
Estudio de Mercado Setas Congeladas en España

Mayo 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Madrid

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
Producto: Setas y Demás Hongos Congelados.....	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	5
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	6
1. Arancel General:	6
2. Arancel Preferencial Producto Chileno:	6
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	7
4. Otros Impuestos:	8
5. Barreras Para - Arancelarias:	8
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	8
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	8
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	12
3. Ejemplos de etiquetado de productos	14
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	16
1. Estadísticas 2010	16
2. Estadísticas 2009	16
3. Estadísticas 2008	16
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	17
1. Potencial del producto.	17
1.1. Formas de consumo del producto	18

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	20
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	20
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	20
.....	20
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.....	23
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>25</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>27</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>32</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>33</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>34</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>35</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>36</i>

I. PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Código SACH Chileno: 07. 10. 80. 30

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Producto: Setas y Demás Hongos Congelados

Existe un gran número de variedades comestibles de setas, por lo cual dependiendo de la variedad proviene su nombre científico y comercial.

Son congeladas IQF manteniendo sus cualidades de forma y color. Envasada en diferentes formatos desde 400 grs. hasta 2 1/2 kilos para principalmente retail y para la industria en diversos tamaños dependiendo del cliente (detalle V -1.1).

Diversas variedades son comercializadas tales como: Luteus trozo (*Boletus luteus*), Morilla (*Morchella cónica*), Rovellón / Níscalo trozo (*Lactarius deliciosus*), Rebozuelo, Champiñón, Shiitake, entre otras.

Ejemplo de algunas Variedades Comercializadas en España, por Arotz

Disponible: ❄️ Ultra congelada	Disponible: ❄️ Ultra congelada	Disponible: ❄️ Ultra congelada
 o Amanita (Amanita caesarea)	 o Mezcla setas "Italiana"	 o Pleurotus trozo (Pleurotus ostreatus)
 o Carbonera (Tricholoma portentosum)	 o Mezcla setas "Selecta"	 o Rebozuelo (Cantharellus cibarius)
 o Champiñón laminado (Agaricus bisporus)	 o Mezcla setas fritas y condimentadas	 o Rovellón / Níscalo trozo (Lactarius deliciosus)
 o Lengua de vaca (Hydnum repandum)	 o Morilla grande y mediana o Morilla trozo (Morchella conica)	 o Senderilla (Marasmius oreades)
 o Luteus trozo (Boletus luteus)	 o Negritos trozo (Boletus badius)	 o Seta de cardo silvestre (Pleurotus eryngii)
 o Mezcla setas "Baby&Boletus"	 o Perrechico entero y trozo (Calocybe gambosa)	 o Shiitake (Lentinus edodes)
 o Mezcla setas "Baby"	 o Pholiota (Pholiota mutabilis)	 o Trompeta de la muerte (Craterellus cornucopioides)

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

07.10.80.69.90: Las demás

Reconstrucción jerárquica:

07	Hortalizas, Plantas, Raíces Y Tubérculos Alimenticios:
07.10	Hortalizas, aunque estén Cocidas en Agua o Vapor, Congeladas:
0710.80	- Las demás hortalizas:
s.c.	--Setas:
0710.80.61.00	--- Del género Agaricus.
0710.80.69	--- Las demás:
0710.80.69.10	---- De la especie Auricularia polytricha, destinadas a la fabricación de platos preparados.
0710.80.69.90	---- Las demás.

II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA¹

1. ARANCEL GENERAL:

Régimen de Comercio a la importación: Libre 0%

El producto proveniente de terceros países ingresa a España con un arancel de 14,4%.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Bajo el Acuerdo de Asociación de Chile con la Unión Europea, que entró en vigencia el año 2003, las Setas y demás hongos congelados (código arancelario: 0710806990) ingresan a España con un arancel de 0%. (Reglamento: D0979/02).

En general, este Acuerdo de Asociación concede preferencias comerciales recíprocas (en algunos casos, asimétricas) y su objetivo es la liberalización progresiva del comercio bilateral con el fin de establecer una zona de libre comercio entre los socios al 1 de enero de 2013.

Documentos necesarios para poder acogerse al régimen arancelario preferencial al que pertenece Chile.

a) Prueba de origen :

De conformidad con el Título V del anexo III del Acuerdo, los productos originarios de Chile exportados a la Comunidad se beneficiarán de los tipos de derechos preferenciales previstos en el Acuerdo, sujeto a la presentación de un certificado de circulación EUR.1 o, en casos específicos, de una declaración en factura expedida por el exportador.

Los certificados de circulación EUR. 1 se expiden en Chile por la Dirección de Relaciones Económicas Internacionales, (DIRECON), del Ministerio de Asuntos Exteriores. DIRECON también es responsable de la concesión, seguimiento y retirada de las autorizaciones a los exportadores autorizados. Asimismo, es competente para efectuar los controles posteriores realizados a petición de una autoridad aduanera de la Comunidad.

Por otra parte, las autoridades aduaneras chilenas son competentes para solicitar a las autoridades aduaneras de la Comunidad que comprueben el carácter originario de las mercancías o la autenticidad de la prueba de origen.

¹ Fuentes: The Export Helpdesk - Taric

b) Validez:

Las pruebas de origen tienen una validez de 10 meses.

c) Exentos de presentar pruebas de origen:

La prueba de origen no será necesaria en el caso de que el valor de los productos importados sea inferior a 500 euros o 1.200 euros si es que los productos forman parte del equipaje personal.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Todos los miembros de la Unión Europea conforman un único territorio aduanero, lo que significa que la UE es también una Unión Aduanera, por ende aplican un arancel común a los productos importados por los Estados miembros. Además, no existen barreras arancelarias o controles fronterizos entre estos países, es decir una vez ingresado un producto a alguno de los Estados miembros estos pueden circular libremente por el resto de la UE.

Todas las cuestiones aduaneras que se relacionan con el comercio con países terceros se encuentran en el Código Aduanero Comunitario, en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 del Consejo (DO L-302 19/10/1992) y el Reglamento (CEE) nº 2454/93 de la Comisión (DO L-253 de 11/10/1993).

El reglamento anterior garantiza prácticas aduaneras uniformes y transparentes en todos los países de la UE.

