

## El mercado de conservas vegetales y de frutas en Polonia

## El mercado de conservas vegetales y de frutas en Polonia

Esta nota ha sido elaborada por Vanesa Esteban bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Varsovia

Octubre 2006

## ÍNDICE

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
<b>II. OFERTA</b>	<b>7</b>
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	9
3. Importaciones	10
4. Competidores	14
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>15</b>
<b>IV. PRECIOS</b>	<b>17</b>
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>19</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>21</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>24</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>25</b>
1. Empresas	25
2. Ferias	27
3. Publicaciones del sector	27
4. Asociaciones	28
5. Otras direcciones de interés	29

### CONCLUSIONES

Dado el ritmo de vida cada vez más acelerado, la falta de tiempo para cocinar productos frescos y los horarios laborales que obligan a comer fuera de casa, los productos en conserva se convierten en productos de gran utilidad debido a la comodidad que representan para el consumidor.

Los vegetales y frutas en conserva resultan especialmente prácticos para el sector de la restauración que es uno de los principales canales para la distribución de estos productos.

El mercado polaco de conservas vegetales y de frutas ha experimentado un paulatino crecimiento en los últimos años. Sin embargo hay un factor que impide que este crecimiento sea mayor, es la relación entre precio y poder adquisitivo del consumidor polaco.

La relevancia del precio en este mercado obliga a las empresas del sector a vender a precios cada vez más bajos. Ello lleva también al desarrollo cada vez más elevado de las marcas blancas que gozan de una gran aceptación entre los consumidores polacos.

Dado que la competencia se da en los precios y las pequeñas tiendas no pueden ofertar precios tan bajos como las grandes cadenas de distribución cada vez son mayores las adquisiciones y fusiones.

En Polonia existe tradición conservera, sin embargo la capacidad de producción de las principales empresas de este sector no es suficiente para abastecer la demanda doméstica por lo que se recurre a las importaciones. Éstas no representan una competencia para la industria polaca sino un complemento. Por ello, para entrar en el mercado polaco se deberá intentar ofrecer productos que no sean propios de Polonia o cuyo consumo sea tan elevado que la producción doméstica sea insuficiente (como es el caso del tomate).

## I. DEFINICION DEL SECTOR

### 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El sector conservero engloba diferentes subsectores de alimentos y hace referencia a distintos métodos de conservación. Cuando se habla de alimentos en conserva se toman en consideración carnes, frutas, hortalizas y pescado ya sea enlatado, embotado, en brick, en vinagre, en aceite, ultra congelado, deshidratado o secado, etc. También se incluyen con frecuencia los segmentos de comida preparada, sopa, pasta y zumo.

En esta Nota Sectorial se analizará el mercado de vegetales y frutas conservados en latas, recipientes de cristal y bricks, sin incluir aquellos procesos de conservación que se refieren a la congelación, deshidratación o secado de estos alimentos.

### 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias según la codificación de la Nomenclatura Combinada del TARIC que se corresponde con el sector objeto de estudio son parte de las incluidas en el capítulo 20, "Preparaciones de legumbres u hortalizas de frutos o de otras partes de plantas":

- **2001:** Hortalizas, incluso "silvestres", frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.
- **2002:** Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)
- **2003:** Hongos y trufas, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético)
- **2005:** Las demás hortalizas, incluso "silvestres" preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006)
- **2006:** Hortalizas, incluso "silvestres", frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados)
- **2007:** Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adicción de azúcar u otro edulcorante.

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

---

- **2008:** Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adicción de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.



ICEX

## II. OFERTA

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

La tabla que figura más abajo ofrece datos sobre el tamaño de mercado de este sector. Los datos se ofrecen agrupando los productos en: tomate concentrado, vegetales en conserva (incluye distintos tipos de vegetales: guisantes, maíz, judías, remolacha, etc.), vegetales marinados y mermelada. Este agrupamiento es diferente al realizado en el apartado 3 referido a las importaciones, donde se ofrecen datos estadísticos por partidas arancelarias.

#### TAMAÑO DE MERCADO. CANTIDAD EN MILES DE TONELADAS

PRODUCTOS	2001	2002	2003	2004	2005	2006
					Estimación	Pronóstico
<b>Tomate Concentrado</b>						
Producción	24,0	30,0	35,0	32,0	36,0	36,0
Importación	23,8	21,5	15,6	21,8	34,4	35,0
Exportación	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	0,5
Consumo aparente*	47,4	51,4	50,4	53,6	70,2	70,5
<b>Vegetales en conserva</b>						
Producción	109,0	112,4	118,7	143,8	132,0	133,0
Importación	18,2	16,3	20,8	26,4	27,3	26,0
Exportación	13,3	14,2	15,3	25,7	23,5	24,0
Consumo aparente*	113,9	114,5	124,2	144,5	135,8	135,0
<b>Vegetales marinados</b>						
Producción	85,6	91,8	90,0	97,2	102,0	105,0
Importación	8,8	5,8	6,0	7,5	8,0	8,5
Exportación	14,9	18,5	23,4	25,3	31,7	32,0

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

---

Consumo aparente*	79,5	79,1	72,6	79,4	78,3	81,5
<b>Mermelada</b>						
Producción	81,2	83,8	94,2	115,1	115,0	117,0
Importación	3,1	2,7	2,3	3,2	6,3	8,0
Exportación	17,1	23,7	25,7	27,0	20,6	22,0
Consumo aparente*	67,2	62,8	70,8	91,3	100,7	103,0

---

Fuente: IERiGZ, Rynek owoców i warzyw, Marzo 2006

\* Consumo aparente, sin tener en cuenta las variaciones de existencias

---

Los datos muestran cómo la producción de estos productos se ha visto incrementada en los últimos años, así como las exportaciones de los mismos. Las importaciones han crecido pero a un ritmo algo inferior al de las exportaciones. Resulta excepcional el caso del tomate concentrado en el que la cantidad importada es muy superior a la exportada, especialmente tras la entrada en la UE. La producción de tomate concentrado ha ido en aumento (exceptuando el año 2004 en el que se produjo un descenso de la misma debido a la escasez de materia prima), puede percibirse por tanto que el consumo de este producto es muy elevado.

