

## PERFIL DE MERCADO FRAMBUESAS CONGELADAS – ESPAÑA

ProChile Madrid, Julio 2007

### PRODUCTO:

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0811.20.20.00

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: FRAMBUESAS CONGELADAS

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 0811.20.31.00

### SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 14,4 %

### ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

<b>Código del producto</b>	<b>0811203100</b>				
<b>País de origen</b>	<b>Chile</b>				
<b>Fecha de simulación</b>	<b>12 de junio de 2007</b>				
<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>				
0811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante				
0811 20	-Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas				
0811 20 31	--Las demás				
0811 20 31	---Frambuesas				
<b>Origen</b>	<b>Código adicional</b>	<b>Tipo de medida</b>	<b>Derecho de aduana</b>	<b>Pié de página</b>	<b>Reglamento/ Decisión</b>
Erga omnes		Derecho terceros países	14.4 %		R9922040
Chile		Preferencias arancelarias	5.4 %		D0209791

Nota: En el año 2010 la desgravación para el producto procedente de Chile será total.

Fuente: DG Fiscalidad y Unión Aduanera Taric

## OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

	<b>Código</b>	<b>Nombre</b>	<b>Orígenes</b>
024	<b>IS</b>	Islandia	Espacio Económico Europeo
028	<b>NO</b>	Noruega	Espacio Económico Europeo
037	<b>LI</b>	Liechtenstein	Espacio Económico Europeo
039	<b>CH</b>	Suiza	EFTA, TERCEROS
041	<b>FO</b>	Islas Feroe	Ac. Pref., TERCEROS
066	<b>RO</b>	Rumania	Acuerdo Preferencial
068	<b>BG</b>	Bulgaria	Acuerdo Preferencial
388	<b>ZA</b>	Sudáfrica	Acuerdo Preferencial, SPG, TERCEROS
412	<b>MX</b>	México	Ac. Pref, SPG, TERCEROS
512	<b>CL</b>	Chile	Ac. Pref,SPG, TERCEROS

## OTROS IMPUESTOS

### **Código Taric 0811.20.31.00**

**Descripción** Frambuesas

**IVA** 7%

Tipo impositivo de un 4% para las frutas, verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos y cereales que tengan la condición de productos naturales de acuerdo con el Código Alimentario y las disposiciones dictadas para su desarrollo.

No se consideran procesos de transformación: Los actos de mera conservación de los bienes, tales como el refrigerado, congelación, secado, limpieza, embalaje o acondicionamiento, descascarado, descortezado, astillado, troceado, desinfección o desinsectación. Resolución 2/93 BOE 4-3-93 y R-D 1624/92 BOE 31-12-92 (Cap. III, Art. 45.).

Para la aplicación del tipo del 4% tendrán consideración de frutas, aquellas que, de conformidad con el Código Alimentario, sean frutas naturales carnosas, secas u oleaginosas. Excluyéndose las frutas secas que hayan sido sometidas a algún tipo de transformación, especialmente a procesos de tostado, asado, etc. Resolución 2/93 BOE 4-3-93.

Para el resto de productos 7%. Según Ley 37/92 BOE 29-12-92, modificada por Ley 41/1994 BOE 31-12-94.

## REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

- **SANIM** Inspección sanitaria (importación)

Requisitos específicos para 08112031 Gravámenes interiores			
<input type="checkbox"/> Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal	EU/ES	<input type="checkbox"/> IVA y otros derechos	ES
<input type="checkbox"/> Etiquetado de productos alimenticios	EU/ES		
<input type="checkbox"/> Productos de producción biológica	EU/ES		
Requisitos generales para todos los productos			
<input type="checkbox"/> Factura comercial	EU	<input type="checkbox"/> Declaración Única Administrativa (DUA)	EU
<input type="checkbox"/> Declaración del valor en aduana	EU	<input type="checkbox"/> Documentos de transporte	EU
<input type="checkbox"/> Seguro de transporte	EU	<input type="checkbox"/> Lista de carga	EU
Resumen			
<input type="checkbox"/> Síntesis de los procedimientos de importación	EU/ES	<input type="checkbox"/> IVA	EU/ES
		<input type="checkbox"/> Impuestos sobre consumos específicos	EU/ES