- Ventajas según Acuerdos:

Acuerdo Preferencial:	
Liechtenstein – Noruega -Islas Feroe - México	14,4 %
Islandia - Suiza – Sudáfrica - Moldavia	0 %
Mediterráneos:	14,4%
Egipto – Jordania – Líbano – Turquía - Albania - Bosnia-Herzegovina - Croacia - Macedonia – Montenegro – Kosovo - Serbia - Israel Mediterráneos - Marruecos	0%
ACP	0%
Terceros	14,4%
SPG:	10,9%
México - Tailandia	10,9%
Colombia - Costa Rica – Bolivia – Ecuador – Guatemala – Honduras – Nicaragua – Perú- Paraguay - El Salvador- Armenia – Azerbaiyán – Georgia – Mongolia – Panamá	0%
Bielorrusia	14,4%
SPG-PMD	0%

4. OTROS IMPUESTOS:

IVA: 8 %

Nota: 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 3/1998 (BOE 26-05-1998) y Real Decreto 1624/1992 (BOE 31-12-1992) (Cap. III, Art. 45).

5. BARRERAS PARA - ARANCELARIAS:

La subpartida arancelaria 07.10.80.69.90, no tiene vinculadas restricciones cuantitativas (contingentes, así como precios mínimos o máximos de importación).

III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

1.1 Requisitos específicos para 07.10.80.69¹

a) Control de los contaminantes alimenticios en alimentos- CE:

Las importaciones a la UE de alimentos deben completar la legislación designada por la UE para asegurar que los alimentos sean aptos para el consumo y que no contiene contaminantes los cuales amenacen la salud humana. Los contaminantes pueden estar presentes en los alimentos como resultados de su producción, transporte, empaquetamiento o por la contaminación ambiental.

Los contaminantes permitidos en los alimentos deben seguir las siguientes Legislaciones:

- Regulación (EEC) No 315/93 del 8 de Febrero de 1993 bajo los procedimientos comunitarios para contaminantes en los alimentos (OJ L-37 13/02/1993) (CELEX 31993R0315).

- Regulación (EC) No 1881/2006 del 19 de Diciembre del 2006, fija el nivel máximo para ciertos contaminantes en alimentos (OJ L-364 20/12/2006) (CELEX 32006R1881).

b) Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal:

Las importaciones de productos de origen vegetal y animal en los cuales puede estar presente residuos de pesticida son permitidos solamente cuando cumplen con las garantías de la legislación de la UE, las que controlan la presencia de sustancias químicas y residuos en animales vivos y productos de origen animal y vegetal.

Legislación:

- Directiva 91/414/CEE del Consejo, del 15 de julio de 1991 relativa a los fitosanitarios autorizados que contengan los productos alimenticios (DO L-230 19/08/1991) (CELEX 31991L0414).
- Reglamento (CE) n.º 396/2005 del Parlamento Europeo y del Consejo, del 23 de febrero de 2005 sobre límites máximos de residuos (LMR) de plaguicidas en productos de origen vegetal y animal (DO L-70 16/03/2005) (CELEX 32005R0396).
- Reglamento (CE) n.º 669/2009 del 24 de julio 2009 aplica el Reglamento (CE) n.º 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a la intensificación de los controles oficiales sobre las importaciones de determinadas hierbas y alimentos de origen no animal y se modifica la Decisión 2006/504/CE (DO L-194 25/07/2009) (32009R0669 CELEX).
- Reglamento (CE) n.º 901/2009 del 28 de septiembre de 2009, sobre la coordinación de un programa plurianual de control comunitario para 2010, 2011 y 2012, para garantizar el cumplimiento de los límites máximos y para evaluar la exposición de los consumidores a los residuos de plaguicidas en los alimentos de origen animal y vegetal plantas y animales (DO L-256 29/09/2009) (CELEX 32009R0901).

c) Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal:

Las importaciones de los productos alimenticios de origen no-animal que entran en la UE deben cumplir con las condiciones generales y las disposiciones específicas destinadas a prevenir los riesgos para la salud pública y proteger los intereses de los consumidores.

Las normas generales aplicables a estos productos son los siguientes:

- Principios generales y requisitos de la legislación alimentaria establecidos en el Reglamento (CE) n.º 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-31 01/02/2002) (CELEX 32002R0178).
- Normas generales de higiene de acuerdo con el Reglamento (CE) n.º 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-139 de 30/04/2004) (CELEX 32004R0852).
- Condiciones generales relativas a los contaminantes en los alimentos;
- Disposiciones especiales para alimentos genéticamente modificados y reglamento para alimentos nuevos, (CE) n.º 1829/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-268 18/10/2003) (32003R1829 CELEX) y el Reglamento (CE) N.º 258/97 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-43 14/02/1997) (CELEX 31997R0258).
- Condiciones generales de preparación de productos alimenticios.

- Control oficial de productos alimenticios.

Si surge algún problema de higiene que pueda poner en riesgo la salud humana, las autoridades europeas pueden suspender parte o completamente las importaciones del país tercero o tomar ciertas medidas cautelares sobre los productos en cuestión, dependiendo de la gravedad de la situación.

Información específica para España:

- Procedimiento de Control

SANIM: Inspección sanitaria (importación – barrera técnica). Son controles de sanitarios que se realizan en puntos designados (Recintos Aduaneros Habilitados - RAH)

(<http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/controlesSanitarios/instaAlmacen/rah.htm>).

El importador o su representante, debe solicitar una inspección sanitaria mediante la presentación de la primera parte del documento de control, junto con los documentos relacionados con el envío.

Este control se hace con el fin de verificar si el producto ha sido objeto de denegación anterior o alertas. Dependiendo de los casos, el producto puede pasar por un control de identidad y / o una inspección física, que puede conducir a la toma de muestras para su análisis.

El resultado de la inspección se refleja en la segunda parte del documento de control sanitario. El producto sólo puede ser liberado para el consumo después de resultado sea favorable.

d) Etiquetado de productos alimenticios

Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea (UE) deben cumplir con las normas de etiquetado de la UE, cuyo objetivo es garantizar que los consumidores reciban toda la información esencial para tomar una decisión informada al comprar sus productos alimenticios.

El etiquetado de este tipo de productos, de acuerdo al Consejo Directivo 2000/13/EC (OJ L-109 06/05/2000), debe cumplir con las siguientes condiciones.

- Nombre del producto bajo el cual será vendido, ni el nombre de la marca ni el de fantasía puede substituir el nombre genérico, solo puede ser usado adicionalmente a este. Las condiciones físicas (Congelado, ahumado, etc.) deben ser incluidas ya que la omisión de estas puede confundir al cliente.
- Lista de ingredientes (si corresponde), incluidos aditivos en decreciente orden de peso.
- Peso neto de los productos pre-empaquetados.
- Fecha mínima de durabilidad, en el orden de día, mes y año precedida por la frase “consumir antes de”, o “consumir durante” según las características del producto.

- Condiciones especiales de almacenamiento.
- Marca o nombre de la empresa y dirección del fabricante, empaquetador o vendedor establecido en la Comunidad Europea.
- Número de lote, precedido por la letra L.