Por el contrario en el caso de las mermeladas, la cantidad exportada es muy superior a la importada. Ello es debido a la alta producción de este producto en Polonia. Tradicionalmente casi la totalidad de familias polacas producían confituras y mermeladas en sus casas. Hoy en día la costumbre de tener siempre mermeladas o confituras en los hogares polacos prevalece y aunque cada vez más estos productos son comprados en establecimientos minoristas todavía son muchas las familias que los producen ellas mismas.



### 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción local de conservas vegetales y de frutas en Polonia representa tan sólo en torno a un 25% del total de la industria de transformados de frutas y verduras, el resto de la producción total de esta industria está dedicada al sector de zumos de frutas y verduras y a productos congelados.

La cosecha de frutas y vegetales frescos en Polonia se caracteriza por su volatilidad debido a los cambios climáticos, lo que repercute en la industria conservera de estos productos. El clima es un condicionante clave en la producción polaca de conservas ya que durante casi 6 meses no hay producción agraria debido a la nieve, heladas y bajas temperaturas. Por esta razón, vegetales y verduras frescos son importados para posteriormente ser procesados por empresas conserveras polacas.

Más de 1600 empresas polacas se dedican a la transformación de frutas y verduras, de las cuáles en torno al 68,5% en 2003 eran empresas con menos de 10 empleados ("empresas garaje"), y un 11,2% eran empresas con más de 50 empleados. A ello hay que añadir que tan sólo un 5% de las empresas dedicadas a la transformación de vegetales y frutas tienen capacidad potencial de producir más de 10000 toneladas en un año y que la mayor parte de las empresas de gran dimensión se dedican fundamentalmente a la producción de zumos.

Pese a que los niveles de producción no son muy elevados, el consumo de productos en conserva está aumentando y ello ha derivado en el crecimiento constante de dicha producción, el cuál se prevé que continúe siendo positivo.

Los artículos en conserva más producidos en Polonia son principalmente el pepino, los guisantes, el tomate (tanto concentrado como en salsa preparada) en lo que a vegetales se refiere. Respecto de las frutas en conserva, ya sea bajo la modalidad de fruta almibarada o en confitura, los principales frutos procesados son los frutos silvestres, fresas, frambuesas, arándanos, etc. Estas producciones no sólo están dirigidas al mercado interno sino también son exportadas tanto a países europeos como a terceros.

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

### 3. IMPORTACIONES

En este apartado se ofrecen los datos estadísticos correspondientes a las importaciones de conservas vegetales y de frutas realizadas por Polonia en los últimos cinco años estructurados por partida arancelaria. Los países se encuentran ordenados atendiendo al valor de sus exportaciones en 2005.

Los datos muestran la relevancia del factor precio en las importaciones de estos productos. Si se atiende al valor de las importaciones el país que es principal proveedor de estas conservas a Polonia no se corresponde con aquél del que se importa mayor cantidad.

En los últimos años se ha producido un crecimiento de las importaciones de todas las partidas objeto de estudio, en especial desde 2004, debido en gran medida a la mejora de la economía polaca.

España destaca como uno de los principales exportadores de la partida 2005 a Polonia. Su presencia entre los diez primeros proveedores también se da en las partidas 2001, 2002 y 2008.

En general la mayor parte de las importaciones polacas de conservas vegetales y de frutas proceden de países europeos, siendo éstos los principales en cuanto al valor de las importaciones. China y Tailandia son los principales países no europeos que abastecen el mercado polaco de conservas vegetales y de frutas.

#### IMPORTACIONES PARTIDA 2001

PARTIDA 2001	2005			2004		2003		2002		2001	
	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	% Valor	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)
Alemania	36.370	2.240.687	40,08	19.292	1.313.342	10.824	840.513	8.392	709.652	6.392	484.305
Hungría	16.672	1.175.757	21,03	40.355	2.217.349	34.260	1.927.951	35.798	2.508.460	69.362	4.322.518
Turquía	9.959	549.559	9,83	6.777	344.094	6.785	357.324	3.991	254.460	1.803	125.006
<b>España</b>	<b>2.967</b>	<b>379.829</b>	<b>6,79</b>	<b>431</b>	<b>134.277</b>	<b>203</b>	<b>69.905</b>	<b>336</b>	<b>95.422</b>	<b>320</b>	<b>94.459</b>
Rep. Checa	4.948	317.997	5,69	2.592	222.094	3.674	276.819	2.753	198.386	2.996	195.486
Eslovaquia	3.920	251.157	4,49	1.148	69.783	16	448	-	-	79	9.014
Grecia	1.454	118.538	2,12	54	9.712	87	25.009	41	18.794	45	13.429
Italia	232	99.031	1,77	355	126.138	315	101.869	181	59.259	197	38.825
Bulgaria	868	93.856	1,68	2.091	154.187	1.462	98.960	2.866	178.288	1.560	77.227
R. Unido	159	64.382	1,15	114	38.869	188	23.427	43	25.257	51	19.273
Total impor- taciones	80.070	5.590.099	100	74.603	4.808.597	60.090	3.979.117	57.779	4.466.654	87.560	5.912.061