Fuente:

<http://export-help.cec.eu.int/thdapp/taxes/MSServlet?action=output&prodLine=80&simDate=20070601&taricCode=08112031&partnerId=CL&reporterId=ES&nomenCmd=Ver&status=null>

### BARRERAS PARA ARANCELARIAS:

#### Normas de calidad:

En Europa existe la norma FFV-32, CEPE/ONU referente al marketing y al control de la calidad comercial de las frambuesas. Las normas CPE/ONU son normas de referencia, pero no son obligatorias. Esta norma completa se puede encontrar en la siguiente página web:

[http://www.unece.org/trade/agr/standard/fresh/fresh\\_e/32rasber.pdf](http://www.unece.org/trade/agr/standard/fresh/fresh_e/32rasber.pdf)

En la norma se presentan la serie de características mínimas para el comercio de frambuesas. Así, las características mínimas que deben presentar es que deben estar enteras, sanas, limpias, aspecto fresco, sin ataques de insectos o señales de enfermedad, desprovistas de olor o sabores extraños y de humedad exterior anormal.

Las frambuesas se clasifican en tres categorías: Categoría Extra (deben ser de calidad superior), Categoría I (deben ser de buena calidad) y Categoría II (incluye

frambuesas que no poseen la calidad para ser incluidas en las Categorías Extra VI, pero cumplen con las características mínimas anteriores).

Las frambuesas de Categorías Extra deben presentar la forma y color típicos de la variedad; deben ser uniformes y regulares en cuanto al grado de madurez.

Las frambuesas de Categoría I pueden poseer un tamaño, forma y aspecto menos homogéneos que la anterior categoría. Se permiten ligeros defectos en cuanto al grado de madurez, pero el fruto no debe estar demasiado maduro.

Las frambuesas de Categoría II pueden presentar defectos en cuanto a aspecto, color y grado de desarrollo algo superiores a los permitidos en la Categoría I.

En cuanto al calibrado, las frambuesas de categoría Extra deben tener un diámetro máximo de 15 mm, las de categoría I de 12 mm y no existe un diámetro mínimo para las frambuesas de categoría II.

Se admiten unas tolerancias de calidad en cada envase para los productos que no se ajusten a las características de su categoría.

En las disposiciones relativas a la presentación, se indica que el contenido de cada bulto debe ser homogéneo, y debe comprender frambuesas del mismo origen, variedad y calidad. La presentación será en paquetes con un contenido máximo de 500 gramos. El acondicionamiento debe ser tal que garantice una protección conveniente del producto.

Los papeles u otros materiales utilizados deben ser nuevos y no nocivos para la alimentación humana. En caso de que lleven menciones impresas, éstas deben figurar sólo en la cara exterior, de forma que no se encuentren en contacto con los productos. Los envases deben estar exentos, durante el acondicionamiento, de cualquier cuerpo extraño.

También cada envase debe llevar en el exterior, en caracteres legibles e indelebles, la identificación del envasador y expedidor, la naturaleza del producto, el origen del producto y las características comerciales.

### **Etiquetado productos alimenticios**

→ Normas comunitarias (Unión Europea) de carácter general.