Estas indicaciones deberán aparecer en el envase o en una etiqueta adherida a los productos alimenticios pre-ensados. En el caso de los alimentos pre-ensados destinados a colectividades (productos alimenticios que se venden a granel), los datos del etiquetado obligatorio debe figurar en los documentos comerciales, mientras que el nombre con el que se vende, la fecha de caducidad y el nombre del fabricante deberán figurar en el envase exterior.

La información proporcionada por las etiquetas debe ser fáciles de entender, fácilmente visible, claramente legible e indeleble y deberán presentarse en el idioma oficial (s) del Estado miembro donde se comercialice el producto. Sin embargo, el uso de términos extranjeros o expresiones de fácil comprensión por parte del comprador se puede permitir.

La **Directiva 89/108/EEC** de Consejo del 21 de diciembre de 1988 es específica sobre las leyes en los Estados miembros relacionados con alimentos quick-frozen para el consumo humano

Información específica para España:

El contenido de la etiqueta debe estar al menos en español. El cumplimiento de los requisitos de etiquetado y la exactitud de la información contenida en la etiqueta se puede comprobar en cualquier etapa de la cadena de distribución (por ejemplo, el despacho de aduana, los almacenes distribuidores, mayoristas o tiendas minoristas).

En el caso de la normativa con destino al mercado interior (España), la **Orden del 12 de marzo de 1984**, aprueba la Norma de Calidad para las setas comestibles que dice sobre la materia:

a) Etiquetado

Cada envase llevará al exterior con caracteres visibles legibles e indelebles y agrupados en un mismo lado las siguientes indicaciones;

- 1.- Denominación del producto
Setas comestibles cultivadas o setas comestibles silvestres (según los casos)
Genero y especie
- 2.- Identificación de la empresa
Se hará constar el nombre o la razón social o la denominación del envasador o importador y, en todo caso, su domicilio
- 3.- Origen del producto

Se indicara la zona de producción o denominación nacional, regional o local. Para los productos importados se exige el país de origen

4.- Se hará constar la categoría comercial del producto según el apartado 4 de la norma

En caso de calibrado, calibre expresado por los diámetros máximo y mínimo.

A efectos de una mejor identificación de las distintas categorías comerciales, las etiquetas utilizadas o el fondo sobre el que se imprimen directamente en los envases los datos anteriormente mencionados serán de los colores siguientes:

Rojo para la categoría <extra>

Verde para la categoría <I>

Amarillo para la categoría <II>

b) Rotulación

En los rótulos de los embalajes se hará constar:

- Denominación del producto o marca
- Numero de envases
- Nombre o razón social o denominación de la empresa
- País de origen para los productos de importación

No será necesaria la mención de estas indicaciones siempre que puedan ser determinadas clara y fácilmente en el etiquetado de los envases sin necesidad de abrir el embalaje

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

a) Control de los contaminantes alimenticios en alimentos

Ministerio de Sanidad y Política Social

Dirección General de Salud Pública y Sanidad Exterior

Subdirección General de Sanidad Exterior - SGSE

Paseo del Prado, 18-20

E-28014 Madrid

Tel: (+34) 901 400 100

Fax: (+34) 913 601 343

E-mail: saniext@msc.es

Website: <http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/home.htm>

b) Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino
Dirección General de Recursos Agrícolas y Ganaderos
Subdirección General de Medios de Producción
Alfonso XII, 62
E-28071 Madrid
Tel: (+34) 913 478 277
Fax: (+34) 913 478 263
E-mail: inspfito@mapya.es
Website: <http://www.mapa.es/es/agricultura/pags/sanidadVegetal/Int.htm>

c) Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal

Ministerio de Sanidad y Política Social
Subdirección General de Sanidad Exterior - SGSE
Paseo del Prado, 18-20
E-28014 Madrid
Tel: (+34) 901 400 100
Fax: (+34) 913 601 343
E-mail: saniext@msc.es
Website: <http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/home.htm>

d) Etiquetado de productos alimenticios

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Secretaría General de Comercio Exterior
Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica de Comercio Exterior
Paseo de la Castellana, 162.
E-28046 Madrid
Tel: (+34) 913 493 754
Fax: (+34) 913 493 740
E-mail: sgsoivre.sccc@mcx.es
Website: <http://www.comercio.mityc.es/comercio>

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición
C/Alcalá, 56
E-28071 Madrid
Tel: (+34) 91 338 03 89
Fax: (+34) 91 338 03 75

E-mail: informacionaesan@msc.es
 Website: <http://www.aesan.msps.es>

e) Otros:

Agencia Estatal de la Administración Tributaria – AEAT
 Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales
 Avenida del Llano Castellano, 17
 E-28034 Madrid
 Tel: (+34) 917 289 675
 Website: <http://www.aeat.es>

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS

A continuación se presentan ejemplos de etiquetados de Setas Congeladas, no es su formato a granel, sino más bien en bolsas plásticas selladas las cuales se venden en el comercio minorista.

Setas Congeladas con ajo y perejil
 (Supermercado Alcampo)



Revuelto Tradicional con Setas
(Supermercado Alcampo)



IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES ²

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (kilos)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
China	5.050.053	7.408.387	95,7
Chile (2/7)	88.283	148.598	1,9
Rusia	14.256	146.525	1,9
Subtotal	5.152.592	7.703.511	99
Total	5.173.317	7.743.932	100

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (kilos)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
China	3.010.252	4.325.051	88,7
Turquía	37.088	235.934	4,8
Rusia	14.256	144.915	3,0
Chile (4/7)	78.339	130.083	2,7
Subtotal	3.061.596	4.705.900	97
Total	3.156.460	4.874.716	100

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (kilos)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
China	3.128.373	4.940.771	91,8
Rusia	14.256	136.977	2,5
Turquía	14.550	129.151	2,4
Chile (4/11)	42.220	68.394	1,3
Subtotal	3.157.179	5.206.899	97
Total	3.234.751	5.384.297	100

² Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

V • POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.³

La producción española de vegetales congelados llegó el 2009 a las 496.900 toneladas aproximadamente, con un incremento interanual del 6,2%. Por productos destacan las partidas de brócoli, con 86.150 toneladas, de guisantes (76.680 toneladas), de judías verdes (63.250 toneladas) y de pimientos (50.900 toneladas) y muy por debajo los champiñones con 425 toneladas. El valor del sector de vegetales congelados en la distribución organizada llega hasta los 159 millones de euros.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE VEGETALES CONGELADOS (ton)⁴

PRODUCTO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total vegetales congelados	424.442	436.393	457.768	467.916	496.842	485.731
Champiñón	2.013	1.907	1.291	460	425	320
Otros	27.589	22.871	49.794	65.423	58.796	49.898

La Estructura Empresarial

El sector empresarial de congelados vegetales presenta dos realidades muy diferenciadas, ya que existe una base de pequeños fabricantes con incidencia local junto a grandes grupos, a menudo filiales de compañías multinacionales y/o especialistas en marcas de distribución.

