

PERFIL DE MERCADO NUECES CON Y SIN CÁSCARA - ESPAÑA

ProChile Madrid, Marzo 2008

PRODUCTO: Nueces de nogal con y sin cáscara

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

Código	Descripción del producto
08023100	Nueces de nogal con cáscara, frescas o secas.
08023210	Nueces de nogal enteras, sin cáscara frescas o secas.
08023290	Las demás nueces de nogal, frescas o secas.

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL TARI C

Código	Descripción
08	Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
0802	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.
s.c.	Nueces de nogal.
0802.3100.00	Con cáscara.
0802.3200.00	Sin cáscara.

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL :

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 3100 00</u>	-- Con cáscara
<u>0802 32</u>	--Sin cáscara

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento/ Decisión
Erga omnes	Derecho terceros países	4%	<u>R9922040</u>
SPG (R 01/2501) - Régimen general	Preferencias arancelarias	0%	<u>R0509800</u>

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 31</u>	--Con cáscara
0802 3200 00	--Sin cáscara

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento/ Decisión
Erga omnes	Derecho terceros países	5.1 %	<u>R9922040</u>
SPG (R 01/2501) - Régimen general	Preferencias arancelarias	1.6 %	<u>R0509801</u>

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 31</u>	--Con cáscara
<u>0802 32</u>	--Sin cáscara

-

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento/ Decisión
Chile	Preferencias arancelarias	0%	<u>D0209790</u>

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 31</u>	--Con cáscara
0802 32	--Sin cáscara

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento/ Decisión
Chile	Preferencias arancelarias	0%	<u>D0209790</u>

Documentos para poder acogerse al régimen arancelario preferencial.

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.
Validez	Las pruebas de origen tienen una validez de 10 meses.
Exentos de presentar pruebas de origen	La presentación de la prueba de origen no será necesaria cuando el valor total de los productos importados no sea superior a 500 euros.

PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Competencia directa en el mercado español

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 31 0000</u>	-- Con cáscara

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento/ Decisión
Estados Unidos	Derecho terceros países	4%	<u>R9922040</u>

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 32 0000</u>	-- Sin cáscara

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento/ Decisión
Estados Unidos	Derecho terceros países	5,1%	<u>R9922040</u>

OTROS IMPUESTOS

IVA: 4,00%

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

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 31</u>	-- Con cáscara

Inspecciones	Breve descripción
CONCAL	Control de calidad (a la importación).
FITCAN	Inspección fitosanitaria en Canarias (importación/introducción exclusivamente)
FITIN	Inspección fitosanitaria (importación exclusivamente)
SANIM	Inspección sanitaria (importación)
TFITIN	Inspección fitosanitaria para el tránsito

Observaciones:

La inspección fitosanitaria a la importación solo se aplicará a los productos procedentes de países no CEE para Península, Baleares y de cualquier procedencia para el archipiélago Canario.

El control de calidad a la importación "CONCAL" será efectuado por los Servicios del SOIVRE, según lo establecido en la Orden PRE/3026/2003 de 30 de octubre (BOE n. 262 de 1 de noviembre de 2003).

Código	Descripción del producto
<u>0802</u>	Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados
<u>0802 31</u>	-Nueces de nogal
<u>0802 32</u>	-- Sin cáscara

Inspecciones	Breve descripción
FITCAN	Inspección fitosanitaria en Canarias (importación/introducción exclusivamente)
FITIN	Inspección fitosanitaria (importación exclusivamente)
SANIM	Inspección sanitaria (importación)
TFITIN	Inspección fitosanitaria para el tránsito

Observaciones:

La inspección fitosanitaria a la importación solo se aplicará a los productos procedentes de países no CEE para Península, Baleares y de cualquier procedencia para el archipiélago Canario.

Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.

Las importaciones de productos alimenticios de origen no animal, deben cumplir con una serie de requisitos específicos, diseñados para proteger la salud de los consumidores.

- Principios generales de higiene

Las reglas relevantes sobre higiene que deben ser cumplidas por todos los productos que ingresan a Europa están contenidas en la Regulación N° 852/2004 (OJ L-226 25/06/2004).

Preguntas claves relacionadas a los requerimientos de importación y nuevas normas de higiene con sus controles oficiales:

http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf

Documento guía en la implementación de los requerimientos exigidos por la comunidad europea para cumplir con normas de higiene según regulación (EC) No 852/2004.

http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygienelegislation/guidance_doc_852-2004_en.pdf

Documento guía sobre la implementación de procedimientos basados en los principios de la HACCP:

http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygienelegislation/guidance_doc_haccp_en.pdf

- Normativa general sobre contaminantes en productos alimenticios

Las sustancias contaminantes presentes en los productos alimenticios o en sus etapas de producción, marketing o ambiental, representan un grave riesgo para la salud, en base a esto y para minimizar este se han definido los niveles máximos de ciertos contaminantes.

Niveles máximos de ciertos contaminantes:

<http://europa.eu/eur-lex/lex/JOhtml.do?uri=OJ:L:2006:364:SOM:EN:HTML>

Niveles máximos de pesticidas:

http://ec.europa.eu/food/plant/protection/pesticides/index_en.htm

Legislación de materiales en contacto con los alimentos:

http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/foodcontact/index_en.htm

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

Importaciones España Nueces de Nogal con cáscara:

Países	2007(01-11)	2007(01-11)	Variación Kg.	Participación	Precio medio importación
	Miles de euros	Kg.			
Estados Unidos	15.626	7.225.800	-36%	57,3%	€ 2,16
Francia	9.297	3.953.937	-19%	31,4%	€ 2,35
Chile	2.686	1.117.872	38%	8,9%	€ 2,40
India	440	93.400	345%	0,7%	€ 4,71
Alemania	244	88.400	15%	0,7%	€ 2,76
Italia	78	81.340	-	0,6%	€ 0,95
Países Bajos	84	28.840	6309%	0,2%	€ 2,91
Portugal	49	15.573	9%	0,1%	€ 3,16
Totales / Promedio	28.503	12.605.162	-26%	100,0%	€ 2,68