**1.- DIRECTIVA 1999/10/CE, de 8 de marzo de 1999 (DOCE L 69, de 16 de marzo), por la que se establecen excepciones a las disposiciones del artículo 7 de la Directiva 79/112/CEE en lo relativo al etiquetado de los productos alimenticios.**

**2.- DIRECTIVA 2000/13/CE, de 20 de marzo de 2000 (DOCE L 109, de 6 de mayo), relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de **etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.****

**Texto consolidado 1 mayo 2004.**

#### **Modificada por:**

- . Directiva 2001/101/CE
- . Directiva 2003/89/CE
- . Directiva 2006/142/CE

Excluidos provisionalmente del anexo III *bis* una lista de sustancias o ingredientes alimentarios por:

. Directiva 2005/26/CE

Adaptada con motivo de la adhesión de Bulgaria y Rumanía por:

. Directiva 2006/107/CE

→ Normas españolas:

**1.- REAL DECRETO 1334/1999**, de 31 de julio (BOE de 24 de agosto), por el que se aprueba la **Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios**.

**Modificado por:**

. Real Decreto 238/2000

Suspendida cautelarmente la vigencia del párrafo segundo de la disposición adicional única.

**Modificado por:**

. Real Decreto 1324/2002

. Real Decreto 2220/2004

. Real Decreto 892/2005

. Real Decreto 1164/2005

Ver textos completos en la web: MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN - Subdirección General de Planificación y Control Alimentario:  
<http://www.mapa.es/es/alimentacion/pags/calidad/etiquetado/etiquetado.htm>

ACCESO A LA NORMATIVA EUROPEA APLICABLE: [www.europa.eu.int/euro-lex](http://www.europa.eu.int/euro-lex)

### **Alimentos congelados**

**Directiva 92/2/CE** de la Comisión, de 13 de enero de 1992, por la que se establece el procedimiento de muestreo y método comunitario de análisis para el control oficial de las temperaturas de los alimentos ultracongelados destinados al consumo humano.

**ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES**  
**Partida: 0811.20.31.00**

**AÑO 2006 (CIF)**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (Miles kg.)</b>	<b>MONTO (Miles euros)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Bélgica	221,8	339,7	29,42
Bosnia-Herzegovina	155	149,2	12,92
Países Bajos	82,1	136,5	11,82
Chile (15/15)	1	1,8	0,15
<b>SUBTOTAL</b>	459,9	627,20	54,31%
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>836</b>	<b>1.154,4</b>	<b>100%</b>

**AÑO 2005 (CIF)**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (Miles Kg.)</b>	<b>MONTO (Miles euros)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Bélgica	236,7	380	28,65
Alemania	190,7	243,1	18,33
Dinamarca	120	162,8	12,27
Chile (13/15)	0,3	0,5	0,03
<b>SUBTOTAL</b>	547,70	786.40	59.29
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>884,1</b>	<b>1.326,2</b>	<b>100%</b>

**AÑO 2004 (CIF)**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (Miles Kg.)</b>	<b>MONTO (Miles euros)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Bélgica	294	552,4	40,27%
Serbia y Montenegro	120	201,5	14,69%
Alemania	90,2	182,5	13,30%
Dinamarca	90,8	139,4	10,16%
<b>SUBTOTAL</b>	595	1.075,80	78,42%
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>734,5</b>	<b>1.371,6</b>	<b>100%</b>

Fuente: [www.camaras.org](http://www.camaras.org)

## POTENCIAL DEL PRODUCTO

### El sector en España

En España son conocidas también como las fresas del bosque. Existe gran variedad de frambuesas, las cuales a simple vista se distinguen por sus distintos colores, amarillo, negro y rojo. No obstante, las frambuesas se pueden clasificar también en función de la época del año en la que fructifican. La mayoría de las variedades son de verano, pero también existen frambuesas que fructifican en otoño o en todas las estaciones, que aunque son de menor cosecha, contribuyen a ampliar el periodo de recolección de esta fruta.

Los cultivares de frambueso rojo derivan en gran parte del frambueso selvático (Rubus idaeus) que ha sido mejorado e hibridado con otras especies espontáneas. Estos cultivares de frambueso rojo se dividen en grupos: los uníferos que fructifican una sola vez al año y los bíferos, que como se decía, fructifican en primavera y otoño. Estos últimos también son llamados refloricientes o remontantes y son aptas para la producción "fuera de estación". La época más adecuada para la recolección es durante el periodo comprendido entre Julio y Octubre, aunque durante todo el año se pueden adquirir frambuesas congeladas.