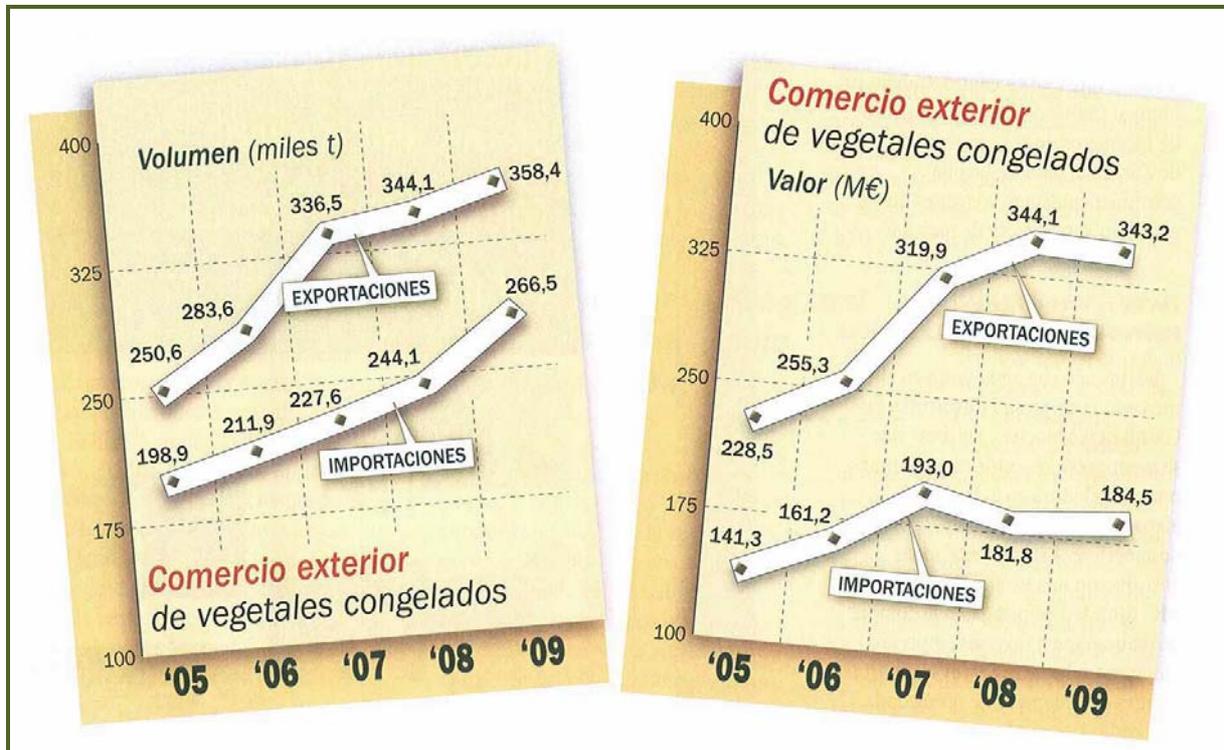
La fuerte competencia existente en el sector está provocando que todos los años se produzcan cierres entre los fabricantes medianos y pequeños, incapaces de soportar el ritmo impuesto por los grandes operadores. Algunas empresas de dimensiones medianas han orientado sus estrategias hacia los mercados de exportación, intentando de esa manera soportar la mala situación del mercado interno.

Las exportaciones constituyen una válvula de escape imprescindible para la supervivencia del sector español de vegetales congelados, ya que la producción no puede ser absorbida por la demanda del mercado interno.

³ Fuente: MERCASA

⁴ ASEVEC: Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados

Las exportaciones se dirigen preferentemente hacia otros países de la Unión Europea, aunque en los últimos tiempos se ha conseguido ampliar de manera significativa la lista de clientes.



Fuente: Revista Alimarket - nº240/junio 2010.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los vegetales congelados representan el 4,4% del consumo doméstico en el mercado, en comparación con las frescas (77,5%) conservas (13,8%), cuarta gamma (4,3%), de un total de 3.290.177 ton.

Las formas de consumo de las setas congeladas en España son de manera variada, mezclándose con otros productos congelados como por ejemplo: setas con ajo y perejil, guisantes con setas, revuelto con setas, etc., o solas en sus diferentes variedades y mezcla de ellas en formatos de 250 grs. a 1 kilo para el consumidor final. En la restauración/industria los formatos varían según los requerimientos.

- Ejemplo de formatos industriales, de la empresa Iberfresco - Fresh Product Company, S.L. :

Tipo de Envase	Kg	Fracción
Octobin ind.	700	1
Saco 25 o 20 kg.	20	1
Caja 10 kg.	10	1
Bolsa 2,5 kg.	10	4
Bolsa 1 kg.	10	10
Bolsa 400 g.	8	20

OCTOBIN IND.

SACO 25 o 20 kg.

CAJA 10 kg.



1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

No se han identificado nuevas tecnologías aplicadas a la presentación, más allá del tipo de congelación de ultracongelación ya conocido por la industria.

Por otro lado, para la comercialización de este tipo de productos se ha vuelto común la venta vía Internet. En pocos años este canal de venta ha proliferado de un modo extraordinario, siendo cada día más conocidos y llegando a tomar presencia en las casas de los consumidores y en los restaurantes (mayor penetración). Siendo preferido por los compradores por evitar desplazamientos, rapidez del servicio y mejores precios.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