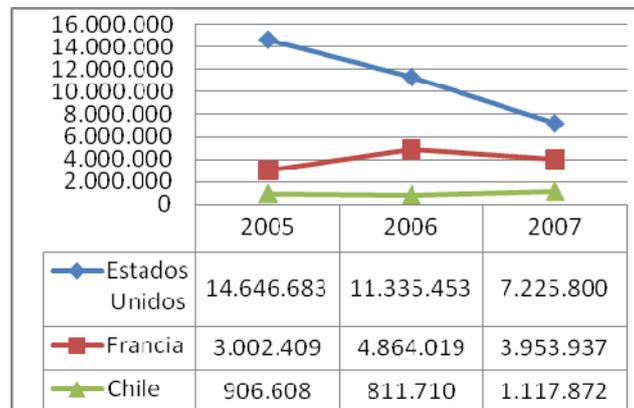
Países	2006	2006	Variación Kg.	Participación	Precio medio importación
	Miles de euros	Kg.			
Estados Unidos	22.510	11.335.453	-22,6%	66,1%	€ 1,99

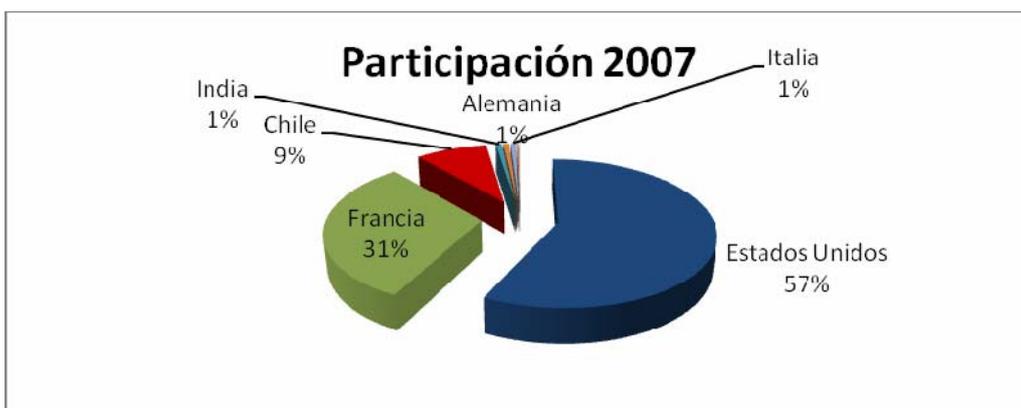
Francia	9.818	4.864.019	62,0%	28,4%	€	2,02
Chile	2.044	811.710	-10,5%	4,7%	€	2,52
Alemania	201	76.545	121,0%	0,4%	€	2,63
India	90	21.000	-	0,1%	€	4,29
Canadá	40	20.000	-80,0%	0,1%	€	2,00
Portugal	26	14.285	55,2%	0,1%	€	1,84
Países Bajos	3	450	-	0,0%	€	7,35
Totales / Promedio	34.732	17.143.461	-8,6%	100,0%	€	3,08

Países	2005	2005	Variación Kg.	Participación	Precio medio importación
	Miles de euros	Kg.			
Estados Unidos	28.765	14.646.683	-8,8%	78,1%	€ 1,96
Francia	6.349	3.002.409	30,5%	16,0%	€ 2,11
Chile	2.149	906.608	-36,0%	4,8%	€ 2,37
Canadá	198	99.900	149,3%	0,5%	€ 1,98
Italia	92	52.425	-67,6%	0,3%	€ 1,76
Alemania	150	34.632	-87,2%	0,2%	€ 4,33
Israel	19	10.000	-	0,1%	€ 1,93
Portugal	25	9.205	-66,8%	0,0%	€ 2,73
Reino Unido	0	175	-	0,0%	€ 2,43
Totales / Promedio	37.748	18.762.037	-8,4%	100,0%	€ 2,40

Fuente: Datacomex (<http://datacomex.comercio.es/>)

Evolución importaciones principales actores mercado nuez con cáscara:





Fuente: Datacomex <http://datacomex.comercio.es/>



Fuente: Datacomex <http://datacomex.comercio.es/>

Importaciones España Nueces de Nogal sin cáscara:

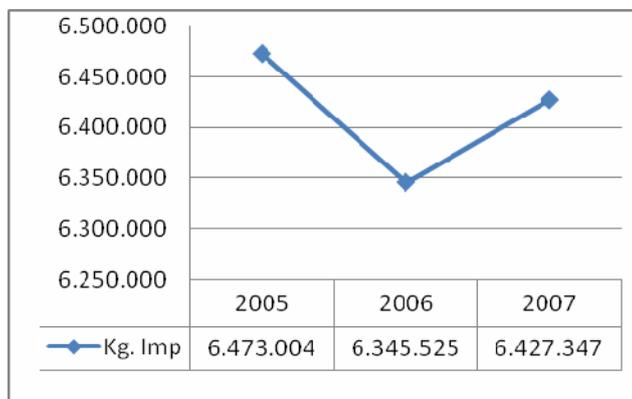
Países	2007(01-11)	2007(01-11)	Variación Kg.	Participación	Precio medio importación
	Miles de euros	Kg.			
Estados Unidos	19.108	3.804.137	0,1%	59,2%	€ 5,02
India	6.057	1.399.400	33,8%	21,8%	€ 4,33
Chile	3.648	578.045	2,3%	9,0%	€ 6,31
Moldavia	621	219.010	-8,4%	3,4%	€ 2,83
Países Bajos	846	181.604	729,6%	2,8%	€ 4,66
Francia	459	108.000	-26,3%	1,7%	€ 4,25
Ucrania	386	80.000	-70,5%	1,2%	€ 4,82
China	145	32.200	-82,1%	0,5%	€ 4,51
Alemania	129	20.903	15,2%	0,3%	€ 6,15
Portugal	25	3.611	-75,2%	0,1%	€ 6,98
Italia	4	438	-98,7%	0,0%	€ 8,65
Totales / Promedio	31.427	6.427.347	1,3%	100,0%	€ 5,32

Países	2006	2006	Variación Kg.	Participación	Precio medio importación
	Miles de euros	Kg.			
Estados Unidos	19.031	3.799.362	3,5%	59,9%	€ 5,01
India	4.901	1.045.500	-14,9%	16,5%	€ 4,69
Chile	3.967	565.318	37,6%	8,9%	€ 7,02
Ucrania	1.261	271.200	-38,2%	4,3%	€ 4,65
Moldavia	735	238.967	-26,7%	3,8%	€ 3,07
China	857	179.480	-17,9%	2,8%	€ 4,78
Francia	738	146.462	29,2%	2,3%	€ 5,04
Italia	7	33.290	464,2%	0,5%	€ 0,21
Países Bajos	131	21.890	64,3%	0,3%	€ 6,00
Alemania	118	18.147	24,4%	0,3%	€ 6,50
Portugal	97	14.570	24,4%	0,2%	€ 6,65
Canadá	53	11.340		0,2%	€ 4,65
Totales / Promedio	31.896	6.345.525	-2,0%	100,0%	€ 4,86