Las especies más cultivadas son "Rubus idaeus" (Frambueso rojo), "Rubus strigosus" (Frambueso silvestre), "Rubus occidentales" (Frambueso negro) y "Rubus neglectus" (Frambueso púrpura)

Prácticamente toda la producción española de frambuesas se centra en la provincia de Huelva. La iniciativa de estos cultivos en España fue llevada a cabo por distintos organismos oficiales y empresas privadas a finales de los años 60 en Asturias y Extremadura (Cáceres), en los años 80 en Andalucía (Granada) y Galicia (Lugo), y en los 90 de nuevo Andalucía (Huelva).

Actualmente el peso económico en España de este cultivo es irrelevante respecto al de otros cultivos como cítricos, frutales de pepita y de hueso. Aún así tiene un porvenir interesante por la diversificación de la oferta-demanda, por su elevado valor añadido y como alternativa complementaria de la agricultura tradicional.

La producción local se realiza principalmente bajo cultivo de invernadero (macrotúneles) y sobre caballones, existiendo también plantaciones realizadas en macetas.

Estacionalidad: La disponibilidad de frambuesas en España:

Huelva: Diciembre-junio y septiembre

Cáceres: Mayo-noviembre

Granada: Junio-octubre

Asturias: Mayo-noviembre

Lugo: Agosto-octubre

Pontevedra: Julio-octubre

Coruña: Julio-agosto y octubre.

Escenario actual: campaña 2006 - 2007

Como hemos señalado, la provincia de Huelva es la principal productora de

frambuesa en España, con 1.200 hectáreas destinadas al cultivo - un 41,17 % más que en 2006 - arrojando en la campaña actual las 10.800 tn. y una facturación de 70,2 millones de euros.

Según los datos facilitados por la Asociación Onubense de productores y Exportadores de Fresas, de esta cifra total, 10.510 tn. fue producción en fresco y el resto, 290 tn., para industria.

Sin embargo España se encuentra inmersa en un escenario incierto. Por un lado los agricultores optaron por aumentar la superficie de cultivo, por otro, se da un descenso de los precios - un 25 % por debajo del año pasado -; y como consecuencia del exceso de producción en determinados momentos, se ha complicado la colocación del producto en los mercados.

Por tanto, desde la Asociación se califica esta campaña como "de saldo negativo", y se espera que el agricultor, en función de los resultados, realice un buen planteamiento de cara al próximo año ya que "no es conveniente seguir aumentando la superficie de cultivo y aumentando el nivel de producción actual que ya es difícil de asimilar por los mercados europeos".

### Industria

Al tratarse de un producto congelado, el cliente objetivo sería la empresa transformadora, fabricantes de helados y lácteos, pastelerías, bebidas, jaleas, mermeladas, etc .

Actualmente en la industria de frutas existe una imperiosa necesidad de mejorar la calidad de los productos procesados; atendiendo por un lado a la creciente demanda de los mismos con características especiales de frescura y por otro, a diversificar la industria transformadora de frutas tradicional, de la que tienen una absoluta dependencia. Esta industria de frutas ha enfrentado este reto a nivel mundial aplicando las nuevas tecnologías desarrolladas en los países industrializados como por ejemplo: procesado mínimo, alta presión hidrostática, pulsos eléctricos, envasado aséptico, liofilización, etc. hasta llegar a los denominados alimentos "dietéticos y funcionales" ya relacionados con la industria procesadora de alimentos.

Son los propios gobiernos los que potencian unos hábitos alimentarios adecuados, entre los que destacan la importancia de que las frutas y hortalizas formen parte de la dieta diaria por su efecto protector contra enfermedades. Sin embargo, algunos sectores de la población, no son muy entusiastas con respecto a la inclusión de las frutas en sus dietas. Por ello, diariamente nacen nuevas iniciativas para estimular el consumo de frutas, tratando de vincularlas a preferencias actuales de muchos grupos de población.