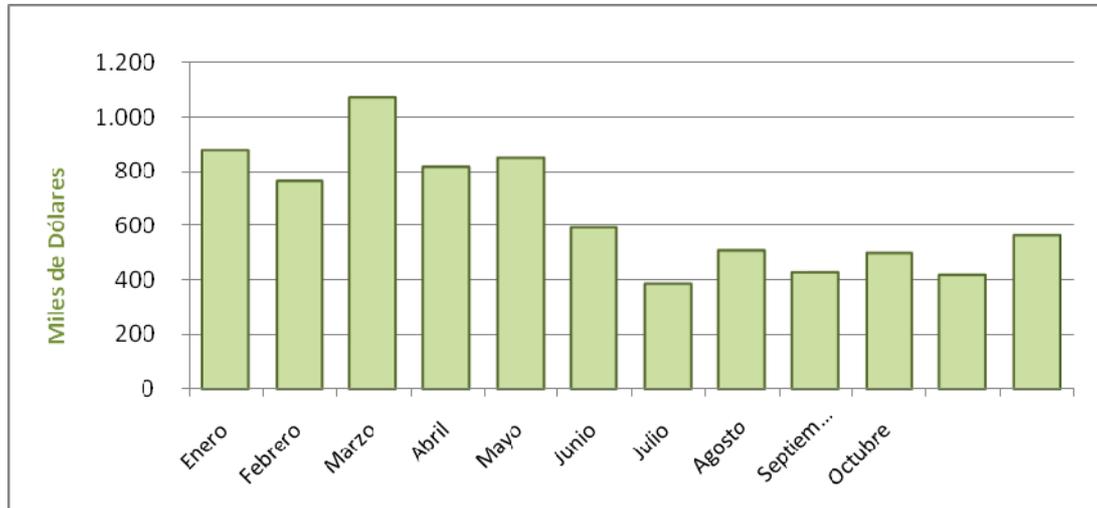
Consultando a las empresas Arotz, Faundez Gourmet, Laumont, empresas que se dedican a la comercialización/recolección de hongos y setas congeladas, nos han indicado que algunas ya importan desde Chile, siendo reconocido como proveedor confiable y que, en algunos casos pese a que sólo trabajan con setas de alguna zona específica de España, conocen la oferta del país y no se cierran a la posibilidad de hacer negocios.

La principal motivación de elección de compra es el precio y disponibilidad frente a la demanda.

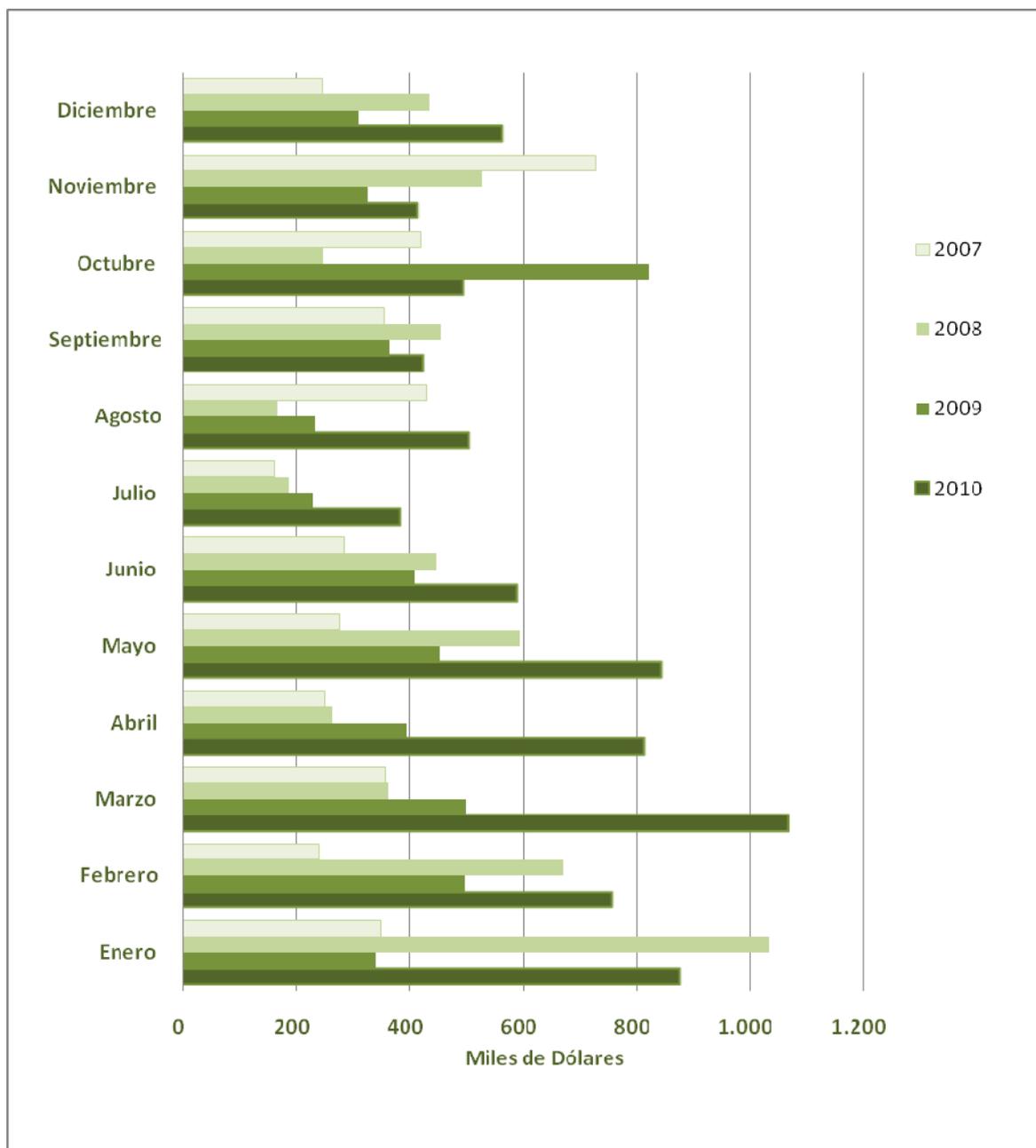
1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

En términos generales los productos congelados pierden la estacionalidad marcada, ya que pueden estar almacenados por largos periodos de tiempo y comercializarse cuando la demanda/precio sea la más conveniente.

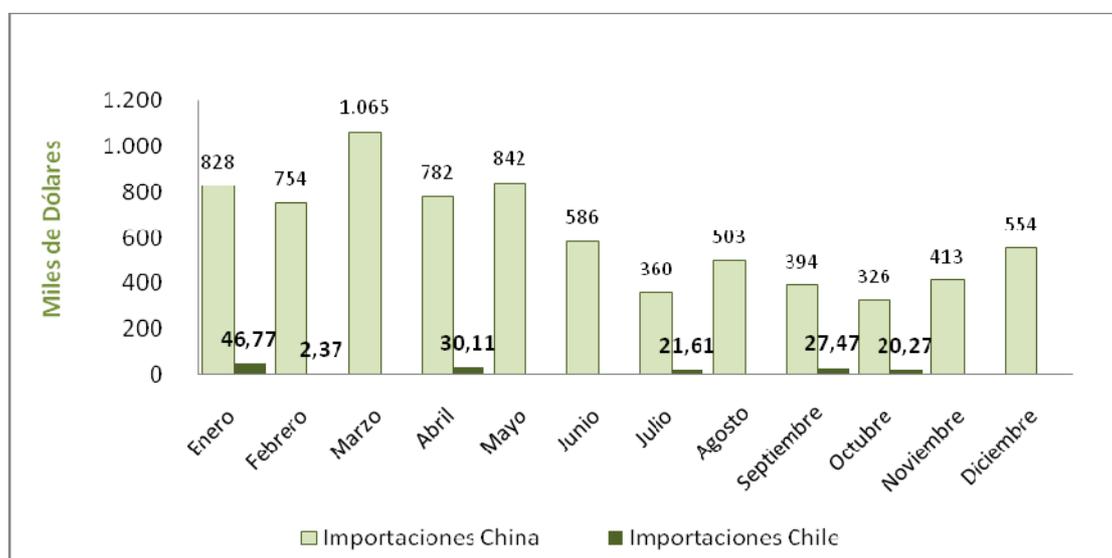
ESTACIONALIDAD DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS ³
AÑO 2010