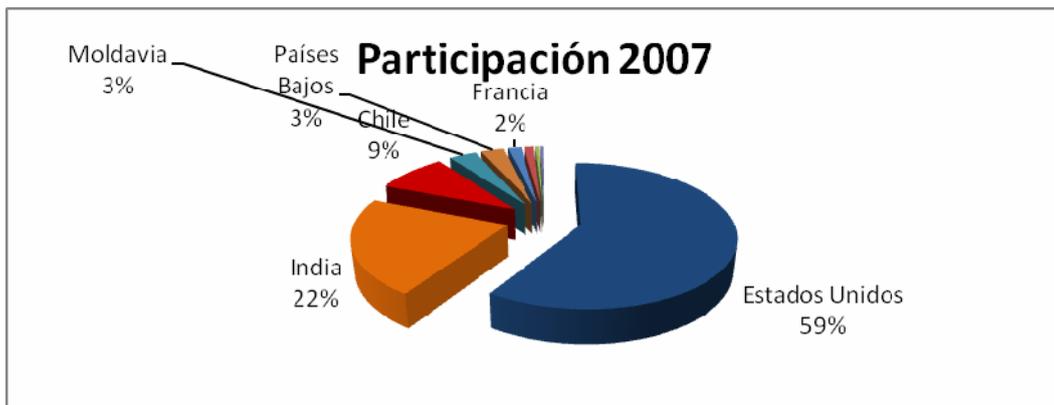
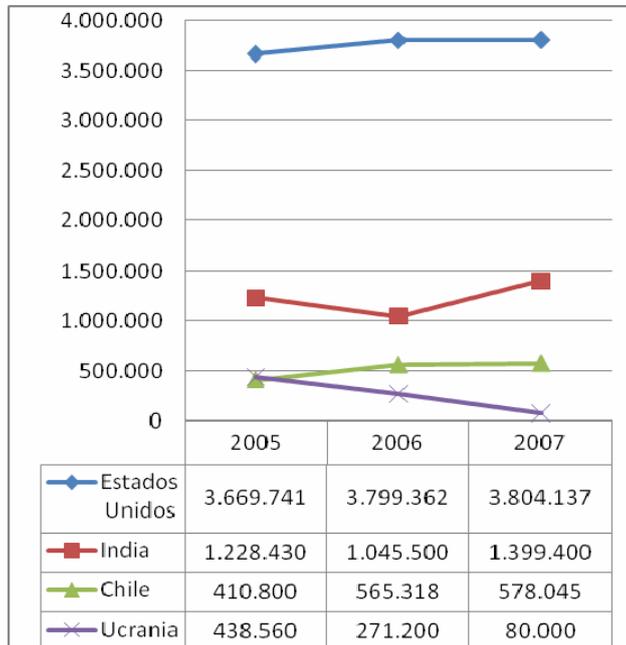
Países	2005	2005	Variación Kg.	Participación	Precio medio importación
	Miles de euros	Kg.			
Estados Unidos	17.249	3.669.741	20,5%	56,7%	€ 4,70
India	4.557	1.228.430	-23,3%	19,0%	€ 3,71
Ucrania	1.623	438.560	46,3%	6,8%	€ 3,70
Chile	2.733	410.800	124,2%	6,3%	€ 6,65
Moldavia	710	325.803	-5,9%	5,0%	€ 2,18
China	934	218.620	1043,5%	3,4%	€ 4,27
Francia	653	113.404	110,5%	1,8%	€ 5,76
Hungría	63	20.000		0,3%	€ 3,15
Alemania	85	14.590	-90,5%	0,2%	€ 5,81
Países Bajos	68	13.320	-19,6%	0,2%	€ 5,09
Portugal	74	11.715	37,3%	0,2%	€ 6,35
Italia	2	5.900		0,1%	€ 0,30
Rumania	10	2.120	-81,9%	0,0%	€ 4,56
Reino Unido	0	1		0,0%	€ 13,97
Totales / Promedio	28.761	6.473.004	12,3%	100,0%	€ 5,01

Fuente: Datacomex (<http://datacomex.comercio.es/>)

Evolución importaciones nuez sin cáscara:



Evolución importaciones principales actores mercado nuez con cáscara:



Fuente: Datacomex <http://datacomex.comercio.es/>

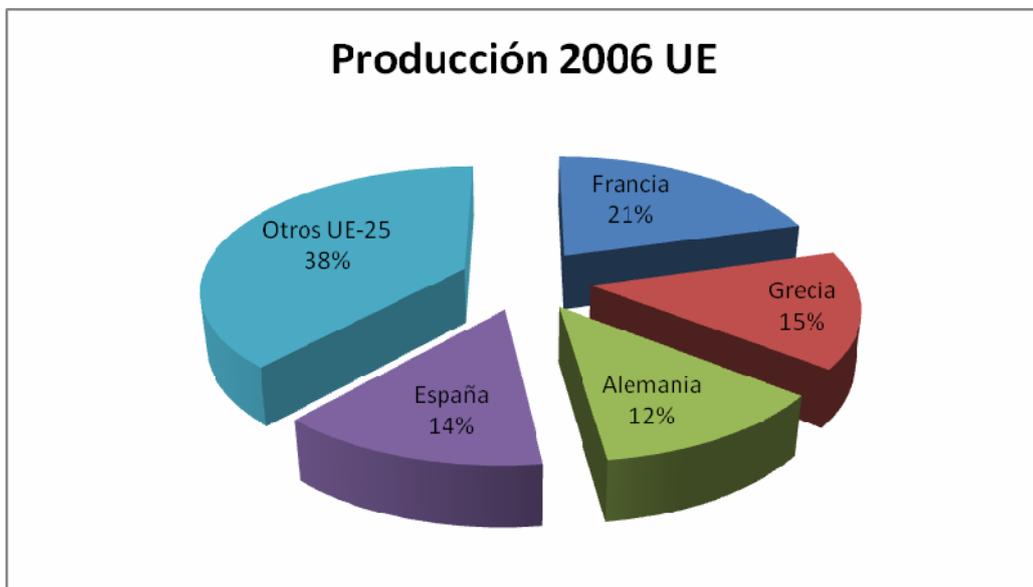


Fuente: Datacomex <http://datacomex.comercio.es/>

POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Producción de la nuez

La nuez resulta, a nivel mundial, el tercer fruto seco en importancia. Se producen aproximadamente 1,5 millones de toneladas cáscara, que se reducen a la mitad cuando se aprovechan sus contenidos en grano. La quinta parte de esta producción mundial se localiza en Estados Unidos. En la UE-25 la producción es del orden de 73.000 toneladas grano, con 15.000 toneladas en Francia, 11.000 en Grecia y 9.000 en Alemania; España produjo en 2006 unas 10.000 toneladas grano, la mayor parte de las cuales se obtienen a partir de árboles diseminados.