Fuente: Eurostat

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

### IMPORTACIONES PARTIDA 2002

PARTIDA 2002	2005			2004		2003		2002		2001	
	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	% Valor	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)
China	114.356	5.303.044	23,99	56.915	2.729.955	22.506	1.317.164	42.953	2.856.585	21.468	1.165.900
Italia	79.796	4.229.268	19,13	53.781	3.229.857	38.242	2.558.794	34.433	2.055.457	42.176	2.377.041
Hungría	61.594	4.203.919	19,02	95.145	6.563.225	70.374	5.951.248	105.423	9.508.082	100.274	8.221.326
Grecia	35.892	2.349.689	10,63	10.447	712.443	7.881	538.428	7.653	574.229	10.075	812.570
Rep. Checa	26.640	1.442.914	6,53	9.037	590.552	2.284	157.683	7.001	628.783	6.724	626.351
Eslovaquia	24.339	1.010.639	4,57	11.145	697.240	21.901	1.766.640	19.568	1.967.833	18.732	1.257.834
R. Unido	14.880	871.287	3,94	746	48.277	-	-	-	-	192	15.345
<b>España</b>	<b>12.493</b>	<b>765.289</b>	<b>3,46</b>	<b>5.018</b>	<b>341.026</b>	<b>5.852</b>	<b>386.484</b>	<b>1.231</b>	<b>8.4711</b>	<b>34</b>	<b>1.920</b>
Alemania	9.202	708.288	3,20	1.717	181.463	60	7.064	82	3.797	397	24.443
Portugal	4.400	419.074	1,90	2.769	223.290	970	94.117	1.492	133.592	3.900	293.023
Total impor- taciones	392.172	22.102.506	100	256.039	15.971.600	186.527	14.023.966	239.420	19.314.983	263.212	19.416.908

Fuente: Eurostat

### IMPORTACIONES PARTIDA 2003

PARTIDA 2003	2005			2004		2003		2002		2001	
	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	% Valor	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)
Alemania	122	31.314	28,78	12	4.229	105	14.783	938	126.970	24	5.702
Suiza	120	28.746	26,42	No dispo- nible	No dispo- nible	-	-	331	67.712	85	26.122
Francia	229	17.702	16,27	24	10.848	164	46.058	228	105.907	464	221.393
Italia	14	13.357	12,28	22	12.301	8	6.318	10	4.699	8	6.158
China	170	10.576	9,72	4	175	1	211	5	706	-	-
Hungría	31	2.735	2,51	22	2.367	-	-	-	-	-	-
Holanda	6	2.415	2,22	4	477	145	18.145	303	39.427	384	58.538
Rep. Checa	18	1.478	1,36	-	-	-	-	-	-	-	-
Vietnam	8	463	0,43	19	1.360	5	270	-	-	3	188
<b>España*</b>	-	-	<b>0,00</b>	-	-	<b>No dispo- nible</b>	<b>652(6°)</b>	-	-	-	-
Total impor- taciones	718	108.786	100	107	31.773	434	87.468	2.155	374.852	1.433	353.809

Fuente: Eurostat

\* España no se encuentra entre el top 10 de proveedores de Hongos y Trufas preparados o conservados. Tan sólo hay datos estadísticos de importaciones procedentes de España del año 2003

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

### IMPORTACIONES PARTIDA 2005

PARTIDA 2005	2005			2004		2003		2002		2001	
	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	% Valor	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)
Hungría	122.130	9.392.686	35,41	145.566	10.161.832	145.448	10.760.293	95.021	7.151.010	115.830	9.079.677
<b>España</b>	<b>70.129</b>	<b>9.146.407</b>	<b>34,49</b>	<b>78.168</b>	<b>10.169.250</b>	<b>23.713</b>	<b>4.509.680</b>	<b>22.185</b>	<b>4.722.917</b>	<b>16.618</b>	<b>3.692.837</b>
Alemania	26.511	3.001.287	11,32	10.965	1.431.435	5.031	651.734	4.682	604.360	8.524	614.941
Francia	13.666	1.672.738	6,31	7.764	901.653	5.680	759.969	6.881	789.590	9.448	1.073.031
Tailandia	15.843	947.891	3,57	7.746	452.313	9.943	650.546	17.215	1.254.120	8.059	672.111
Italia	6.525	637.465	2,40	5.646	663.761	8.745	779.336	6.265	528.164	7.740	554.300
China	4.945	391.807	1,48	3.404	260.398	3.244	424.682	3.559	596.791	2.214	352.592
Grecia	4.145	356.342	1,34	1.581	314.068	1.292	273.736	599	150.723	1.151	244.555
Rep. Checa	3.040	196.275	0,74	857	91.611	613	129.110	544	104.627	438	31.343
Croacia	690	181.271	0,68	474	111.436	349	63.096	-	-	321	74.157
Total impor- taciones	272.250	26.522.229	100	268.542	25.386.516	212.507	19.670.438	166.726	16.771.409	185.365	17.682.253

Fuente: Eurostat

### IMPORTACIONES PARTIDA 2006

PARTIDA 2006	2005			2004		2003		2002		2001	
	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	% Valor	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)
Grecia	2.392	317.044	29,83	2.628	380.114	2.228	270.464	2.522	354.116	2.800	473.815
Italia	1.724	278.795	26,24	185	87.987	277	147.496	257	56.206	260	52.757
Holanda	1.030	186.438	17,54	482	100.002	355	67.485	1.036	181.322	429	91.617
Alemania	303	128.582	12,10	170	76.054	20	5.398	13	2.734	126	31.126
Tailandia	705	79.668	7,50	904	107.616	856	111.305	189	30.412	504	68.638
Filipinas	282	43.566	4,10	326	50.348	394	63.531	457	80.839	476	94.757
R. Unido	96	14.757	1,39	62	23.393	187	23.930	189	18.461	-	-
Hungría	22	7.941	0,75	-	-	-	-	-	-	-	-
Canadá	3	2.574	0,24	83	20.710	-	-	-	-	104	29.044
Francia	3	2.438	0,23	No dispo- nible	5	374	117.704	34	14.457	216	35.223
<b>España*</b>	-	-	<b>0,00</b>	<b>3</b>	<b>1.839(11º)</b>	<b>15</b>	<b>4.953 (12º)</b>	<b>8</b>	<b>3.410 (9º)</b>	<b>26</b>	<b>9.125 (11º)</b>
Total impor- taciones	6.565	1.062.677	100	4.962	888.625	5.083	989.356	5.227	1.021.048	5.323	1.077.808

Fuente: Eurostat

\* España nos e encuentra entre los 10 primeros países exportadores de la partida 2006 a Polonia, el puesto que ocupa cada año viene detallado en la tabla

