

ESTUDIO DE MERCADO HONGOS EN CONSERVA - BOLIVIA

ProChile La Paz, Abril 2009

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 2003109000

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: LOS DEMÁS HONGOS DEL GÉNERO AGARICUS, ENTEROS, PREPARADOS O CONSERVADOS

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO NANDINA: 2003.90.00.00

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL:

Los demás Hongos, preparados o conservados, tienen el 20% de arancel sobre el valor CIF Frontera. Estructura arancelaria vigente a partir del mes de abril del año 2008, anteriormente el arancel era del 10%.

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Los demás hongos, preparados o conservados, (y en general los de la partida 2003), no tienen preferencia arancelaria en el ACE 22 y entran al mercado boliviano con el pago de 20% de arancel.

Fuente: ALADI

PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

CODIGOS ARANCELARIOS	ACUERDO AAP.Nº 36 MERCOSUR (preferencia)	ACUERDO AAP.Nº 31 MEXICO
2003.90.00.00	0%	---

Fuente: ALADI

Los demás hongos (2003.90.00.00) provenientes de los países del Mercosur y de México entran a este mercado pagando el arancel.

Los productos provenientes de los países que integran la Comunidad Andina de Naciones, gozan del 100% de preferencia.

OTROS IMPUESTOS

Todos los productos importados con objetivos comerciales, están gravados con un Impuesto al Valor Agregado, IVA, del 14,94% sobre el valor CIF frontera.

Modelo de cálculo para productos sin preferencia arancelaria

DETALLE	US\$.
(1) Valor Aduanero CIF	100.000
(2) Derechos de Aduana 10% sobre valor CIF	10.000
(3) Base Imponible para el IVA (1)+(2)	110.000
(4) IVA (4) x 0,1494%	16.434
(*) Total a pagar en Aduana (2) + (4)	26.434

(*) No se contemplan los honorarios del Agente Despachante de Aduana que oscila entre 1 y 2% sobre el valor FOB

Modelo de cálculo para productos con preferencia arancelaria

DETALLE	US\$.
(1) Valor Aduanero CIF	100.000
(2) Derechos de Aduana 0% sobre valor CIF (*)	-
(3) Base Imponible para el IVA (1)	100.000
(4) IVA (4) x 0,1494%	14.940
(**) Total a pagar en Aduana (2) + (3) + (4)	14.940

(*) La preferencia arancelaria puede ser variable, en este caso se considera un 100% de preferencia arancelaria

(**) No se contemplan los honorarios del Agente Despachante de Aduana que oscila entre 1 y 2% sobre el valor FOB

BARRERAS PARA ARANCELARIAS: No se han encontrado.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Identificación de las agencias pertinentes ante las cuales se deben tramitar permisos de ingresos, el registro de productos y etiquetas:

Requisitos de Ingreso a Bolivia para Productos Alimenticios:

El importador boliviano debe estar inscrito en el Registro Sanitario de Empresas del Rubro Alimenticio (Resolución Administrativa SENASAG N. 74/02)

El importador debe solicitar el Permiso de Inocuidad Alimentaria emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria, SENASAG.

Adicionalmente, la autoridad competente de control oficial debe señalar que la empresa o empresas donde se procesan los productos cuentan con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM's y GPM's), tiene implementados los Procedimientos Estandarizados de Operaciones Sanitarias (SSOP's) incluyendo Programas de Limpieza y Desinfección y Programas de Control de Plagas, como parte del rol de la autoridad competente de control oficial.

Ejemplos de etiquetado de productos:

Los Productos Alimenticios Preenvasados deberán cumplir los puntos 4 al 6 de la Norma boliviana NB 314 001 -01 Etiquetado de los Alimentos Preenvasados adoptada por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad – IBNORCA. (D.S. n. 26511 de 21/02/02)

La etiqueta de los alimentos preenvasados debe llevar la siguiente información obligatoria:

- a) Nombre del alimento
- b) Naturaleza y condición del alimento
- c) Contenido neto
- d) Composición del alimento: lista de ingredientes en orden decreciente de acuerdo a sus porcentajes. Aditivos.
- e) Identificación del lote
- f) Marcado de fecha e instrucciones para la conservación
- g) Nombre o razón social y dirección del fabricante
- h) Lugar y país de origen
- i) Marca

ESTADISTICAS - IMPORTACIONES

2008

**2003.90.00.00
LOS DEMÁS HONGOS Y TRUFAS PREPARADOS O CONSERVADOS
(EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)**

PAÍS DE ORIGEN	VOLUMEN (KILOS BRUTOS)	VALOR CIF FRONTERA \$US.	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
CHINA	168.359	73.930	99,1%
JAPON	35	562	0,8%
ESTADOS UNIDOS	64	46	0,1%
BRASIL	200	41	0,1%
TOTAL GENERAL	168.658	74.579	100,0%

2007

**2003.90.00.00
LOS DEMÁS HONGOS Y TRUFAS PREPARADOS O CONSERVADOS
(EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)**

PAÍS DE ORIGEN	VOLUMEN (KILOS BRUTOS)	VALOR CIF FRONTERA \$US.	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
CHINA	76.815	40.087	92,2%
BRASIL	2.017	2.586	5,9%
ITALIA	162	506	1,2%
JAPON	522	270	0,6%
ESTADOS UNIDOS	4	26	0,1%
ALEMANIA	18	17	0,0%
TOTAL GENERAL	79.538	43.492	100%

2006

**2003.90.00.00
LOS DEMÁS HONGOS Y TRUFAS PREPARADOS O CONSERVADOS
(EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)**

PAÍS DE ORIGEN	VOLUMEN (KILOS BRUTOS)	VALOR CIF FRONTERA \$US.	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
CHINA	41696	16311	99,8%
ESTADOS UNIDOS	100	16	0,2%
TOTAL GENERAL	41.796	16.327	100%

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Formas de consumo del producto:

Los hongos en conserva o champiñones como se los conoce comúnmente, son empleados para la preparación de ciertos platos como ingrediente para carnes rojas y blancas, también para la preparación de salsas que las acompañan o salteados al ajillo o con diferentes cremas para mezclar con espaguetis y otras pastas. También se consumen en ensaladas.

Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto:

No se han encontrado.

Comentarios de los importadores:

De acuerdo a conversaciones con importadores, lo que les motiva a la hora de elegir un producto y el país de origen, es en primer lugar la demanda que pueda existir en el mercado por ese producto y la competitividad del producto de uno u otro país de origen de acuerdo a la relación precio/calidad puesto en el mercado boliviano.

Temporadas de mayor demanda/consumo del producto:

En toda época. Sin embargo, algunas épocas del año hay venta a nivel de mercados de hongos frescos, que pueden reemplazar los envasados.

Principales zonas o centros de consumo del producto:

Los hongos conservados (comúnmente conocidos como champiñones) importados son comprados por un segmento de mercado de ingresos medios a altos, se dirigen a un nicho de la población preferente, que cuenta con un mayor poder adquisitivo y compra productos de tipo gourmet, conocen y tienen preferencia por este tipo de productos.

Potencial de mercado para este producto

No es posible hacer una estimación cabal del tamaño del mercado, debido a que gran parte de las hortalizas en conserva, entre estas los champiñones, ingresan a este mercado vía contrabando. Sin embargo, se puede hacer una aproximación con los datos de importación.

Los demás hongos preparados o conservados, presentan mayores montos y volúmenes de importación hacia este mercado, con un fuerte incremento para los últimos años de más del 160% y 71%, habiendo superado los 70 mil dólares de importación de este producto.

LOS DEMÁS HONGOS Y TRUFAS PREPARADOS O CONSERVADOS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)

2003.90.00.00	2006	2007	2008
TOTAL VALOR CIF \$US	16.327	43.492	74.579
Variación Valor en %		166%	71,5%
TOTAL VOLUMEN Kilos Brutos	41.796	79.538	168.658
Variación Volumen %		90%	112,0%

Las importaciones bolivianas de los demás hongos tienen como principal país de procedencia China, habiendo los champiñones enlatados de origen chino inundado este mercado.

2003.90.00.0 LOS DEMÁS HONGOS Y TRUFAS PREPARADOS O CONSERVADOS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)

2006			2007			2008		
PUESTO	PAIS	%PARTICIPACION EN EL MERCADO	PUESTO	PAIS	%PARTICIPACION EN EL MERCADO	PUESTO	PAIS	%PARTICIPACION EN EL MERCADO
1	China	99,9%	1	China	92,2%	1	China	99,1%
2	USA	0,1%	2	Brasil	5,9%	2	Japón	0,8%

Los márgenes de comercialización en promedio fluctúan entre: 15% importador al mayorista; 8% entre mayorista y minorista; y 20% entre minorista y consumidor final.

Si bien el producto chino es el más barato, los hongos en conserva chilenos tienen el potencial de poder competir en cuanto a calidad, sabor y diferenciación sobre todo a nivel de supermercados y almacenes.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$)

Los siguientes son precios obtenidos en La Paz en Supermercados, y Tiendas de Almacén.

PRODUCTO	MARCA	ORIGEN	PESO/CANT	PRECIO BS.	PRECIO US\$.
CHAMPIÑONES ENLATADOS	HERDEZ	MÉXICO	183 gramos	9,4	1,43
CHAMPIÑONES ENLATADOS	TAN	CHINA	325 gramos	8	1,21
CHAMPIÑONES ENLATADOS	ZABALAT	CHINA	850 gramos	18	2,57

Se encuentran sobre todo en el mercado productos de procedencia china de las marcas Tan y Zabalat.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Se dan a nivel de supermercados degustaciones de champiñones, cuando se quiere introducir al mercado una nueva marca importada.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



El canal de comercialización es: productor, importador mayorista, comerciante mayorista o minorista y consumidor final.

En los supermercados y tiendas de almacén se venden champiñones en conserva enlatados o en frascos, provenientes de fuentes formales de importación. Sin embargo, en mercados y en tiendas del comercio informal estos productos provienen de contrabando, de origen principalmente chino a precios relativamente bajos.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA.

La mayoría de estos productos se venden en el mercado enlatados, aunque también se presentan en frascos de vidrio.



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

Sugerencias sobre la Estrategia de Penetración al Mercado

En relación a la introducción de champiñones chilenos al mercado, los supermercados y almacenes son una opción interesante para la llegada de estos productos al público que los demanda en el mercado boliviano. Especialmente los presentados en frasco y no en lata, que dan mayor confiabilidad de ser frescos.

Es importante resaltar que el consumidor boliviano es seguidor de marcas, por lo que para ingresar productos chilenos a los supermercados será necesario invertir tanto en promoción, por ejemplo mediante folletos, como en degustaciones.

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

FEICOBOL

Campo Ferial de Alalay

Fono: (591-4) 4218880, 4257715 - Fax (591-4) 4218880, 4257717

E.Mail: feicobol@albatros.cnb.net

Pag Web. www.feicobol.com.bo

Cochabamba

Multisectorial

EXPOCRUZ y RUEDA DE NEGOCIOS SANTA CRUZ

Av. Roca y Coronado (Recinto Ferial)

Fono: (591-3) 3533535 – Fax: (591-3) 3530888

E.mail : fexpocruz@cotas.com.bo Pag Web: www.fexpocruz.com.bo

Santa Cruz

Multisectorial