* Fuente: Alimentaria 2007

Como podemos ver, España es un país productor de nueces, al igual que Francia, Grecia y Alemania, pero su producción no alcanza a abastecer la demanda nacional que es relevante debido a la incorporación en la dieta que tiene este alimento.

Las nueces varían según su zona de producción. La variedad existente en el mercado español se diferencia por su tamaño y procedencia, siendo las más solicitadas las de mayor calibre. Las nueces una vez que se les quita la piel verde externa, se lavan y en algunas ocasiones se blanquean con un tratamiento de anhídrido sulfuroso. La presentación sin cáscara se conserva menos tiempo, ya que los líquidos de la nuez, se oxidan más deprisa, por lo que es necesario, no exponer durante mucho tiempo las nueces fuera de su envoltorio original y consumirlas en un espacio de tiempo corto.

Las variedades más apreciadas en el mercado español son:

- Hartley
- Eureka
- Franquette
- Vina
- Chandler

FRUTALES DE FRUTO SECO

15.5. NOGAL: Serie histórica de superficie, arboles diseminados, rendimiento, producción, precio, valor y comercio exterior

Años	Superficie en plantación regular		Arboles diseminados (miles de árboles)	Rendimiento de la superficie en producción (qm/ha)	Producción (toneladas)	Precio medio percibido por los agricultores (euros/100kg)	Valor (miles de euros)
	Total (hectáreas)	En producción (hectáreas)					
1990	2.497	1.882	470	43,0	8.091	143,87	11.641
1991	2.708	2.163	478	41,5	8.967	172,74	15.490
1992	2.298	1.747	484	51,9	9.046	154,48	13.974
1993	2.789	2.322	511	37,5	8.717	164,76	14.362
1994	2.775	2.271	457	32,4	8.282	162,38	13.448
1995	2.874	2.307	498	35,1	8.110	169,47	13.744
1996	2.996	2.307	473	14,9	10.059	148,19	14.906
1997	2.985	2.259	498	15,6	9.503	150,01	14.255
1998	2.905	2.397	444	12,3	7.713	170,18	13.126
1999	3.130	2.551	452	16,4	9.960	170,57	16.988
2000	4.065	3.349	439	14,9	11.418	191,59	21.876
2001	4.287	3.446	417	16,4	11.903	171,86	20.456
2002	5.333	3.341	418	20,0	13.657	206,55	28.209
2003	5.515	3.525	279	19,7	9.418	183,19	17.253
2004	5.978	5.071	254	16,8	8.514	183,19	15.597
2005	5.846	5.092	251	16,9	8.629	192,24	16.588

⁽¹⁾ En equivalente con cáscara, siendo el coeficiente de conversión de nuez pelada a con cáscara 3,30.

Años	Comercio exterior ⁽¹⁾ (toneladas)		Exportaciones Netas
	Importaciones	Exportaciones	
1990	18.968	220	-18.748
1991	17.165	251	-16.914
1992	16.848	122	-16.726
1993	16.066	114	-15.952
1994	18.512	181	-18.331
1995	19.709	178	-19.531
1996	21.265	221	-21.044
1997	20.021	541	-19.480
1998	20.678	811	-19.867
1999	26.313	1.268	-25.045
2000	31.535	1.260	-30.276
2001	33.638	1.653	-31.985
2002	41.082	1.514	-39.568
2003	34.402	2.114	-32.288
2004	26.240	1.013	-25.227
2005	25.236	1.621	-23.615

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

4Calibres y estacionalidad de la nuez comercializada en España

Los calibres más comercializados y de mayor éxito son los de 30-32 y 32-34, que son los tamaños large y jumbo, denominados en el mercado americano. Los productos de menor calibre son generalmente utilizados en la industria de la pastelería.

El clima es muy relevante en el calibre de una nuez, fuertes heladas pueden provocar una pérdida importante de la producción, es por esto que muchas veces el precio puede tener tendencia al alza, debido a la insuficiente oferta.

En España la producción de nuez ha ido en aumento, antes había nogales aislados que producían muy poco. Ahora las plantaciones son más modernas y el producto es de mayor calibre, parecido al de California.

El consumo de la mayoría de los frutos secos se incrementa considerablemente durante los meses de Navidad (Diciembre y Enero), aunque la demanda por estos permanece durante todo el año, en estos meses en donde alcanza su punto más alto.

La recolección del producto en España se realiza durante los meses de Septiembre y finales de Octubre, evitando que la nuez quede sobre el terreno más de tres días para que no se produzca un posible ennegrecimiento de la cáscara. Esto supone que a los pocos días de ser cosechada, toda la nuez de ámbito nacional esté vendida.

Esta estacionalidad es inversa a la que existe en el hemisferio Sur, lo que favorece la entrada del producto proveniente de Chile, debido a la escases del producto y a que los mayores productores como lo son Estados Unidos, Alemania, Francia y Grecia se encuentran en el hemisferio Norte.

Consumo de la nuez en España

Los españoles consumen 3,1 kilos de frutos secos por persona, de los que un 82,3% se consumen en el ámbito doméstico, un 17,3% es comprado por hosteleros y restauradores, y el 0,4% restante corresponde al consumo institucional.

Del total de frutos secos consumidos, 660 gramos son de nueces, 430 gramos de cacahuetes, 400 gramos de almendras y otros 1.610 gramos se reparten entre el resto de frutos secos.

Los más aficionados a los frutos secos son los navarros, catalanes y asturianos, mientras que en el extremo opuesto se encuentran los habitantes de Extremadura, Andalucía y La Rioja.

Los mayores consumos de frutos secos se registran en los pequeños municipios rurales, seguidos de las grandes áreas metropolitanas, mientras que los consumos más reducidos de estos productos tienen lugar en los núcleos de población intermedios, de entre 2.000 y 100.000 habitantes.