En la actualidad, se están produciendo cambios en el campo de la tecnología de alimentos a escala mundial, ocasionados en gran parte por nuevas tendencias en los patrones de consumo y en la actitud de los consumidores hacia los productos procesados. El deseo de consumir productos lo más parecidos posible a los alimentos frescos, ha conducido a que muchas líneas de investigación sean replanteadas y se busque generar procedimientos tecnológicos con los cuáles se obtengan productos estables, pero que conserven en lo posible, las propiedades de



los

productos

frescos.

Las condiciones geográficas y climáticas de España son favorables para la producción de verduras y frutas. Gracias a ello, la calidad de los productos hortofrutícolas, como materia prima para la industria congelada es realmente muy alta. Así la elaboración de frutas y verduras congeladas se basa en gran medida en la producción nacional. Los productos importados juegan un papel importante en caso de escasez, mala cosecha o condiciones climáticas desfavorables.

### Potencial

El consumo de la frambuesa congelada está principalmente orientado como ingrediente o elemento ornamental dentro de la industria alimentaria, ya que hoy por hoy, el español no consume fruta congelada por la gran variedad de fruta fresca ofertada durante todo el año y de la que Chile forma parte importante como abastecedor en contratemporada.

Por lo tanto, la mayor participación de Chile en este mercado vendrá dada por el ritmo de crecimiento que desarrolle la industria alimentaria local. Y, teniendo en cuenta los hábitos de consumo de los españoles, se puede augurar un aumento positivo: los productos congelados amplían su presencia en la cesta de la compra del español medio, confían en la calidad los productos congelados y les resulta atractiva la idea de la no temporalidad de los alimentos. También lo hacen los productos dietéticos y funcionales (zumos enriquecidos, bebidas energéticas, etc) complementan la dieta diaria – se ha reducido considerablemente el tiempo destinado a la cocina -; los lácteos, destacando los yogures y los postres lácteos y finalmente, los helados (España consume de media más de 8 litros per cápita).

Por otra parte, el canal de la hostelería es un demandante expansivo de este producto y a él se le debe su introducción como condimento en la cocina. Esta cocina que desarrollan tiene cada vez mayor tendencia a emplatar alimentos donde la base ornamental juega un papel significativo y el experimentar con los sabores es diferenciador y clave de éxito para cualquier establecimiento. Tenemos que tener en cuenta que España cuenta con un gran número de establecimientos de hostelería que dan servicio a los residentes y a los más de 40 millones de visitantes que anualmente viajan por España.

La demanda que estas industrias generan hace que España importe cantidades nada despreciables. Aunque si bien, los volúmenes importados de frambuesa congelada han caído en 2005-2006, éstos han sido relativamente estables de 2001 a marzo de 2007, (excepto en 2004, donde tuvo un superávit en el saldo comercial). Lo anterior nos muestra un mercado netamente importador.

Según el destino del producto – industria de procesamiento o industria pastelera u hostelera – así será el precio que adquiera la frambuesa congelada porque su calidad también es distinta. Otro factor a destacar es la gran competencia concentrada en otros países europeos y el comercio natural existente entre ellos, haciendo que Chile cuente en España, con una reducida participación de mercado.

## **PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL**

Familia: Frutas congeladas  
Marca: La Cuerva  
Producto: Frambuesas congeladas  
Formato: estuche de 300 gr.  
Precio - PVP: 7,60 € / Kg.  
Fuente: [www.elcorteingles.es](http://www.elcorteingles.es)

Familia: Frutas congeladas  
Marca: Boforst, S.A.  
Producto: Frambuesas congeladas  
Formato: bolsa de 1 kg.  
Precio – PVP: 7,40 € / Kg.  
Fuente: <http://bofrost.es/productos.php?subfamilia=21>

## **ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA**

No hemos encontrado ninguna campaña externa o local.