ESTACIONALIDAD DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS ³
AÑOS 2007 AL 2010



ESTACIONALIDAD DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DESDE CHINA Y CHILE ³
AÑO 2010



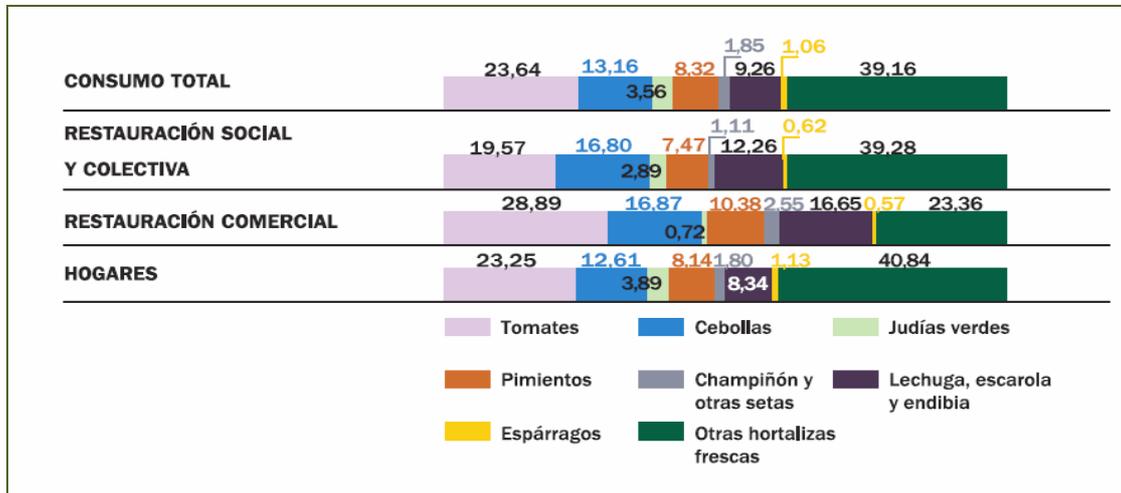
1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Dado que no se dispone de información de los principales sectores de consumo de setas congeladas, se informa a modo de orientación sobre setas frescas y hortalizas transformadas en términos generales:

CONSUMO (MM de kilos) Y GASTO (MM de euros) EN ESPAÑA (2009)⁵

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
Total Hortalizas Frescas	2.691,17	4.153,49	288,8	390,91	116,67	148,92	3.096,32	4.693,33
Champiñones y Otras setas - frescos	48,54	181,53	7,37	26,24	1,30	2,53	57,21	210,31
Total verduras y hortalizas Congeladas	146,25	279,20	-	-	-	-	-	-
Otras verduras y hortalizas congeladas	44,77	112,88	-	-	-	-	-	-

PARTICIPACIÓN DE LAS HORTALIZAS FRESCAS EN EL CONSUMO AÑO 2009³
(Porcentaje)



En el año 2009 el consumo de alimentos congelados en términos generales creció un 4% siendo los mayores consumidores los jubilados y los adultos independientes, así mismo la Comunidad Autónoma de Cataluña fue la que más consumió este tipo de productos con una media de 47,7 kilos. También por encima de la media nacional se sitúan los hogares andaluces (47,2 kg/hogar/año) y los valencianos (45,2 kg). Por debajo se encuentran el País Vasco (32,1 kg), Castilla y León (40,1 kg) y Galicia (42,8 kg).

En el ámbito internacional, España se sitúa a la cabeza en el consumo de alimentos congelados con 43,8 kilos (se incluye todos los alimentos congelados procesados o no), solo por detrás del Reino Unido, donde cada hogar consume 67,1 kg. de congelados anuales. Índices inferiores presentan Francia (37 kg por hogar) o Portugal (26 kg por hogar).

Datos de Consumo
Grupo de Productos: Frutas y hortalizas transformadas
enero – diciembre 2010⁵

Producto	Volumen (miles de kg)
Total frutas y hortalizas transformadas	629.854
Fruta y hortalizas congeladas	153.996
Verduras y hortalizas congeladas	153.405
Otras verduras y hortalizas congeladas	46.728

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Distribución²:

- La cadena de producción se puede agrupar en dos grandes categorías: tradicional y moderna.
 - La cadena de producción tradicional cuyas figuras relevantes son los mayoristas tanto en origen como en destino y unos mercados donde trabajan estos mayoristas, ya sean alhóndigas o lonjas en origen o los Mercas en destino.
 - La cadena de producción moderna basada en tres figuras prominentes, las asociaciones económicas de productores, la distribución y los operadores logísticos que realizan actividades.

Características de los mayoristas en destino

- Hay concentración de operadores y diversificación a lo largo de la cadena de producción, ante la creciente implicación de la distribución en la compra directa en origen.
- Modernización y mejora de los Mercas, convirtiéndose en centros de servicios y llevando a cabo políticas

⁵ Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

de convergencia con las centrales de compra, lo que facilita la operativa de éstas dentro de sus terrenos.

- Tendencia a que los mayoristas intervengan en la cadena de suministro, convirtiéndose así en verdaderos operadores logísticos que complementan la tarea tradicional de almacenamiento y de transporte a los detallistas.