Los hogares habitados sólo por adultos y aquellos en los que vive una sola persona son los que comen más frutos secos, mostrándose los niveles de consumo más bajos en los hogares con niños menores de 6 años. En cuanto a la estructura del núcleo familiar, los adultos independientes, los jubilados y las parejas adultas sin hijos son los principales consumidores de frutos secos, frente a las parejas jóvenes con hijos pequeños y de mediana edad y los hogares monoparentales, que muestran los consumos más bajos para este tipo de productos.

Consumo para el periodo Julio 2006 / Junio 2007

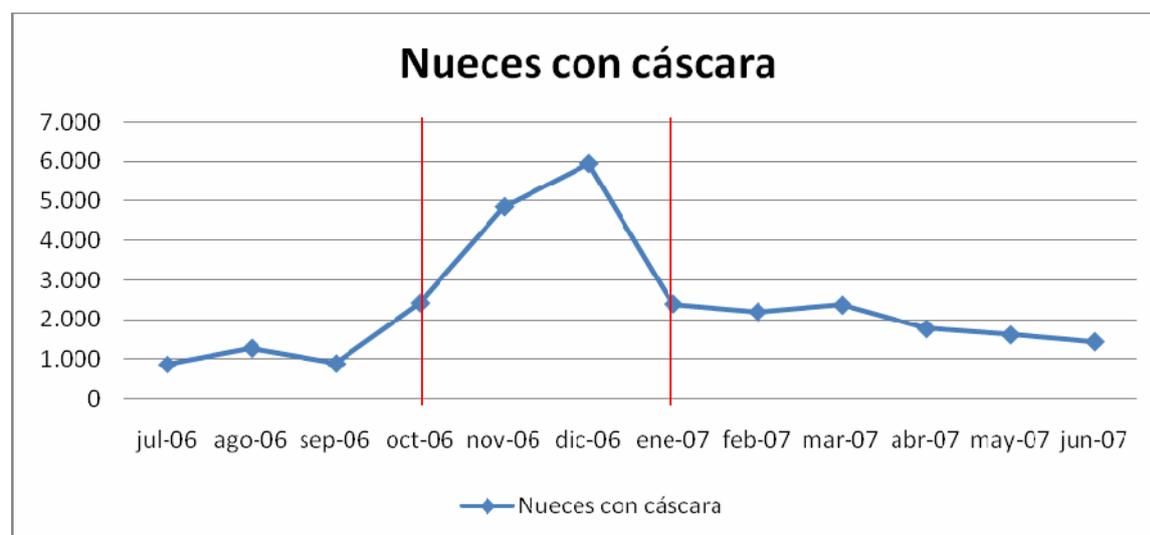
Producto	jul-06	ago-06	sep-06	oct-06	nov-06	dic-06
Frutos secos, nueces	1.037	1.418	1.045	2.702	5.110	6.212
Nueces con cáscara	863	1.277	884	2.419	4.857	5.951
Nueces sin cáscara	175	141	161	282	252	262

Producto	ene-07	feb-07	mar-07	abr-07	may-07	jun-07
Frutos secos, nueces	2.582	2.424	2.603	1.979	1.899	1.647
Nueces con cáscara	2.395	2.197	2.366	1.766	1.610	1.440
Nueces sin cáscara	188	227	237	213	288	207

*Cifras en miles de Kg.

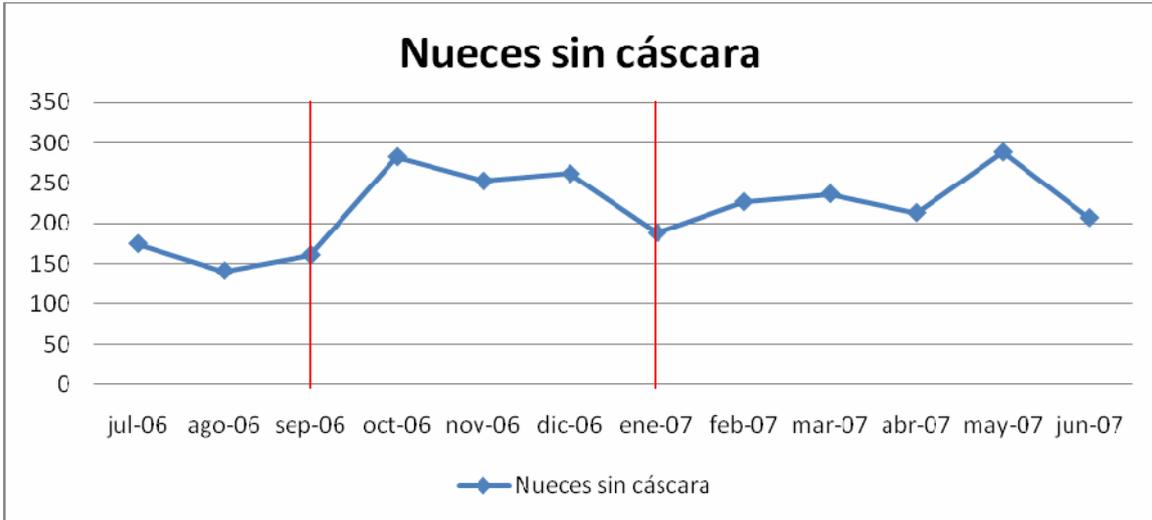
Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Consumo para el periodo Julio 2006 / Junio 2007



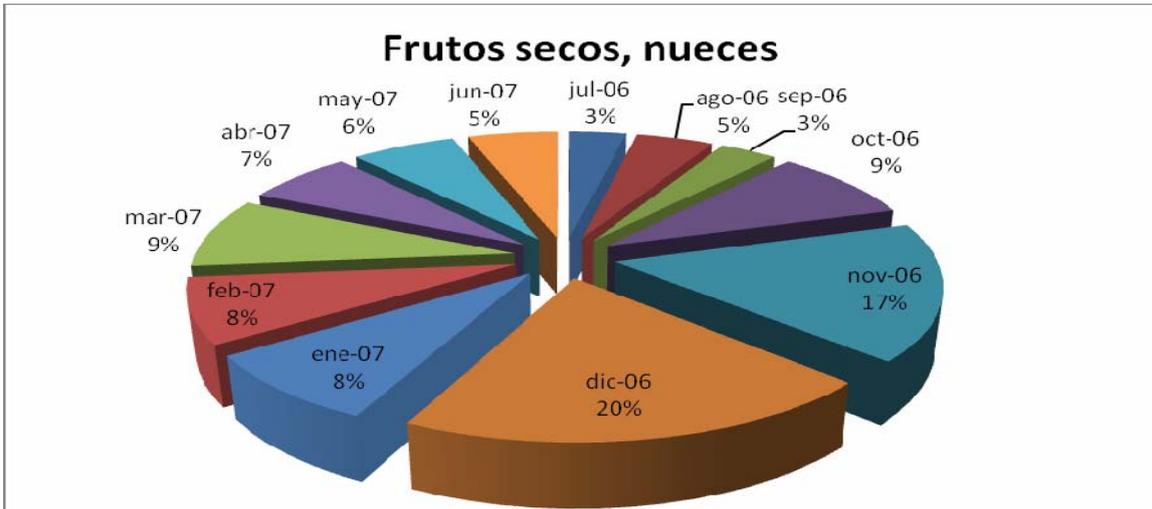
*Cifras en miles de Kg.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



*Cifras en miles de Kg.