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

### IMPORTACIONES PARTIDA 2007

PARTIDA 2007	2005			2004		2003		2002		2001	
	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	% Valor	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)
Francia	8.792	1.824.091	23,09	4.206	760.679	5.353	610.542	6.025	687.678	3.921	551.752
Rep. Checa	7.147	1.225.438	15,51	7.365	1.069.779	2.145	238.696	5.224	572.690	1.032	133.442
Turquía	1.552	1.188.774	15,05	417	178.214	415	98.285	150	36.139	-	-
Alemania	8.767	116.8037	14,78	3.758	445.435	1.304	122.211	1.737	201.724	9.994	1.266.214
Holanda	17.469	777.584	9,84	1.299	102.097	9	739	378	38.678	704	71.894
Hungría	2.781	490.129	6,20	1.233	243.975	1.852	344.150	2.164	366.131	2.085	360.388
Italia	3.322	389.487	4,93	1.467	198.290	1.707	203.820	1.798	263.682	3.840	400.476
Bélgica	1.401	215.002	2,72	458	35.368	17	3.670	83	15.572	85	17.927
Grecia	1.298	145.398	1,84	2.715	304.819	1.561	151.572	365	38.693	668	59.106
R. Unido	1.245	130.307	1,65	133	22.562	1	560	15	5.266	68	26.710
<b>España*</b>	<b>804</b>	<b>62.503</b> <b>(13º)</b>	<b>0,79</b>	<b>1.515</b>	<b>102.105</b> <b>(8º)</b>	<b>22</b>	<b>6.196</b> <b>(14º)</b>	<b>1.306</b>	<b>97.192</b> <b>(8º)</b>	<b>1.108</b>	<b>77.918</b> <b>(7º)</b>
Total impor- taciones	56.850	7.900.181	100	26.502	3.764.735	17.906	2.349.572	22.273	2.770.107	26.156	3.262.334

Fuente: Eurostat

\* España nos e encuentra entre los 10 primeros países exportadores de la partida 2007 a Polonia, el puesto que ocupa en cada año viene detallado en la tabla

### IMPORTACIONES PARTIDA 2008

PARTIDA 2008	2005			2004		2003		2002		2001	
	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	% Valor	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)	Cantidad (100kg)	Valor (EUR)
Turquía	51.959	32.802.250	35,46	17.799	7.623.576	12.209	3.230.520	12.337	4.227.402	10.202	4.718.513
Grecia	238.894	12.485.822	13,50	158.783	10.031.021	156.306	9.662.805	247.423	13.144.174	272.500	13.086.145
Holanda	138.329	11.649.251	12,59	91.867	6.815.773	14.595	2.460.585	5.125	901.264	8.592	1.386.596
Alemania	81.732	9.014.035	9,74	71.732	7.266.343	22.284	2.544.574	35.830	4.035.377	36.456	4.023.638
Tailandia	136.657	7.581.881	8,20	129.401	6.756.936	155.565	8.182.877	131.103	7.327.238	140.564	7.566.945
<b>España</b>	<b>24.374</b>	<b>1.978.744</b>	<b>2,14</b>	<b>22.795</b>	<b>2.088.612</b>	<b>30.714</b>	<b>2.556.932</b>	<b>16.039</b>	<b>1.312.288</b>	<b>13.001</b>	<b>1.062.725</b>
Hungría	26.412	1.910.922	2,07	25.789	2.627.126	20.668	1.637.616	15.574	1.471.280	18.648	1.637.190
Italia	18.612	1.787.129	1,93	13.219	2.128.659	10.229	1.112.453	8.027	938.902	9.271	874.120
Rep. Checa	17.437	1.770.104	1,91	10.026	1.273.253	5.997	75.1543	4.539	678.709	3.484	53.2287
R.Unido	2.810	1.762.562	1,91	1.199	636.188	937	375.675	1.197	4254.58	1.553	567.190
Total impor- taciones	882.945	92.515.735	100	693.205	56.990.216	596.526	44.013.536	606.227	47.176.187	646.849	48.284.679

Fuente: Eurostat.

### 4. COMPETIDORES

Las empresas conserveras españolas que decidan comercializar su producto en Polonia, deberán hacer frente a la competencia procedente de las grandes compañías ubicadas en Polonia que cuentan con capital extranjero, a las empresas de capital polaco y a aquellos productos procedentes de Tailandia y China ofertados a precios muy bajos.

Las principales empresas productoras son la polaca Uno Fresco Tradex, su marca líder es Bakalland ([www.bakalie.com.pl](http://www.bakalie.com.pl)) y Bonduelle Polska, empresa de capital francés ([www.bonduelle.pl](http://www.bonduelle.pl)).

Uno Fresco Tradex fue el líder en el mercado de fruta en conserva con una cuota de mercado del 14% en 2004. Por su parte, Bonduelle Polska es la compañía número uno en el sector de comida en conserva y transformada, en 2004 obtuvo el 9% de la cuota de ventas en el mercado. El éxito de Bonduelle se atribuye a sus campañas publicitarias y a la gran variedad de productos que ofrece al consumidor .

Otra compañía de relevancia es la estadounidense HJ Heinz Co, con su marca líder Pudliszki que tuvo una cuota de mercado del 8% en 2004.

Respecto del mercado de confituras y mermeladas las principales marcas son las polacas Lowicz y Kotlin. La primera tiene una cuota de mercado del 46,8% y la segunda del 10,7%.

Aparte de las producciones tanto polacas como las realizadas con capital extranjero, los productos españoles deben competir con los bajos precios a los que son comprados aquellos productos procedentes del Este Asiático. En el apartado anterior puede observarse el gran crecimiento experimentado en los últimos años en las importaciones de estos productos desde Tailandia y China, particularmente de las frutas en conserva.

### III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En el año 2005 se produjo un incremento de la demanda de conservas vegetales y de frutas, el crecimiento en las importaciones de estos productos refleja esta evolución en la demanda. Los productos que gozan de mayor popularidad entre los consumidores polacos son el tomate y el maíz, siendo los que mayor crecimiento han experimentado. Como puede observarse en el apartado de producción, el consumo de tomate concentrado es excepcional, como también lo es la producción e importación del mismo. El tomate es un ingrediente fundamental en la cocina polaca, es utilizado en la elaboración de sopas, guisos o salsas. El tomate es consumido en gran medida en forma de salsa preparada (por ejemplo mezclado con cebolla y pimienta, salsas variadas para pasta o carnes), pero es el tomate concentrado el producto con mayor éxito entre los consumidores. Por otro lado, el tradicional tomate triturado español sin complementos adicionales resulta ser la variedad más difícil de encontrar en los canales de venta y en muchos casos inexistente.

