

PMP

Estudio de Mercado de Salmónidos en Francia

Abril 2014

I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Código y glosa SACH	4
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	5
3. Análisis FODA.....	6
III. Acceso al Mercado	6
1. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	6
2. Impuestos.....	7
2.1 IVA	7
2.2 Impuestos especiales para la pesca y los productos de la acuicultura:	7
3. Regulaciones y normativas de importación	7
4. Etiquetados requeridos para ingreso al país	8
4.1. Ejemplos de etiquetados de productos:	8
5. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros	9
IV. Potencial del Mercado	10
1. Producción local.....	10
2. Importaciones del producto	11
3. Consumo (compras de las unidades familiares)	11
3.1. Los productos frescos	11
3.2. Los productos preparados y refrigerados	11
3.3. Estructura de mercado 2012	12
3.4. Compras de la restauración fuera de domicilio	13
4. Centros de consumo y estacionalidad de consumo.....	14
4.1. Centros de consumo salmones.....	14
4.2. Centros de consumo truchas.....	15
4.3. Estacionalidad del consumo salmones.....	16
4.4. Estacionalidad de consumo truchas.....	17
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	19
1. Diagrama de flujo.....	19
2. Estrategia y política de diferenciación.....	20
3. Distribución Online	24
VI. Benchmarking y Tendencias	26
1. Competidores	26
2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.....	26
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado	28

4. Tendencias.....	29
VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	29
VIII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado	31
IX. Fuentes de información.....	33
X. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto	34
XI. Anexos.....	35
Glosa 03031100.....	35
Glosa 03031300.....	35
Glosa 03031900.....	36
Glosa 03048100.....	36
Glosa 03021300.....	37
Glosa 03031200.....	37
Glosa 03044100.....	38
Glosa 03054100.....	38
Glosa 16041100.....	39
Glosa 03044290.....	40
Glosa 03048210.....	40
Glosa 03048290.....	41

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Código y glosa SACH

Código SACH	GLOSA
03031220	Los demás salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), descabezados y eviscerados (« HG »), congelados
03031290	Los demás salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), excepto los hígados, huevas y lechas, congelados
03031390	Los demás salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), excepto hígados, huevas y lechas, congelados
03031490	Las demás truchas (<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> , <i>Oncorhynchus apache</i> y <i>Oncorhynchus chrysogaster</i>), excepto los hígados, huevas y lechas, congeladas
03044120	Filetes de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), frescos o refrigerados
03044200	Filetes de trucha (<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> , <i>Oncorhynchus apache</i> y <i>Oncorhynchus chrysogaster</i>), frescos o refrigerados
03048110	Filetes de salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), congelados
03048120	Filetes de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congelados
03049941	Trozos de salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), congelados
03049942	Las demás carnes de salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), congeladas
03049943	Trozos de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congelados
03049944	Las demás carnes de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congeladas
03054190	Los demás salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio
03054390	Las demás truchas (<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> , <i>Oncorhynchus apache</i> y <i>Oncorhynchus chrysogaster</i>), ahumadas
16041190	Los demás salmones preparados o conservados, enteros o en trozos, excepto picados

FUENTE: BANCO CENTRAL

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código	GLOSA
03031100	Salmones rojos [<i>Oncorhynchus nerka</i>], congelados
03031300	Salmones del Atlántico [<i>Salmo salar</i>] y salmones del Danubio [Hucho hucho], congelados
03031900	Salmónidos congelados (excepto los salmones del Pacífico, del Atlántico y del Danubio ni tampoco las truchas)
03048100	Filetes de salmones del Pacífico de las especies [<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorboscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> et <i>Oncorhynchus rhodurus</i>], de salmones del Atlántico [<i>Salmo salar</i>] y de salmones del Danubio [Hucho hucho], congelados
03021300	Salmones del Pacífico [<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorboscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> et <i>Oncorhynchus rhodurus</i>], frescos o refrigerados
03031200	Salmones del Pacífico, congelados (excepto los salmones rojos [<i>Oncorhynchus nerka</i>])
03044100	Filetes de salmones del Pacífico [<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorboscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> et <i>Oncorhynchus rhodurus</i>], de salmones del Atlántico [<i>Salmo salar</i>] y de salmones del Danubio [Hucho hucho], frescos o refrigerados
03054100	Salmones del Pacífico [<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorboscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> et <i>Oncorhynchus rhodurus</i>], salmones del Atlántico [<i>Salmo salar</i>] y salmones del Danubio [Hucho hucho], ahumados, incluidos los filetes (salvo los despojos)
16041100	Preparaciones y conservas de salmones enteros o en pedazos (salvo preparaciones y conservas de salmones picados)
03044290	Filetes de truchas de las especies [<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> et <i>Oncorhynchus gilae</i>] (excepto los filetes de truchas [<i>Oncorhynchus mykiss</i>] que pesan > 400 g la unidad), frescos o refrigerados
03048210	Filetes de truchas [<i>Oncorhynchus mykiss</i>] que pesan > 400 g la unidad, congelados
03048290	Filetes de truchas [<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> et <i>Oncorhynchus gilae</i>] (excepto los filetes de truchas [<i>Oncorhynchus mykiss</i>] que pesan > 400 g la unidad) congelados