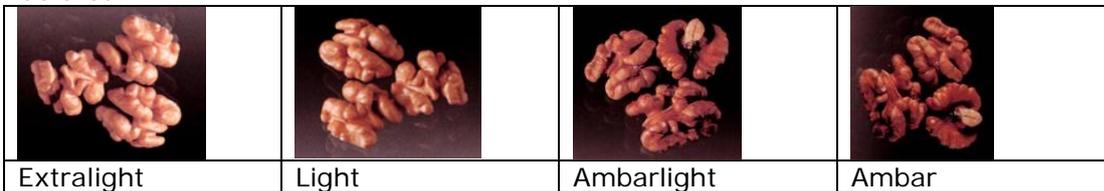
Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

4.4 Colores y tamaños

Colores:



Existen muchos factores que alteran el color de la pulpa, siendo el principal de ellos el grado de madurez. Es muy importante destacar que el color oscuro no es un defecto, y en muchas industrias es apreciado por su más intenso sabor y dulzor.

Tamaños:

	
Mariposas	Cuartos

PRECIOS DE REFERENCIA

Precios de referencia retail

Imagen	Descripción	Cantidad	Precio
	Nueces peladas (medias) manzanares. http://www.tudespensa.com	200gr.	€ 2,29
	Nueces sin cáscara. Envasado en atmósfera protectora. http://www.carrefour.es/	180gr.	€ 1,89
	Nuez en grano de California. http://www.carrefour.es/	130gr.	€ 2,15
	Lata nueces peladas al Natural. http://www.elcorteingles.es	200gr.	€ 8,10

	<p>Nueces peladas en bolsa. http://www.elcorteingles.es</p> <p>SUPERMERCAD  SUPERMERCAD </p>	<p>250gr.</p>	<p>€ 3,99</p>
	<p>Nuez pacana frita bolsa. http://www.elcorteingles.es</p> <p>SUPERMERCAD  SUPERMERCAD </p>	<p>250gr.</p>	<p>€ 5,75</p>
	<p>Sandral naturales peladas Bolsa. http://www.elcorteingles.es</p> <p>SUPERMERCAD  SUPERMERCAD </p>	<p>150gr.</p>	<p>€ 4,54</p>
	<p>Gancedo nueces de California peladas bolsa. http://www.elcorteingles.es</p> <p>SUPERMERCAD </p>	<p>100gr.</p>	<p>€ 2,14</p>
	<p>Nueces peladas de California bandeja. http://www.elcorteingles.es</p> <p>SUPERMERCAD </p>	<p>150gr.</p>	<p>€ 2,81</p>

	<p>Nueces Borges de California Bolsa. http://www.elcorteingles.es</p> <p>SUPERMERCAD  SUPERMERCAD </p>	650gr.	€ 4,21
	<p>Pizarro nueces con cáscara Suprema bolsa. http://www.elcorteingles.es</p> <p>SUPERMERCAD  SUPERMERCAD </p>	650gr.	€ 4,99
	<p>Nueces Pizarro bolsa http://www.capraboacasa.com</p> <p></p>	650gr.	€ 4,69
	<p>Nueces macadamia Marisa Tarrina. http://www.capraboacasa.com</p> <p></p>	250gr.	€ 7,75

Precios de referencia mayoristas

Artículo	Merca	Semana	Máximo	Mínimo	Frecuente	Fecha
NUEZ	VALENCIA	8	€ 3,15	€ 2,60	€ 2,75	19-02-2008
NUEZ	VALLADOLID	8	€ 2,80	€ 2,45	€ 2,60	19-02-2008
NUEZ	CORDOBA	8	€ 3,50	€ 3,00	€ 3,20	19-02-2008
NUEZ	ZARAGOZA	8	€ 3,50	€ 2,40	€ 2,90	19-02-2008
NUEZ PAISES COMUNITARIOS	MADRID	8	€ 3,30	€ 1,25	€ 2,50	19-02-2008
NUEZ TERCEROS PAISES	VALENCIA	8	€ 2,76	€ 2,30	€ 2,55	19-02-2008
NUEZ TERCEROS PAISES	VALLADOLID	8	€ 2,70	€ 2,40	€ 2,55	19-02-2008
NUEZ TERCEROS PAISES	CORDOBA	8	€ 3,20	€ 3,20	€ 3,20	19-02-2008
NUEZ TERCEROS PAISES	ALICANTE	8	€ 3,70	€ 2,90	€ 3,50	19-02-2008
NUEZ	MURCIA	8	€ 4,00	€ 2,50	€ 3,20	18-02-2008
NUEZ	TENERIFE	8	€ 3,00	€ 2,85	€ 3,00	18-02-2008
NUEZ	LAS PALMAS	8	€ 3,50	€ 3,40	€ 3,45	18-02-2008
NUEZ	NAVARRA	8	€ 3,50	€ 2,90	€ 3,10	18-02-2008
NUEZ	BADAJOS	8	€ 3,50	€ 3,25	€ 3,25	18-02-2008
NUEZ PAISES COMUNITARIOS	SANTANDER	8	€ 2,80	€ 2,40	€ 2,60	18-02-2008
NUEZ TERCEROS PAISES	SANTANDER	8	€ 2,70	€ 2,20	€ 2,50	18-02-2008