## **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.**

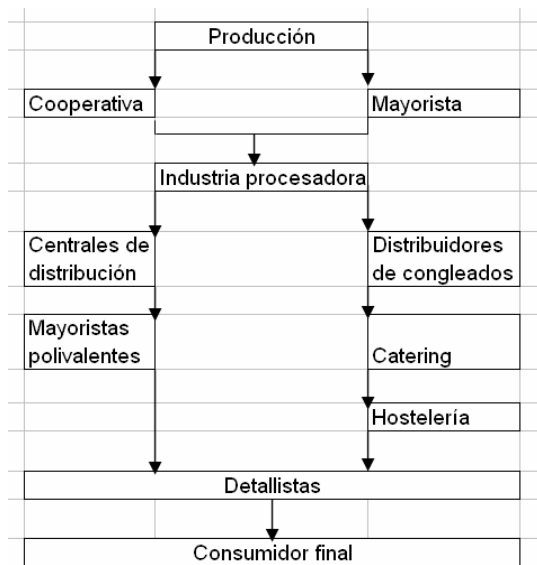
### Distribución Comercial

La industria congeladora acaba con el carácter perecedero de la frambuesa y permite un mayor dominio de la situación de mercado.

La cadena de suministros incluye tres clases de proveedores de materias primas: agricultores, cooperativas de primer grado y cooperativas de segundo grado.

Algunas empresas de transformación, sobre todo las pequeñas, se han agrupado y han creado empresas (que aquí denominamos "Mayoristas") como una estrategia para poder negociar en términos de mayor igualdad con las grandes superficies.

El detallista que comercializa la frambuesa congelada o bien pertenece al segmento tradicional de gran especialización o grandes superficies y supermercados de gran número de referencias de congelados.



## CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

**Mayorista:** Envasado y presentación.

- Enteras o en trozos
- En cajas de 1 kg.
- Tarrinas "pet" de 125 gr./und.
- La frambuesa congelada con destino industrial se presenta en bolsas de 2,5 – 5 – 10 kg.



**Minorista:** Envasado y presentación (producto terminado). La frambuesa congelada con destino doméstico se presenta en cajas o tarrinas de 300 gr. a bolsas de 1 kg. Son escasos los supermercados en los que se pueden encontrar las frambuesas congeladas (sólo hemos dado con una referencia). Por lo que hemos optado complementar este apartado presentando formatos del producto procesado.



**Frutas congeladas**  
LA CUERVA FRAMBUESAS ESTUCHE 300 G

	<b>Mermelada y confitura de frambuesa</b> BONNE MAMAN CONFITURA FRASCO 370 G
	<b>Mermelada y confitura de frambuesa</b> EL CORTE INGLES CONFITURA EXTRA DE FRAMBUESA FRASCO 340 G
	<b>Cremas y postres</b> SOJASUN POSTRE FRAMBUESA PASION PACK 4 ENVASE 100 G
	<b>Zumos refrigerados</b> TROPICANA ZUMO DE MANDARINA Y FRAMBUESA ENVASE 1 L
	<b>Zumos refrigerados</b> HERO FRUIT 2 DAY FRAMBUESA- UVA CON TROZOS PACK 2 UNDS. 200 ML
	<b>Zumos y néctares diversos</b> MINUTE MAID ANTIOX ZUMO DE NARANJA FRAMBUESA Y ACEROLA BOTELLA 1 L POR LA COMPRA DE 3 BOTELLAS REGALO DE KIT DE BAÑO
	<b>Tarrinas de helado</b> BIO CREAM ECOLOGICO FRAMBUESA TARRINA 500 ML
	<b>Postres lácteos diversos</b> DANONE VITALINEA 0% PLUS MOUSSE DE FRESAS Y FRAMBUESAS PACK 4 ENVASES 88 G
Fuente: <a href="http://www.elcorteingles.es">http://www.elcorteingles.es</a>	

### **SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO**

El mercado objetivo se concentra en la empresa transformadora, fabricantes de helados, pastelerías, mermeladas, productos lácteos, principalmente; siendo un número muy reducido de mayoristas, supermercados o tiendas de frutas los que venden frambuesas congeladas.