FUENTE: LE KIOSQUE DE BERCY

3. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar las certificaciones (orgánicas y cualitativas) • Mantener un precio estable • Mejorar la imagen país 		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Precio más barato 	<ul style="list-style-type: none"> • Distancia relativa de Chile respecto competidor noruego. • Problema del ISA
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un precio estable y competitivo con otros proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad del producto (certificaciones orgánicas y cualitativas)
	<ul style="list-style-type: none"> • Francia es un mercado histórico y estable 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los envases y presentación de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovar para mantener mercados históricos y estables como Francia
	<ul style="list-style-type: none"> • Impuestos locales específicos • Tendencia al consumo de productos de origen local 		

III. Acceso al Mercado

1. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código	Arancel Chile ¹	Arancel general
03031100	0%	2%
03031300	0%	2%
03031900	0%	9%
03048100	0%	2%
03021300	0%	2%
03031200	0%	2%
03044100	0%	2%
03054100	0% y 9,50% ²	13%

¹ Originado por el acuerdo de asociación entre la Unión Europea y Chile. Oficializado con la normativa europea [D0979/02](#)

16041100	0%	5,5%
03044290	0%	12%
03048210	0%	12%
03048290	0%	12%

FUENTE: [EXPORT HELPDESK](#)

2. Impuestos

2.1 IVA

Los productos alimenticios están sometidos al IVA de un 5,5%, a diferencia del IVA estándar de un 20%.

2.2 Impuestos especiales para la pesca y los productos de la acuicultura:³

- Los productos destinados a la industria de las conservas: el 0,20% del valor en aduana.
- Otros productos de la pesca o de la acuicultura: el 0,27% del valor en aduana.⁴

3. Regulaciones y normativas de importación

Las importaciones a Europa están sometidas a varias reglas:⁵

- [Control de los contaminantes alimenticios en alimentos](#)
- [Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal](#)
(Sólo aplicable a la acuicultura)
- [Control de la pesca ilegal](#)
(Excluidos los productos de la acuicultura obtenidos a partir de crías o larvas)
- [Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano](#)
- [Control sanitario de productos pesqueros no destinados al consumo humano](#)
- [Etiquetado del pescado](#)
- [Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos](#)
- [Voluntario - Productos de producción ecológica](#)

² 9.5% es el arancel general del producto Chileno, y existe una cuota de 40 000 Kilogramos que entran con una tasa de un 0%

³ [Export Haldesk](#)

⁴ [LEGIFRANCE](#)

⁵ Ibídem

4. Etiquetados requeridos para ingreso al país

Todos los requerimientos para el etiquetado del pescado están indicados en el siguiente link:

- [Etiquetado del pescado](#)

4.1. Ejemplos de etiquetados de productos:



Cabe destacar que las etiquetas de los productos transformados a base de salmón tienen derecho a no mencionar el origen del salmón.