Evolución precio medio venta al público periodo Enero 2002 / Enero 2008

Año	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
2002	3,90	3,92	3,93	3,94	3,94	3,94	3,94	3,94	3,95	4,00	4,05	4,08
2003	4,10	4,07	4,04	4,03	4,06	4,13	4,13	4,14	4,14	4,16	4,19	4,20
2004	4,21	4,20	4,11	4,11	4,11	4,12	4,12	4,13	4,16	4,24	4,26	4,25
2005	4,26	4,27	4,29	4,27	4,36	4,40	4,41	4,39	4,37	4,42	4,50	4,44
2006	4,39	4,40	4,34	4,36	4,43	4,46	4,49	4,48	4,49	4,55	4,45	4,37
2007	4,38	4,40	4,39	4,41	4,47	4,50	4,52	4,53	4,55	4,57	4,65	4,67
2008	4,69											

*Cifras en euros

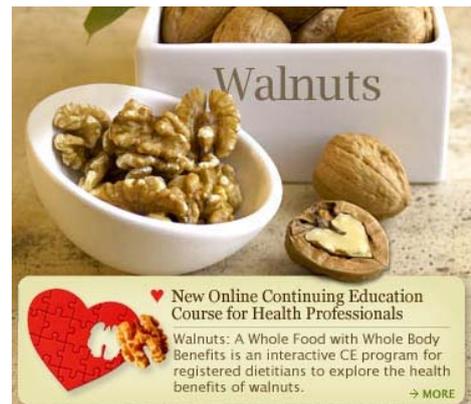
Fuente: <http://www.comercio.es>

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

El mercado de la nuez de nogal importada tanto con cáscara, como sin esta, es ampliamente dominado por el producto proveniente de Estados Unidos (California). Es por esto que es interesante ver de qué manera abordan el mercado nuestros competidores más directos.

Dentro de las campañas de promoción utilizadas durante el 2007 se pueden destacar las participaciones en:

- Feria internacional de la Salud, Noviembre 2007. (Ifema, Madrid).
- Congreso de enfermedades cardiovasculares, Octubre 2007. (Palacio de Congresos, Madrid).
- XXIII Semana del corazón, Junio 2007. (Madrid y Valencia)
- XX Congreso de Arteriosclerosis, Mayo 2007. (Palacio de Congresos, Madrid).



De esta manera podemos darnos cuenta de que su estrategia está estrechamente ligada con el producto y su marca, debido a que las nueces se podrían asemejar en ciertos sentidos a un producto commodity, estos deben potenciar la marca "Nueces de California" entregándole el valor agregado tanto en el aspecto de salud como de sabor.

Esta estrategia es más sencilla debido a que existe un alto grado de asociatividad en los productores, lo que reduce los costos de participar en este tipo de eventos en un mercado tan relevante para ellos como es el español.

En los puntos de venta, una de las marcas con mayor participación y más prestigiosa es la marca nacional Borges S.A. la cual promociona las nueces de California con campañas como:

CONSIGUE EL ORO DE CALIFORNIA

Como viene siendo habitual desde hace un tiempo, los consumidores de nueces con cáscara Borges podrán celebrar la nueva cosecha de nueces con nuestra tradicional promoción "Descubre el oro de California". Como todos sabemos, hay miles de nueces premiadas que esconden una auténtica pepita de oro. Descúbrelas.

"Consigue el oro de California"

Es de esta forma que debemos tener claro lo posicionada que están las nueces de California en el mercado español, y la forma en que los consumidores la asocian con cualidades positivas.

BORGES FELICIDADES! 11503
Has encontrado el oro de California.

El mejor oro del mundo se extrae de los yacimientos de rocas auríferas de California. Este es el documento de propiedad que acredita que acabas de ganar una pepita de oro de 1.5gms. Llama al teléfono 901 18 12 12. Te informaremos sobre cómo canjear este documento por tu pepita.

Se dice que Thomas W. B. Borges, uno de los buscadores de oro que hizo fortuna en California, guardó sus primeras pepitas de oro como amuleto de la suerte. Inclinadas con la mano a la vista de cualquier preocupación. Lo cierto es que vivió 97 años y con un gran fortuna.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

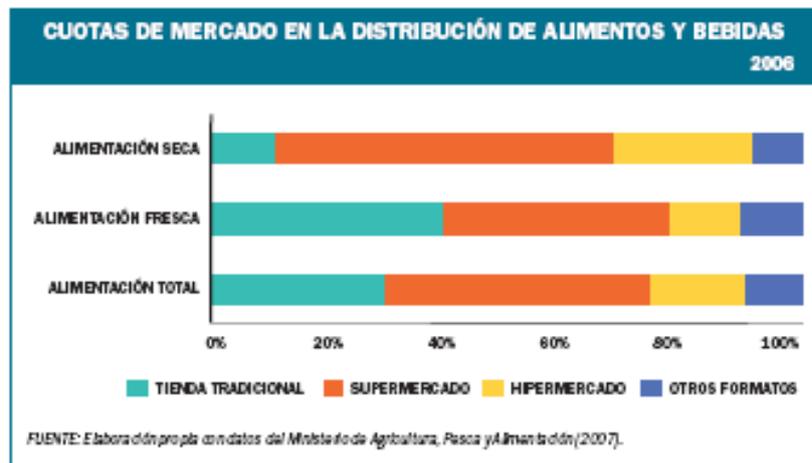
Canales de comercialización

Los frutos secos que se consumen en los hogares se adquieren de forma mayoritaria en los supermercados (41,4%), seguidos por las tiendas tradicionales (22,4%), los hipermercados (15,5%) y el autoconsumo, con un 4,6%.

En el caso de los frutos secos que se adquieren en hostelería y restauración, el 70,5% de estos productos se compran a distribuidores, cerca del 9,5% a los mayoristas, los supermercados distribuyen el 8,4%, los hipermercados el 2,5% y las tiendas tradicionales cerca del 3,7%.



*Fuente: Alimentaria 2007 (*Últimos datos disponibles)



Estructura empresarial

Este sector empresarial forma una heterogénea realidad donde conviven grupos con características muy diferentes. Por una parte, hay un pequeño número de grandes empresas, a menudo filiales de compañías multinacionales, que presentan altos niveles de producción y que acaparan alrededor del 80% del mercado. En el otro extremo de la pirámide aparecen pequeños y medianos fabricantes y envasadores de ámbito regional o local, con facturaciones por debajo de los 3 millones de euros.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS	
EMPRESA	VENTAS MILL. EUROS
BORGES, S.A.	250,00
IMPORTACO, S.A. (GRUPO) *	177,00
FRIT RAVICH, S.L. *	90,42
GRAFUSA, S.L. *	81,09
COLEFRUSE, S.A.	67,38