Una de las principales razones por las que el consumidor polaco demanda cada vez más este tipo de conservas es la relacionada con la salud, cada vez está más extendida la idea de que para tener una vida sana es necesario seguir una dieta equilibrada, la cuál incluye el consumo de vegetales y frutas como elementos fundamentales.

Otra razón ya comentada anteriormente es el hecho de que debido a las condiciones climáticas del país, el consumidor polaco no tiene acceso a productos vegetales y frutas frescos durante todo el año, a excepción de los importados, ello ha desarrollado a lo largo de los años la cultura de consumo de productos en conserva.

La mejora de la economía polaca con el consecuente incremento del poder adquisitivo de los polacos se vio reflejada en el incremento del consumo de conservas en los años 2004 y 2005. A medida que el poder de compra de los consumidores polacos vaya aumentando se prevé que las ventas de conservas vegetales y de frutas aumentarán paralelamente.

Este crecimiento de la demanda se dará tanto en el ámbito de consumidor particular como en el sector de la restauración que verá incrementada su clientela, debido en parte al hecho de que cada vez más polacos se ven obligados a comer fuera de casa por los horarios laborales (especialmente en las grandes ciudades en las que vive en torno al 30% de la población) y a la cada vez mayor afluencia de turistas.

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

---

Cabe decir que la tradición culinaria de Polonia se basa en gran medida en el uso de vegetales. Ya sea como guarnición (con carnes y pescados) o como ingrediente principal (en sopas, cocidos o pasta) la cocina polaca hace un gran uso de las verduras. Las más utilizadas son: tomate, maíz, tubérculos (rábanos, jengibre, remolacha, apio, cebolla, zanahoria, etc.), coles, setas, champiñones, guisantes, pepinos. También están muy presentes en los supermercados las leguminosas, la soja, la judía verde, las habas, los pimientos y las espinacas.

Respecto de la fruta, el consumo de fruta confitada y compota ha sido tradicionalmente muy elevado, también la fruta en almíbar se utiliza con frecuencia en la elaboración de postres. Hay tradición en la elaboración casera de frutas conservadas mediante uso de azúcares y la variedad de sabores de estos es muy amplia (desde los sabores más tradicionales como cereza, fresas, arándanos, hasta mermeladas de sabores más exóticos como la mezcla de kiwi y lima o plátano y naranja, incluso puede encontrarse mermelada de pétalos de rosa).

Al margen de la dieta tradicional polaca, desde hace unos años, especialmente desde la adhesión de Polonia a la Unión Europea, se ha ido produciendo un acercamiento a los gustos culinarios de Europa Oeste y cada vez hay una mayor simpatía por la cocina mediterránea (italiana, griega, española), habiéndose incrementado el número de restaurantes de este tipo.

Añadir que la tendencia de consumo de los productos dietéticos y sin azúcar es más patente, relacionado con la conciencia de vida sana y los estándares de belleza actuales.

Finalmente caben mencionar algunos detalles en los que se fija el consumidor polaco cuando debe escoger entre diferentes marcas de conserva de un mismo producto. El precio ya mencionado es uno de los factores a tener en cuenta por el consumidor medio, ante la similitud de precios el consumidor reparará en otros aspectos como son la presentación del producto, tipo de envase (cristal, lata, cartón), detalles como por ejemplo si es o no abrefácil y tamaño del envase (se consumen principalmente conservas de 250gramos).



## IV. PRECIOS

El factor precio es uno de los más importantes en el mercado de productos agroalimentarios. Ello ha contribuido al desarrollo de las marcas blancas, dado que estos productos ofrecen una buena relación calidad-precio. Las marcas blancas han sido desarrolladas principalmente por los supermercados e hipermercados que las convierten en una importante arma de competición.

A continuación se presenta una tabla con precios de las principales conservas vegetales y de frutas, los precios que se presentan son los ofertados en el supermercado E. Leclerc, estos precios son meramente orientativos.

### PRECIOS CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS. E. LECLERC 2006

PRODUCTO	PRECIO PLN / 1 KG	MARCA
Garbanzos (envase metálico)	9,97	Annalisa
Alubia blanca (envase metálico)	9,69	Annalisa
Alubia roja (envase metálico)	6,33	Bonduelle
Alubia roja (envase metálico)	3,73	Eco +
Tomate entero pelado (envase metálico)	7,11	Annalisa
Tomate troceado (envase metálico)	8,72	Annalisa
Judía verde (envase metálico)	5,47	Bonduelle
Judía amarilla (envase metálico)	7,97	Bonduelle
Guisantes (envase metálico)	4,98	Bonduelle
Guisantes (envase metálico)	4,21	Pudliszki
Guisantes (envase metálico)	3,73	Wojna
Maíz (envase metálico)	6,23	Pudliszki
Maíz dorado (envase metálico)	8,50	Bonduelle
Brotos de soja (envase metálico)	3,98	ENI
Lentejas (envase metálico)	9,98	Bonduelle
Alcaparras (envase de cristal)	49,45	Dittmann
Aceitunas negras sin hueso (envase de cristal)	12,82	Fragata
Aceitunas negras sin hueso (envase de cristal par Food Service)	8,55	Pudliszki
Aceitunas verdes sin hueso (envase de cristal)	16,83	La Sevillana
Aceitunas verdes sin hueso (bolsa de plástico)	9,44	La Sevillana