Pero debemos tener en cuenta las modificaciones internas que sufren constantemente los mercados de destino. Por ejemplo en España se produjo un descenso de 12% en la producción de fresas durante el año 2006 y con motivo de dicho descenso, en la provincia de Huelva, los productores de fresa optaron por aumentar la producción de frambuesa en un 41%. Como consecuencia, a parte de la caída de los precios que afecta a productores y proveedores externos, también

se refleja en las operaciones de comercio exterior, descendiendo la cantidad importada en 2006 vs 2005.

Por otra parte, los países del bloque europeo son los principales productores/exportadores (Bélgica, Países Bajos y Alemania que concentran más del 50 % de las exportaciones mundiales de berries); y como se ha venido dando históricamente, España compra y vende principalmente en y a estos mercados.

Nuestra meta es lograr una mayor participación de mercado que viene en gran medida sustentada al contar con planes estratégicos de posicionamiento internacional a largo plazo y consensuados con todos los participantes (actores públicos y privados) en pos de unificar esfuerzos destinados a la mejora de todos los aspectos comerciales, técnicos y de salubridad. De éstos últimos hay que destacar la importancia que reviste el de poder garantizar como exportador un producto de calidad, cultivado y transformado bajo las más estrictas normas de producción y comercialización. Cumpliendo esto tenemos ganada una parte muy importante de ingreso y/o permanencia en el mercado.

Esta Oficina Comercial recomienda un análisis de los distintos mercados potenciales para el sector, es decir, establecer un ranking con los mercados de destino de mayor interés y potencial para el producto. Teniendo en cuenta que los principales consumidores del mercado mundial se encuentran en Europa, USA y Canadá – mercados con un alto poder adquisitivo -. Destacan a nivel mundial las importaciones que realizan Alemania, Francia y USA.

Como acción concreta proponemos la participación en ferias sectoriales. El objetivo, descubrir las tendencias de consumo; concretar segmentaciones de mercado que orienten al posicionamiento; analizar el factor diferenciador que tiene o que puede llegar a alcanzar nuestro producto ante sus competidores y por qué no, buscar socios estratégicos.

## **FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS**

Ferias 2007 / 2008

<b>FERIA</b>	<b>LUGAR</b>	<b>WEB</b>
AGROEXPO	Badajoz	<a href="http://www.feval.com">http://www.feval.com</a>
SAL	Madrid	<a href="http://www.ifema.es/provisi&lt;br/&gt;onales/sal.htm">http://www.ifema.es/provisi onales/sal.htm</a>
Euroagro Fruits	Valencia	<a href="http://euroagrofruits.feriaval&lt;br/&gt;encia.com/index2.jsp">http://euroagrofruits.feriaval encia.com/index2.jsp</a>
EUROFRUIT 2007	Lleida	<a href="http://www.firadelleida.com/">http://www.firadelleida.com/</a>

**OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE Y FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET DONDE SE PUEDA PROFUNDIZAR EL CONOCIMIENTO DEL MERCADO ANALIZADO**

<http://www.mercasa.com>

<http://www.camaras.org>

<http://www.icex.es>

<http://www.fepex.es>

Federación Española de Asociaciones Provinciales de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas

<http://guia.frutas-hortalizas.com>

(Guía de Frutas y Hortalizas)

<http://fiab.es>

(Federación Española Industrias Alimentación y Bebida)

<http://www.mapa.es/es/alimentacion/alimentacion.htm>

(Ministerio Agricultura Pesca y Alimentación)