Datos 2005

Fuente: Informe anual Alimarket 2006

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Imagen	Descripción	Tipo
	Nuez en cáscara a granel Envasada en sacos blancos de 25 o 30 kg. etiquetados o sin etiquetar.	Mayorista
	Nuez en cáscara a granel Envasada en malla de 1 a 2 kilos etiquetadas o sin etiquetar.	Mayorista

	<p>Nuez en grano a granel</p> <p>Envasada en malla de 1 a 2 kilos etiquetadas o sin etiquetar.</p>	<p>Mayorista</p>
	<p>Nuez en grano</p> <p>Envasado en latas etiquetadas de 200gr.</p>	<p>Retail</p>
	<p>Nuez en grano</p> <p>Envasado en bolsas etiquetadas de 100gr. a 250gr.</p>	<p>Retail</p>
	<p>Nuez en grano</p> <p>Bandejas etiquetadas de 150gr.</p>	<p>Retail</p>
	<p>Nuez en cáscara</p> <p>Bolsas etiquetadas de 650 gr.</p>	<p>Retail</p>

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

Luego de analizar el mercado español para el producto de la nuez de nogal tanto con cáscara como sin esta, vemos una concreta posibilidad de penetración y posicionamiento en el mercado por distintas razones. La primera es que la nuez proveniente de Chile es conocida en el mercado y goza de cierto reconocimiento por expertos del sector, como un producto de calidad y altos estándares sanitarios. Otra razón a destacar es que las cosechas de Chile se realizan durante los meses de Marzo y Abril, periodo conocido por su menor consumo, pero esto en los últimos años ha ido cambiando y se ha adquirido en la dieta la nuez de nogal indistintamente de la época del año, logrando mantener una demanda constante del producto. El precio medio de venta al público se incrementó los últimos años en aproximadamente un 18% desde el 2002.

Es sumamente valorado en este mercado tanto el calibre de la nuez (mínimo 30-32 mm), su aspecto natural (Color) y para potenciar el consumo los beneficios a la salud que otorga. Es por esto que la estrategia seguida por el producto proveniente de Estados Unidos está enfocada en esto, logrando un posicionamiento en nueces Jumbo (más de 32 mm).

Cabe de destacar que en los últimos años han disminuido las importaciones totales de nuez con cáscara considerablemente, siendo Chile y Francia los países que han logrado mantenerse, incluso con leves alzas. A diferencia de la nuez sin cáscara que durante los últimos tres años ha mantenido su nivel de importaciones y en las que Chile tiene una participación relevante en el mercado.

El mercado de la nuez sin cáscara apunta tanto a público final, como a grandes empresas de productos alimenticios elaborados, siendo interesante ya que se le entrega un valor agregado relevante en comparación con la venta a granel de nuez con cáscara. Es por esto que consideramos que se le debe apoyar tanto en el desarrollo e implementación de nuevas tecnologías para la extracción de la cáscara, como en el posicionamiento del producto en el mercado español, participando en distintas ferias, mostrando la calidad del producto.

Importante es el nivel de asociatividad que presente la industria exportadora, es el caso de Walnuts, asociación de productores de nuez de California, que han logrado posicionar la marca en base a una estrategia enfocada en el producto. En el caso de la producción chilena, esta logra un nivel de asociatividad importante en "Chilenuts" lo que incrementa las posibilidades de tener éxito en este tipo de mercados.

El paso siguiente que deben tomar los productores chilenos es buscar el posicionamiento de la marca y su asociación a producto de calibres superiores y calidad en su sabor, de esta forma se le entrega valor al producto y el público final lo reconoce. Una forma de hacerlo es mostrando la oferta mediante la participación en las ferias alimenticias locales.

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

Salón internacional del club de Gourmets

Descripción: Nace de la filosofía de ser punto de encuentro entre fabricante y consumidores de los productos alimentarios de alta gama. A través de sus 22 ediciones se ha convertido en el evento de referencia en el sector de la gastronomía de calidad.

Nº de expositores: 1300
Asistencia aprox.: 68.000
Próxima edición: 14 al 17 de Abril del 2008.
Lugar: Madrid
Web: <http://www.gourmets.net/>

Salón internacional de la Alimentación y Bebidas, Alimentaria

Descripción: Alimentaria es el Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas más importante de España y uno de los primeros del mundo. La sectorización, su talante innovador, creativo y dinámico, así como su profesionalización y proyección exterior constituyen las claves de su éxito.

Nº de expositores: 5.000 firmas.
Asistencia aprox.: 188.000 compradores profesionales.
Próxima edición: 10 al 14 de Marzo del 2008.
Lugar: Barcelona
Web: <http://www.alimentaria-bcn.com/>

Salón de la Alimentación (SAL)

Descripción: Fabricantes, distribuidores y empresas de servicios del sector de la alimentación que mostraran las últimas tendencias de consumo, las nuevas soluciones para las necesidades emergentes del mercado y toda la variedad y riqueza gastronómica de la producción autóctona de distintas regiones y países del mundo.

Nº de expositores: 505
Asistencia aprox.: 18.750 compradores profesionales.
Próxima edición: 9 al 11 de Mayo del 2008.
Lugar: Madrid
Web: <http://www.ifema.es/ferias/sal/>

FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET DONDE SE PUEDA PROFUNDIZAR EL CONOCIMIENTO DEL MERCADO ANALIZADO

Generales para el mercado español:

- Ministerio de Sanidad y Consumo
<http://www.mcs.es/>
- Información relevante para el exportador por sector y productos
http://export-help.cec.eu.int/thdapp/index_es.htm

Específicos para nueces (Frutas y hortalizas):

- Comité de Nueces de Chile
<http://www.chilenuts.cl/>
- Asociación de productores de nueces de California
<http://www.nuecesdecalfornia.com>

- Web del campo
<http://www.agrodigital.com/>
- Información de agricultura
<http://www.infoagro.com/default.asp>
- Centro de información, servicios y negocios del sector agroalimentario
<http://www.agrovia.com/>
- Web especializada en frutas y hortalizas
<http://www.frutas-hortalizas.com/>
- Información sectorial
<http://www.alimarket.es/>
- Información frutos secos
<http://www.nucis.org/>
- Asociación española de productores de frutos secos
<http://almendrave.dnsalias.org/>
- Organización profesional agraria
<http://www.asajanet.org/>
- Confederación de cooperativas agrarias de España
<http://www.ccae.es/>
- Federación española de asociaciones provinciales de productores, exportadores de frutas, hortalizas, flores, y plantas vivas
<http://www.fepex.es/>
- Federación española de industrias de la alimentación y bebidas
<http://www.fiab.es/>