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

Aceitunas verdes sin hueso (envase de cristal para Food Service)	8,68	Pudliszki
Aceitunas verdes rellenas de pimiento (envase de cristal)	25,99	Fragata
Aceitunas verdes rellenas de pimiento (bolsa de plástico)	11,06	La Sevillana
Aceitunas verdes rellenas de anchoa (envase de cristal)	31,36	La Sevillana
Cóctel de encurtidos (envase de cristal)	16,83	La Sevillana
Cóctel de encurtidos (envase de cristal)	13,53	Rolnik
Pepinillos (envase de cristal)	11,40	Abra
Pepinos enteros en vinagre (envase de cristal)	4,06	Agrovita
Pepinos enteros aroma natural (envase de cristal)	9,98	Bonduelle
Champiñones marinados (envase de cristal)	8,54	Abra
Champiñones enteros naturales (envase de cristal)	11,04	Abra
Setas marinadas (envase de cristal)	55,96	Zlote Runo
Espárragos enteros naturales (envase de cristal)	18,82	Abra
Ensalada de col (envase de cristal)	2,49	Eco +
Remolacha marinada (envase de cristal)	4,57	Rolnik
Cebolleta marinada (envase de cristal)	10,14	Rolnik
Ensalada de apio (envase de cristal)	6,03	Rolnik
Pimiento rojo en vinagre	6,10	Laskol
Tomate concentrado (envase de cartón)	3,90 (1litro)	Agrovita
Tomate concentrado, 30% (envase de metálico)	8,43	Dawtona
Tomate concentrado, 30% (envase de cristal)	11,00	Lowicz
Melocotón en almíbar mitades (envase metálico)	5,87	Alcurnia
Piña en almíbar troceada (envase metálico)	5,22	Bakalland
Piña en almíbar en rodajas (envase metálico)	6,00	Bakalland
Peras en almíbar enteras (envase metálico)	7,87	Kier
Peras en almíbar mitades (envase metálico)	3,87	Sandra
Cóctel de frutas tropicales (envase metálico)	6,56	Bakalland
Mandarinas en almíbar (envase de cristal)	10,54	Kier
Mermelada melocotón (envase de cristal)	6,61	Agrovita
Confituras distintos sabores (envase de cristal)	11,07	Andros Materne
Mermeladas sabores varios (envase de cristal)	14,26	Fragata
Mermeladas Light distintos sabores (envase de cristal)	17,11	Fragata
Mermeladas distintos sabores (envase de cristal)	8,68	Lowicz

Fuente: elaboración propia

## V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En el sector de las conservas vegetales y de frutas España tiene importancia como proveedor de aceitunas en conservas especialmente. Aunque también se consumen otros tipos de conservas españolas, su presencia en el mercado polaco no es muy acusada como se ha podido observar en el apartado de importaciones.

Todavía no se reconocen muchas marcas españolas entre los consumidores polacos, exceptuando aceitunas y conservas de aquellos vegetales cuya producción escasea o es inexistente en Polonia.

Los datos de la tabla que sigue a continuación expresan la posición de España como proveedor de aceitunas en conserva y demuestran la extraordinaria aceptación de este producto español por parte de los consumidores polacos.

### IMPORTACIONES DE ACEITUNAS EN CONSERVA. 2004

	Volumen (Kg)	Valor (EUR)	% Valor
<b>Aceitunas en envases con un contenido neto inferior o igual a 5 kg. no preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético, sin congelar.</b>			
España	7437298	9371453	91,55
Francia	97973	228472	2,28
Grecia	100280	188798	1,85
Italia	64540	180029	1,78
Alemania	192861	144982	1,42
Turquía	20901	42301	0,42
Holanda	20564	30838	0,3
Hungría	20684	21473	0,2
Tailandia	10000	13717	0,13
Total	7968240	10229469	100
<b>Las demás aceitunas no preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético, sin congelar.</b>			
España	243535	310962	76,76
Grecia	46010	82828	20,4
Italia	5152	10176	2,55
Total	296182	405059	100

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

---

<b>Aceitunas preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético</b>			
Grecia	3033	9761	42,54
Alemania	2582	9816	41,31
Italia	1000	2845	12,89
España	112	600	2,7
<b>Total</b>	<b>6752</b>	<b>23156</b>	<b>100</b>

*Fuente: Ministerio de Finanzas de Polonia*

---

Algunas empresas españolas ya están presentes en el mercado polaco como por ejemplo La Sevillana, Ángel Camacho, Marín Montejano, Aceitunas Torrent o Alcornia. Si bien es cierto que la presencia española es notoria en el mercado de la aceituna en conserva también se ven marcas españolas en los otros sectores conserveros, especialmente en el del tomate y de las frutas en almíbar.

ICEX

## VI. DISTRIBUCIÓN

Uno de los principales canales de distribución de conservas es el Food Service. La demanda del Food Service ha aumentado significativamente junto con el número de puntos de venta. Pese a ello las ventas a través de este canal no se encuentran en un nivel de desarrollo tan elevado como Europa Occidental.

Atendiendo al crecimiento experimentado en los últimos años, se prevé que las ventas en el canal de Food Service serán muy superiores en un futuro inmediato.

Para acceder a este canal de distribución el exportador deberá dirigirse a distribuidores o importadores de productos alimenticios. En el caso de las principales compañías de Food Service, éstas tienen sus propias cadenas de proveedores. Lo más recomendable es tener un agente o representante local.

La tabla que sigue a continuación muestra el crecimiento experimentado por el Food Service.

<b>VENTAS EN FOOD SERVICE DE ALIMENTOS EN CONSERVA. VOLUMEN 2000-2005 ('000 TONS.)</b>							
2000	2001	2002	2003	2004	2005	%Crecimiento 2004/05	%Crecimiento 2000/05
22,8	23,6	26,0	29,1	32,7	36,8	12,6	61,6

*Fuente: Euromonitor*

A continuación se muestran los datos correspondientes a las ventas de alimentos en conserva a través de establecimientos minoristas. Las ventas a través de este canal son superiores a las realizadas a través de Horeca, sin embargo el crecimiento de las mismas en los últimos años es menor.