Características de las empresas de gran distribución (Hipermercados y supermercados)

- La actividad de la distribución ha servido para dinamizar toda la cadena de producción y organizar las fases anteriores.
- Se está originando un nuevo modelo de aprovisionamiento en gran parte de las empresas de la distribución, que concentra sus decisiones de compra en una central (una empresa filial, unidad especial o departamento), aunque no se puede hablar de estrategias de compra únicas por parte de la distribución.
- La Red de Mercas está compuesta por 28 unidades alimentarias situadas en las principales provincias españolas. Estas unidades están destinadas a la comercialización mayorista de productos alimenticios perecederos. Los volúmenes comercializados representan una importante cuota de mercados de los Mercas - entendida como la parte del consumo total que ha sido comercializada por las empresas mayoristas implantadas en las unidades alimentarias – que, incluidos todos los servicios, representa entre un 70 y 75% de las frutas y hortalizas que se consumen en España. La principal unidades alimentarias de esta Red es MercaMadrid.
- Estas centrales suponen el 1% de los operadores pero el 8% del volumen de negocio total sobre los operadores analizados.
- Este mecanismo de compras centralizadas es coherente con la decisión de estas firmas de aumentar el peso de los productos frescos y coincide con el impulso de sus establecimientos tipo supermercado que se comporta de forma similar a las tiendas de barrio.
- Las principales firmas de la gran distribución se encuentran entre los operadores más eficaces, pudiendo trabajar con márgenes brutos menores.

Tiendas tradicionales

- Las tiendas tradicionales especializadas en frutas y hortalizas, comercializan básicamente frutas y hortalizas frescas.
- Existen tiendas especializadas de productos congelados que incluyen dentro de su gama de productos las setas y hongos.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

PRECIOS MAYORISTAS²

Sólo se dispone información de los precios de setas y champiñones frescos a este nivel en forma oficial, se presentan a modo de referencia.

ARTÍCULO	MERCA	PRECIO (euros) 18-24 de marzo 2011		
		MÁXIMO	MÍNIMO	FRECUENTE
Seta Girgola	Baleares	4,00	3,80	4,00
Seta Girgola	León	4,50	4,50	4,50
Seta otras variedades	Coruña	3,50	2,95	3,30
Seta otras variedades	Las Palmas	6,75	4,50	5,50
Seta otras variedades	León	4,00	2,45	3,80
Seta otras variedades	Madrid	2,00	1,50	1,85
Seta otras variedades	Málaga	3,50	3,20	3,40
Seta otras variedades	Oviedo	5,25	3,25	3,99
Seta otras variedades	Sevilla	4,00	2,00	3,50
Seta otras variedades	Vizcaya	3,00	2,00	2,50
Seta otras variedades	Zaragoza	3,25	1,90	2,75
Seta Revellons o Níscalo	Granada	6,00	4,00	5,90
Seta Revellons o Níscalo	Santander	3,80	2,90	3,25
Seta Revellons o Níscalo	Valladolid	3,50	3,00	3,30
Champiñón	Baleares	2,90	2,60	2,70
Champiñón	Cádiz	2,40	1,70	2,00
Champiñón	Coruña	2,00	1,30	1,90
Champiñón	Granada	1,60	1,10	1,25
Champiñón	León	2,45	1,80	2,30

ARTÍCULO	MERCA	PRECIO (euros) 18-24 de marzo 2011		
		MÁXIMO	MÍNIMO	FRECIENTE
Champiñón	Madrid	2,50	1,25	1,80
Champiñón	Málaga	2,40	2,10	2,20
Champiñón	Navarra	1,60	1,50	1,55
Champiñón	Oviedo	3,00	2,40	2,60
Champiñón	Santander	2,45	1,75	2,15
Champiñón	Sevilla	2,00	1,00	1,80
Champiñón	Valladolid	2,40	1,90	2,00
Champiñón	Vizcaya	2,60	1,70	2,00
Champiñón	Zaragoza	2,80	1,40	2,50

Así mismo se muestran valores de Industrias de productos congelados mayoristas como referencia y el consumo:

**GRUPO DE PRODUCTOS: Frutas y Hortalizas Transformadas
enero – diciembre 2010⁵**

Producto	Volumen (miles de kg)	Valor (miles de €)	Precio medio kg	Consumo per cápita	Gasto per cápita
Total frutas y hortalizas transform.	629.854,14	1.276.839,93	2,03	13,73	27,8
Fruta y hortalizas congeladas	153.996,22	287.747,05	1,87	3,33	6,26
Verduras y hortalizas congeladas	153.404,54	285.984,67	1,86	3,33	6,21
Otras verduras y hortalizas congeladas	46.728,19	115.681,09	2,48	1,04	2,5

PRECIOS RETAIL:

Producto	Origen y descripción	Precio
	<p>Punto de venta: El Corte Ingles Marca: Findus Tipo: Selección de setas enteras Envase: Bolsa 300 g</p>	<p>2,19 €/u (7,3 € / K)</p>
	<p>Punto de venta: El Corte Ingles Marca: Findus Tipo: Setas baby entera Envase: Bolsa de 300 g</p>	<p>1,82 €/u (6,07 € / K)</p>
	<p>Punto de venta: El Corte Ingles Marca: La Cuerva Tipo: Sinfonía de hongos Envase: Estuche de 250 g</p>	<p>2,65 €/u (10,6 € / K)</p>
	<p>Punto de venta: Carrefour Marca: Carrefour Tipo: Surtido Setas Envase: Bolsa de 450 g</p>	<p>2,72 €/u (6,04 € / K)</p>

	<p>Punto de venta: Alcampo Marca: Findus Tipo: Setas Con Ajo y Perejil Envase: Bolsa de 350 g</p> <p>2,29€ /u (6,54€/K)</p>
	<p>Punto de venta: Alcampo Marca: Findus Tipo: Revuelto Tradicional Con Setas Envase: Bolsa de 300 g</p> <p>2,29€ /u (7,63€/K)</p>
	<p>Punto de venta: La Sirena Marca: La Sirena Tipo: Surtido de setas Basic Envase: Bolsa de 450 g</p> <p>1,65€/u</p>
	<p>Punto de venta: La Sirena Marca: La Sirena Tipo: Surtido de setas troceadas Envase: Bolsa de 500 g</p> <p>3,59€/u</p>
	<p>Punto de venta: La Sirena Marca: La Sirena Tipo: Setas de Cardo Envase: Bolsa de 500 g</p> <p>2,95€/u</p>
	<p>Punto de venta: La Sirena Marca: La Sirena Tipo: Mezcla de setas silvestres Premium Envase: Bolsa de 300 g</p> <p>4,95 €/u</p>

Otro ejemplo de precios es el referente a la empresa Honza www.honza.es, por variedades y época de disponibilidad (tienda online).

