 61, 2991 LJ BARENDRECHT

**Fax:** +31 180 621424

**Productos:** FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, PLATANOS, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** gottmann@tip.nl

**Empresa:** **HAGE INTERNATIONAL B.V.**

IMPORTADOR

**Contacto:** J.A. VAN DEN HEUVEL

**Tel:** +31 180 648000

**Dirección postal:**

**Dirección:** SPOORWEGEMPLACEMENT 1, 2991 VT BARENDRECHT

**Fax:** +31180648111

**Productos:** AGUACATES, CITRÍCOS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS BIOLÓGICAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MANGO, MELONES, PATATAS

**E-Mail:** -



**Empresa:** SOLFRUIT B.V. IMPORTADOR

**Contacto:** A.P. BOUMAN **Tel:** +31 180 693500

**Dirección postal:** P O BOX 56, 2990 AB BARENDRECHT

**Dirección:** HANDELSWEG 120, 2988 DC RIDDERKERK **Fax:** +31180693554

**Productos:** AJOS, CITRICOS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MELONES, MANGO, AGUACATES

**E-Mail:** sales@solfruit.nl

**Empresa:** VROEGOP WINDIG VERS IMPORTADOR/MAYORISTA

**Contacto:** R A M POELSTRA **Tel:** +31 20 6061818

**Dirección postal:** P O BOX 58360, 1040 HJ AMSTERDAM

**Dirección:** JAN VAN GALENSTRAAT 4. FOOD CENTER, W 1, 1051 KL AMSTERDAM **Fax:** +31 20 6061882

**Productos:** AGUACATES, MANGO, CITRICOS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS BIOLÓGICAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, MELONES

**E-Mail:** verkoop@vroegop.nl

**Empresa:** GILBERT EXOTICS B.V. IMPORTADOR

**Contacto:** G DE KORT **Tel:** +31 73 5114674

**Dirección postal:**

**Dirección:** AKKERSTRAAT 16, 5251 EB VLIJMEN **Fax:** +31 73 5118214

**Productos:** FRUTAS EXÓTICAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** gilbert.exotics@wxs.nl

**Empresa:** T.F.C. HOLLAND B.V. IMPORTADOR

**Contacto:** P KOOIJ **Tel:** +31 174 525700

**Dirección postal:** P O BOX 228, 3140 AE MAASLAND

**Dirección:** TRANSPORTWEG 49, 3155 RJ MAASSLUIS **Fax:** +31 174 511399

**Productos:** FRUTAS EXÓTICAS, FRUTAS FRESCAS, PLATANOS, AGUACATES, MANGO

**E-Mail:** info@tfc-holland.com

**Empresa:** DE GROOT INTERNATIONAL BV IMPORTADOR

**Contacto:** M DE GROOT **Tel:** +31 73 5998888

**Dirección postal:** P O BOX 130, 5320 AC HEDEL

**Dirección:** DRIELSEWEG 23, 5321 NC HEDEL **Fax:** +31 73 5998899

**Productos:** FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, PLANTA DE MADURACION PLATANOS, PLATANOS, PRODUCTOS CARNICOS, FRUTOS SECOS, KIWI, MANGO, PATATAS, AGUACATES, CARNE, CITRICOS



E-Mail: info@degroot-int.nl

**Empresa: EXOTIMEX EUROPE BV**

IMPORTADOR

Contacto: JOHANNES LACHI

Tel: +31180454654

Dirección postal: P O BOX 154, 2740 AD WADDINXVEEN

Dirección: BREDEWEG 20, 2742 KZ WADDINXVEEN

Fax: +31180454656

Productos: FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, PLATANOS, AGUACATES, MANGO, AJOS, FRUTAS EXOTICAS

E-Mail: info@exotimex.nl

**Empresa: BOCCHI FRUIT TRADE BENELUX B.V.**

IMPORTADOR

Contacto: MARTIN DE VRIES

Tel: +31 10 5294442

Dirección postal: P O BOX 228, 2665 ZL BLEISWIJK

Dirección: KLAPPOLDER 142, 2665 LP BLEISWIJK

Fax: +31 10 5219823

Productos: FRUTAS Y VERDURAS BIOLÓGICAS, AGUACATES, MANGO, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, KIWI, MELONES, PLATANOS

E-Mail: martin-de-vries@bocchi-fruit.com

**Empresa: TRABANA B.V.**

IMPORTADOR

Contacto: EDWIN WOLF

Tel: +31 20 4074455

Dirección postal:

Dirección: LATEXWEG 12, 1047 BJ AMSTERDAM

Fax: +31 20 4972990

Productos: FRUTAS TROPICALES BIOLÓGICAS, PLATANOS BIOLÓGICOS, AGUACATES, MANGO

E-Mail: edwin@tradinorganic.com

**Empresa: A.J.B.'S FRUITBOX BV**

IMPORTADOR

Contacto: A BOON

Tel: +31 591 552186

Dirección postal:

Dirección: VEILINGSTRAAT 42, 7833 HN NIEUW AMSTERDAM

Fax: +31 591 553087

Productos: CITRICOS, FRESAS, FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS, MELONES, AGUACATES, MANGO

E-Mail: ajb.fruitbox@wxs.nl

**Empresa: P.P. TROPISCH FRUIT**

IMPORTADOR/MAYORISTA

Contacto: PIET PETERS

Tel: 0618805431

Dirección postal:

Dirección: WATERINGSEWEG 97A, 2685 SW POELDIJK

Fax: +31174287404

Productos: FRUTAS EXOTICAS, SETAS



## 12.2. Cadenas de supermercados y organizaciones de compra de productos alimenticios en Países Bajos<sup>1</sup>

### **ALBERT HEIJN BV**

Provincialeweg 11  
1506 MA ZAANDAM  
P.O. Box 3000  
1500 HA ZAANDAM  
Tel +31 75 6599111  
Fax +31 75 6313030  
[www.ah.nl](http://www.ah.nl)

### **ALDI INKOOP BV**

Erasmusweg 3  
4104 AK CULEMBORG  
TEL +31 345 472911  
FAX +31 345 472290  
[www.aldi.nl](http://www.aldi.nl)

### **HEMA BV**

P O BOX 23200  
1100 DS AMSTERDAM  
TEL+31 20 3114411  
FAX +31 20 3114000

### **LAURUS NV** (adquirido por el grupo francés Casino)

#### **INKOOP & ASSORTIMENTSMANAGEMENT/LIA**

P O Box 175  
5201 AD 'S-HERTOGENBOSCH  
TEL.: +31.73 6223622  
FAX: +31.73 6223636  
[www.laurus.nl](http://www.laurus.nl)

### **LIDL NEDERLAND GmbH**

Huizermaatweg 45  
1273 NA HUIZEN  
TEL +31 35 5287400  
FAX +31 35 5264139  
[www.lidl.nl](http://www.lidl.nl)

### **SCHUIITEMA N.V.**

---

<sup>1</sup> Las bases de datos no hacen referencia a la persona de contacto, que suele ser diferente según el producto o sector.



P.O.BOX 1000  
3800 BA AMERSFOORT  
TEL +31 33 4533600  
FAX +31 33 4551087  
e-mail: [info@schuitema.nl](mailto:info@schuitema.nl)

**Departamento compras de Schuitema NV.**

Sirve también a otras cadenas de supermercados independientes

**TRADE SERVICE NEDERLAND BV**

P.O.BOX 1000  
3800 BA AMERSFOORT  
TEL +31 33 4533449  
FAX +31 33 4550172

**COOPERATIEVE INKOOPVERENIGING SUPERUNIE B.A.**

INDUSTRIEWEG 22B  
4153 BW BEESD  
TEL +31 345 686666  
FAX +31 345 686600  
[www.superunie.nl](http://www.superunie.nl)

### **12.3. Mayoristas y asociaciones de mayoristas**

**BV LEVENSMIDDELENGROOTHANDEL “DE KWEKER”**

Food Center Amsterdam S 1  
Jan van Galenstraat 4  
1051 KL AMSTERDAM  
TEL +31 20 6063606  
FAX +31 20 6063600  
e-mail: [info@kweker.nl](mailto:info@kweker.nl)

**STER-SIO IN- EN VERKOOPORGANISATIE C.V. U.A.**

ALGOLWEG 9-8  
3821 BG AMERSFOORT  
TEL +31 33 4555897  
FAX +31 33 4558592  
e-mail: [stersio@xs4all.nl](mailto:stersio@xs4all.nl)



**MAKRO Cash & Carry Nederland B.V.**

Diemervijver (Vijverpoort)

Dalsteindreef 101-139

1112 XC DIEMEN ZUID

TEL +31 20 3980200

FAX +31 20 3980201

Compras food: +31 20 3980224

Compras non food: +31 20 3980954

[www.makro.nl](http://www.makro.nl)

**HANOS APELDOORN BV** (productos para hostelería)

Stadhoudersmolenweg 41

7317 AW APELDOORN

TEL +31 55 5294444

FAX +31 55 5218276

**VEN GROOTHANDELSCENTRUM**

WEESPERSTRAAT 124

1112 AP DIEMEN

TEL +31 20 3988888

FAX +31 20 3988866

e-mail: [groothandel@ven.nl](mailto:groothandel@ven.nl)

**LEVENS MIDDELEN GROOTHANDEL VAN TOL BV**

P.O.BOX 64

2410 AB BODEGRAVEN

TEL +31 172 619311

FAX +31 172 613796

e-mail: [info@tolfood.com](mailto:info@tolfood.com)

[www.tolfood.com](http://www.tolfood.com)

**MAXXAM PARTNERS IN BUYING** (productos para hostelería)

Pascalstraat 20

6716 AZ EDE (Gld)

TEL +31 318 698320

FAX COMPRAS FOOD: +31 318 698329

e-mail: [inkoop@maxxam.nl](mailto:inkoop@maxxam.nl)

*Fuente: Vademecum ACNielsen 2003 y Distrifood 2003*