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

### VENTAS EN ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS DE ALIMENTOS EN CONSERVA. VOLUMEN 2000-2005 (1000 TONELADAS)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	%Crecimiento 2004/05	%Crecimiento 2000/05
167,4	169,7	172,7	174,8	181,7	189,9	4,51	13,44

Fuente: Euromonitor

Dentro de la distribución minorista, los supermercados/ hipermercados han incrementado su participación. Sin embargo los productores polacos prefieren exportar sus productos a venderlos a estos canales debido a que en el mercado exterior pueden conseguir un mejor precio de venta.

Se estima que las “tiendas 24 horas” incrementarán sus ventas a pesar de que sus precios sean superiores a los ofertados por otros canales, debido en gran parte a la comodidad que suponen para los consumidores.

Las tiendas independientes de alimentación mantienen su posición líder en ventas, en 2005 el 51,3% de alimentos en conserva y transformados se vendió a través de este canal.

### VENTAS MINORISTAS DE ALIMENTOS EN CONSERVA/ TRANSFORMADOS, POR FORMA DE DISTRIBUCIÓN 2005

TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS	%
Tiendas independientes	51,3
Supermercados/ Hipermercados	28,6
Tiendas de descuento	12,4
Tiendas 24 horas	7,0
Tiendas gasolineras	1,6
Ventas por Internet	0,5
Otros	3,0
Total	100

FUENTE: Euromonitor

Las principales cadenas minoristas fueron responsables de aproximadamente el 24% del total del comercio minorista. Los principales minoristas en Polonia incluyen 5 empresas que operan en supermercados/ hipermercados: Metro AG (alemana), Carrefour (francesa), Auchan (francesa), Geant (francesa) y Tesco (británica)

El único minorista líder que no opera en supermercados/ hipermercados es Jerónimo Martins, dirige la cadena de “ahorro” Biedronka, es el segundo minorista más grande de Polonia.

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

---

Como muestra la tabla que figura más abajo, las ventas minoristas de conservas se prevé que continúen aumentando.

### PREVISIONES DE VENTAS MINORISTAS DE ALIMENTOS EN CONSERVA

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	%Crecimiento 05/10
Alimentos en conserva ('000 Tons)	189,9	198,8	208,1	217,8	227,8	238,1	25,4
Alimentos en conserva (PLN million.)	1604,7	1665,9	1730,6	1799,7	1870,1	1942,7	21,1

---

FUENTE: Euromonitor

---

El desarrollo de supermercados/ hipermercados ha reforzado las ventas de marcas blancas, las cuales cada vez van ganando más popularidad entre los consumidores polacos. Pese a su incremento, el consumo de productos de marca blanca todavía es inferior al de Europa Central y Oeste.

## VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Desde la adhesión de Polonia a la Unión Europea no existen barreras a la entrada de productos procedentes de los países miembros.

Sin embargo es preciso etiquetar los productos de una determinada manera. Los productos deben reflejar en el envase el nombre del producto, composición, origen, cantidad, fecha de consumo, condiciones de conservación, nombre y dirección del fabricante, importador y distribuidor, todo ello en polaco. Esta información puede aparecer en forma de pegatina sobre la información en lengua original.

La eliminación de las barreras aduaneras existentes antes de 2004 simplifica y abarata la exportación de los productos en conserva objeto de estudio y coloca a los países miembros de la UE en una posición ventajosa frente a países terceros.

No obstante, la entrada en la UE no ha producido un alto incremento en los intercambios comerciales de conservas vegetales y de frutas entre Polonia y el resto de la Unión Europea. Por el lado de las exportaciones polacas, la antigua UE es un mercado saturado en este sector. Respecto de las importaciones polacas, tras la entrada en la UE junto con la eliminación de los aranceles para los productos procedentes de los países miembros también se produjo una reducción de los aranceles aplicados a los productos de países terceros, lo que permite importar productos de países no miembros a precios más baratos que los europeos (ejemplo, China o Tailandia).



## VIII. ANEXOS

### 1. EMPRESAS

- FABRICANTES POLACOS DE CONSERVAS VEGETALES:
  - AGROS FORTUNA, web site: <http://www.agrosfortuna.pl/>
  - BK- FOOD, web site: <http://www.bk-food.com.pl/>
  - BONDUELLE POLSKA, web site: <http://www.bonduelle.pl/>
  - DAWTONA, web site: <http://www.dawtona.com.pl/>
  - FRUTICO, web site: <http://www.frutico.pl/>
  - FRUTI AND VEGETABLE PROCESSING PLANT "VORTUMNUS", web site: <http://www.vortumnus.pl/>
  - HEINZ POLSKA, web site: [www.heinz.pl](http://www.heinz.pl)
  - HIPPI POLSKA, web site: <http://www.hippi.pl/>
  - INTER- CHAMP COMPANY, web site: <http://www.interchamp.com.pl>
  - JAMAR, web site: <http://www.jamar.pl/>
  - KOTLIN, web site: <http://www.kotlin.com.pl/>
  - KOWAR, web site: <http://www.kowar.com.pl/>
  - LABIMEX, web site: <http://www.labimex.pl/>
  - OKECHAMP PLUS OLE, web site: <http://www.olepartners.pl/>
  - ORZECH, web site: <http://www.orzech.com.pl>
  - POLAN POLSKO- FRANCUSKA, web site: <http://www.polan.pl/>
  - POLWIT, web site: <http://www.tai.com.pl/firmy/pn/polwit/>
  - PROVITUS SPOLKA JAWNA, web site: <http://www.provitus.com.pl/>
  - PRZETWORNIA WARZYW I OWOCOW – LESZEK TREPA, web site: <http://www.przetwornia-treppa.koti.pl/>

## EL MERCADO DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS EN POLONIA

---

- PUDLISZKI, web site: <http://www.pudliszki.pl/>
- "RAJDIMPEX" SPOLKA CYWILNA, web site: <http://www.raidimpex.com.pl>
- ROLNIK, web site: <http://www.rolnik.pl/>
- SCANDIC FOOD, web site: <http://www.scandic-food.pl/>
- SMAK, web site: <http://www.smak.com.pl/>
- UNO FRESCO TRADEX, web site: <http://www.bakalie.com.pl/>, <http://www.uft.com.pl/>
- VIDAN, web site: <http://www.vidan.com.pl/>
- WALDI- BEN, web site: <http://www.waldiben.agro.pl/>
- WARMINSKIE ZAKLADY PRZWTWORSTWA OWOCOWO-WARZYWNEGO KWI-DZYN, web site: <http://www.wzpow.com.pl/>
  