Producto	Época	Formato/Precio
Boletus	Abr-Jun; Sept-Dic.	400 gr - 9.96 €
		800 gr - 19.50 €
Boletus laminado DeJara	Abr-Jun; Sept-Dic.	400 gr - 11.95 €
		800 gr - 21.95 €
Boletus troceado DeJara	Abr-Jun; Sept-Dic.	400 gr - 5.95 €
		800 gr - 11.40 €
Perrechico	Abril-Junio	400 gr - 9.85 €
		800 gr - 19.50 €
Huevo de Rey Congelado cerrado	May-Jun/Ago-Oct	400 gr - 9.80 €
		800 gr - 19.40 €
Huevo de Rey Congelado abierto	May-Jun/Ago-Oct	400 gr - 9.80 €
		800 gr - 19.40 €
Rebozuelo Congelado	-	400 gr - 6.65 €
		800 gr - 13.20 €
Trompeta negra	-	400 gr - 5.70 €
		800 gr - 11.30 €
Seta de Cardo	-	400 gr - 9.75 €
		800 gr - 19.30 €
Senderuela	-	400 gr - 6.20 €
		800 gr - 12.25 €
Champiñón	-	400 gr - 1.85 €
		800 gr - 3.65 €
Seta Ostra	-	400 gr - 2.30 €
		800 gr - 4.55 €
Shiitake	-	400 gr - 2.40 €
		800 gr - 4.75 €
Pholiota nameko	-	400 gr - 2.70 €
		800 gr - 5.35 €

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA⁵

No se han detectado campañas de promoción del producto específico en el mercado español, ni del producto local ni de la competencia. Pero si existen campañas publicitarias referentes al consumo general de los productos congelados y de todas las frutas y hortalizas tanto frescas como congeladas, estas son:

EL MES DEL CONGELADO

El Mes del Congelado es un proyecto parte el 2003 y que aglutina a los principales fabricantes españoles de alimentos congelados.

El Mes del Congelado es una iniciativa creada para difundir las propiedades y posibilidades de los alimentos congelados envasados entre los consumidores, centrada en el mes de marzo y dirigida al consumidor que persigue desterrar falsos mitos sobre la categoría.

El Mes del Congelado es una propuesta de los principales fabricantes españoles de alimentos congelados (*), y coordinada por AECOC, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores, que cuenta con el asesoramiento del Observatorio de Seguridad Alimentaria de la UAB, de la SEDCA (Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación).

En 2008 comienza una nueva andadura, amplía su horizonte temporal de trabajo a lo largo de todo el año y se crea la Plataforma del Congelado que aporte conocimiento sobre el sector y facilite información sobre el consumidor.

Más de 5.000 puntos de venta colaboran cada año con esta iniciativa

Más información en: <http://www.alimentoscongelados.es>

(*) Angulas Aguinaga, Dr. Oetker, Findus, Frudesa, Nestlé y Pescanova.



VERDURA ULTRACONGELADA

Esta campaña publicitaria, elaborada en el 2008 por el gobierno de España, busca incentivar el consumo regular y habitual de verduras y hortalizas, ya que estas son imprescindibles para tener una dieta variada y equilibrada.

Además entrega el mensaje de “No tienes excusas para no comer más verduras”, ya que el proceso de ultracongelación permite disponer de verdura con las mejores características nutricionales y de sabor a un precio asequible todo el año.

El spot publicitario de esta campaña es: “Verdura, también ultracongelada. De temporada todo el año”.



5 AL DÍA

Es una iniciativa que tiene como principal objetivo promover el consumo de las frutas y las **hortalizas** entre los niños de las escuelas, así como entre sus familias, para una dieta sana y equilibrada. Su nombre se basa en la ración mínima de consumo diario de frutas y hortalizas frescas recomendada por la comunidad científica y médica en una dieta saludable.

Más información: <http://www.5aldia.com>



IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La presentación de las setas en su formato congelado tiene por objetivo principal conservar el producto. Las temperaturas de congelación disminuyen la actividad enzimática, actividad metabólica y las actividades de los microorganismos. La congelación física no afecta a la composición del alimento.

Las setas congeladas se pueden presentar en dos formatos, el primero es a granel en tiendas especializadas/ industria/HORECA y el segundo es en bolsas plásticas selladas, las cuales tienen un peso que varía entre los 200 a

500 gramos por unidad. Ya sea entero, laminado o troceados, en mezcla de setas o con algún otro tipo de verdura o preparación culinaria. (Ver VIII)

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

De acuerdo al sector el precio de los productos congelados ha pasado a convertirse en el elemento central alrededor del cual se ordenan todas las decisiones de la cadena del valor del congelado en España. Producto de una abundante cosecha del año anterior y, por otro a la gran presión ejercida por los grandes fabricantes; resintiéndose además el canal HORECA por la crisis económica, haciendo más grande la brecha entre los grandes y el resto del sector.

Resulta sin embargo importante analizar que pese a la crisis económica de España, el consumo de alimentos congelados creció un 4% con una media de consumo de 43,8 kilos. Es así que la venta bajo “marcas blancas” se hace cada vez más tractiva, ante una compra, por el consumidor final, del casi 50% al día, prácticas alteradas frente a la crisis.

Tanto el ingreso como la mantención en mercado van de la mano del precio de venta y de una permanente calidad, frente a la competencia, es así que Chile ha ganado posicionamiento en el tiempo. La consolidación como proveedor viene dada, en gran medida, por la seriedad y confiabilidad que el exportador otorgue a las relaciones con el importador.

Se recomienda visitar ferias especializadas de alimentos en el mercado como Alimentaria y Fruit Attaction, como parte de la prospección del sector, como dependiendo de la madurez comercial/exportadora de la empresa participar en estas, ya que son una excelente oportunidad de promoción de negocios a corto plazo que genera una acción directa de marketing y ventas.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **ALIMENTARIA**
Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas
Fecha: 26 al 29 de marzo 2012 (feria bianual)
Lugar: Barcelona
Web: <http://www.alimentaria-bcn.com>

- **FRUIT ATTRACTION**
Feria Internacional del sector de frutas y hortalizas.
Fecha: 19 al 21 de octubre de 2011
Lugar: Madrid
Web: www.fruitattraction.ifema.es

- **SALÓN DE GOURMETS**
Feria Internacional de alimentos y bebidas gourmets
Fecha: 2012 (fecha a determinar, última edición: 11-14 abril 2011)
Lugar: Madrid
Web: <http://www.salondegourmets.com>

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **The Export Helpdesk**
Es un servicio en Internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Proporciona información a los exportadores sobre requisitos, normas, aranceles y estadísticas comerciales.
- **Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino**
<http://www.marm.es>
- **MERCASA**
<http://www.mercasa.es>
Empresa nacional que depende de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, nos da información sobre el comercio mayorista y minorista.
- **Consejo Superior de Cámaras**
<http://www.camaras.org>
Brinda información sobre el comercio, la industria y la navegación de España.
- **Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.**
<http://www.comercio.es>
Información acerca del comercio exterior e interior español.

Aviso: Se ha procurado asegurar la mayor precisión posible de los datos contenidos en este documento. La exactitud total de la información sólo puede ser garantizada mediante consulta directa de sus fuentes oficiales.