- FABRICANTES POLACOS DE FRUTAS ELABORADAS:
  - AGROS NOVA, web site: <http://www.agrosnova.pl/>
  - GOMAR- PINCZOW, web site: <http://www.gomar.net.pl/>
  - KOTLIN, web site: <http://www.kotlin.com.pl/>
  - SCANDIC- FOOD, web site: <http://www.scandic-food.pl/>
  - STOCZEK, web site: <http://www.stoczek.com.pl/>
  - STOVIT, web site: <http://www.stovit.com.pl/>
  - VORTUMNUS, web site: <http://www.vortumnus.com.pl/>
  
- IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTA.
  - ATLANTA AM, web site: <http://www.atlanta-am.pl>
  - BOS , web site: <http://www.bos.com.pl>
  - B & T DISTRIBUTION, web site: <http://www.bandt.com.pl>
  - CMC, web site: <http://www.cmc.net.pl>
  - DECARE, web site: <http://www.decare.pl>
  - DORAPOL, web site: <http://www.dorapol.krakow.pl>
  - INDEX FOOD DITRIBUTION, web site: <http://www.index-food.com.pl>
  - ITALIAN FOOD, web site: <http://www.italianfood.com.pl>
  - JKS , web site: <http://www.jks.pl>
  - KASOL, web site: <http://www.kasol.com.pl>
  - LEVANT, web site: <http://www.levant.pl>
  - MARIMAX POLSKA, web site: <http://www.marimax.com.pl>
  - MARK 7, web site: <http://www.mark7.com.pl>

- METEX FOOD, web site: <http://www.metex.com.pl>
- NORTH COAST, web site: <http://www.northcoast.com.pl>
- OLE PARTNERS, web site: <http://www.olepartners.pl>
- PRESTIGE, web site: <http://www.prestige.net.pl>
- PRO LOGISTYKA , web site: <http://www.prologistyka.pl>
- ROLIMPEX, web site: <http://www.rolimpex.waw.pl>

## 2. FERIAS

- EUROGASTRO (DRINK & BAR, WORLDHOTEL, CATERING, EUROSWEET)

Feria dedicada al sector HORECA, en la que exponen principalmente empresas de equipamiento, servicios, alimentación y los demás sectores relacionados con hoteles y restauración.

Lugar y fecha de celebración: Varsovia, 22-24.03.07

Web site: <http://www.eurogastro.pl>

- IFE POLAND

Feria internacional de alimentación, bebidas y servicios gastronómicos y hoteleros.

Lugar y fecha de celebración: Varsovia 16-18.05.07

Web site: <http://www.ifepoland.com>

- POLAGRA FOOD

La mayor y tradicionalmente la feria más popular de productos alimentarios en Polonia

Lugar y fecha de celebración: Poznan 16-20.09.06

Web site: <http://www.polagra-food.pl>

- HORECA / ENOEXPO

Feria dedicada al sector Horeca, a la que acuden principalmente empresas de alimentación, equipamiento, servicios y los demás sectores relacionados con hoteles y restauración.

Lugar y fecha de celebración: Cracovia 23-25.11.06

Web site: <http://www.targi.krakow.pl>

## 3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

- PRZEMYSŁ FERMENTACYJNY I OWOCOWO – WARZYWNY

INDUSRIA DE FERMENTACION, FRUTAS Y VERDURAS

ul. Ratuszowa 11

00-950 Warszawa

tel./fax: (022) 818 62 63

e-mail: sekretariat@sigma-not.pl

e-mail: pfiow@sigma-not.pl

<http://www.sigma-not.pl/?url=/tytul/PrzemyslFermentacyjnyiOwocowo-Warzywny/index.php>

- PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY

INDUSTRIA ALIMENATRIA

ul. Rakowiecka 36

02-532 WARSZAWA

Tel.: (022) 606 38 79

Tel./fax: (022) 849 53 33

e-mail: przemspozywczy@sigma-not.pl

- SAD NOWOCZESNY

HUERTO MODERNO

HORTPRESS

ul. Kopernika 34

00-336 WARSZAWA

tel./fax: (022) 826 43 12

e-mail: sn@hortpress.com, sn@hort-press.pl

<http://www.hortpress.com/czasopisma.html?k=3>

#### 4. ASOCIACIONES

- KRAJOWY ZWIĄZEK ZRZESZEŃ PLANTATORÓW OWOCÓW I WARZYW DLA PRZEMYSŁU

Asociación Nacional de Asociaciones de Productores de Fruta y Verdura para la Industria

00-336 Warszawa,

ul. Kopernika 34

tel. 022 827 54 15

- ZWIĄZEK SADOWNIKÓW POLSKICH

Asociación de Horticultores Polacos

00-034 Warszawa,

ul. Warecka 11 A

tel. 022 826 52 81 w. 382

- POLSKA FEDERACJA OGRODNICZA

Federación Polaca de Huertos

00-336 Warszawa,

ul. Kopernika 34 p. 41

tel/fax: 022 827 54 15

- ZWIĄZEK SADOWNIKÓW RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Asociación de Horticultores Polacos

05-600 Grójec,

ul. J. Piłsudskiego 59

Tel./fax: 048 664 37 79

Tel. 0502 265 862

e-mail: [biuro@polskiesadownictwo.pl](mailto:biuro@polskiesadownictwo.pl)

### 5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Webs de interés

- <http://www.sadownictwo.com.pl/> portal de horticultores
- <http://www.netb.pl/> NetBrokers, portal de noticias y precios de productos agroalimentarios
- <http://www.cee-foodindustry.com/> , web de noticias del sector de la alimentación en Europa Central y del Este.
- <http://www.ierigz.waw.pl/>, web del Instituto de Investigación Nacional de Economía Agrícola y de la Alimentación de Polonia.
- <http://www.agra-net.com/>, web de publicaciones sobre la industria agroalimentaria.