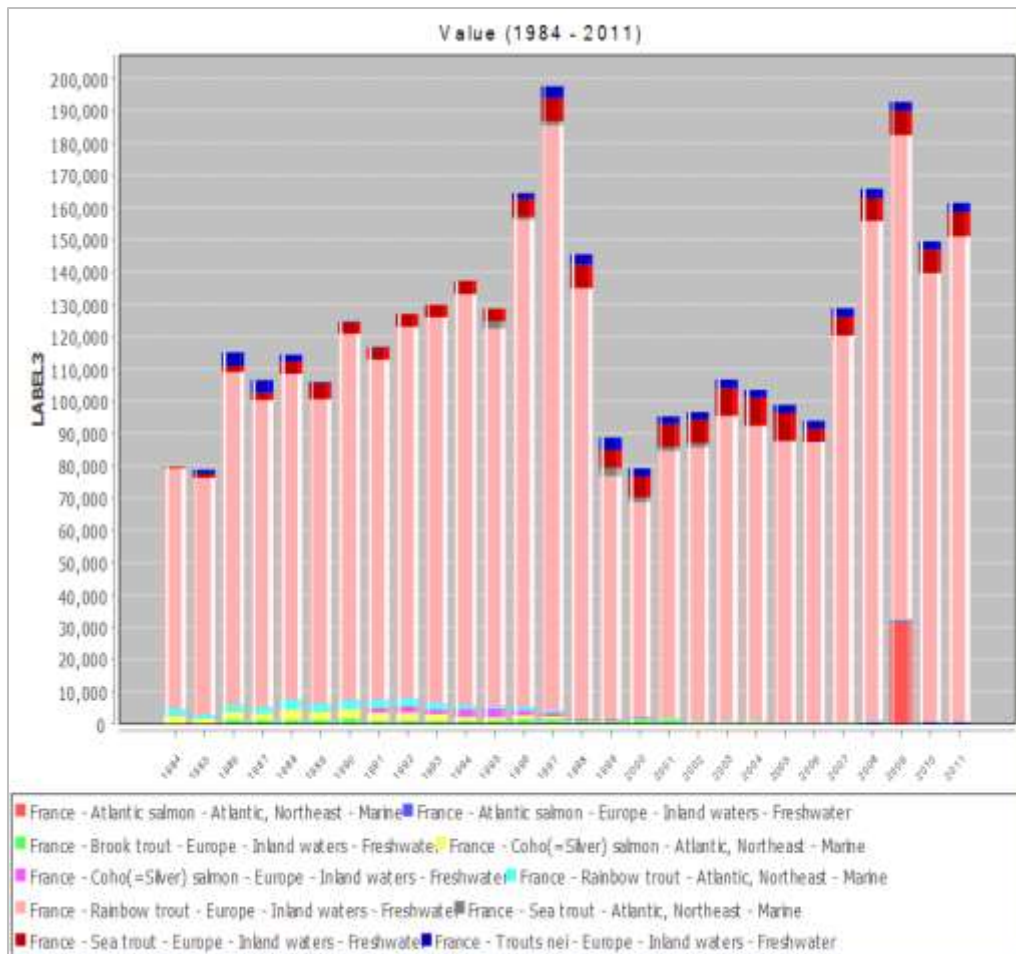
5. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros

- Direction Générale de l'Alimentation-Mission de coordination sanitaire internationale**
Bureau de l'importation pays tiers
Dirección general de la Alimentación- Misión de coordinación sanitaria internacional
Oficina de importación países terceros
 Dirección: 251 rue de Vaugirard-75732 Paris CEDEX 15
 Tel: (+33) 1 49 55 84 84
 Fax: (+33) 1 49 55 83 14
- Direction générale des douanes et droits indirects**
Dirección general de las aduanas e impuestos indirectos
 Dirección: 11, rue des deux Communes- 93558 Montreuil cedex.
 Tel: (+33) 8 11 20 44 44
 Fax: (+33) 1 57 53 49 37
- Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi**
Ministerio de la Economía, de la Industria y del Empleo
 Dirección: 59, Boulevard Vicent Auriol
 F-75703 Paris Cedex 13
 Tel: (+33) 1 44 97 23 23
 Fax: (+33) 1 44 97 05 27
<http://www.economie.gouv.fr/dgccrf>
- Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt**
Direction Générale de l'Alimentation
Ministerio de la Agricultura, de Agroalimentación y del Bosque
Dirección general de la Alimentación
 Dirección: 251 rue de Vaugirard
 F-75732 Paris CEDEX 15
 Tel: (+33) 1 49 55 58 11 / 49 55
 Fax: (+33) 1 49 55 81 82
 Email: infodoc@agriculture.gouv.fr
 Website: <http://www.agriculture.gouv.f>

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local

En Francia, la producción de truchas es relevante comparada con la producción de salmones. Por lo tanto se importan más salmones en Francia que truchas.



Fuente: Fishstat⁶

⁶ Se necesita descargar un hardware para elaborar tal gráfico.

2. Importaciones del producto⁷

Los cuadros de importaciones están en los documentos anexos (página 35). Se observan a menudo los siguientes países:

- Noruega
- Estados Unidos
- Irlanda
- Polonia
- Dinamarca
- Reino Unido

3. Consumo (compras de las unidades familiares)

Francia es el primer país europeo consumidor de salmones y truchas ahumados. Los franceses se distinguen por un consumo de salmónidos diversificado y constante.

3.1. Los productos frescos

El salmón sigue siendo en Francia la especie preferida de los hogares franceses con aproximadamente un 25% del volumen total de pescado fresco comprado. En el año 2012 hubo un aumento de un 30,3% de las ventas de salmón fresco después de un año 2011 marcado por precios altísimos. El volumen de ventas del año 2012 incluso superó el volumen 2010. Las compras de bacalao fresco (+8,9% en volumen), de truchas (+3,8%) y de pejesapo (+14,4%) aumentaron mientras disminuyeron las ventas de todos los demás pescados frescos.

Pescados frescos	2010			2011			2012			%12/11		
	Valor (K€)	Vol. (ton.)	Precio (€/kg)	Valor (K€)	Vol. (ton.)	Precio (€/kg)	Valor (K€)	Vol. (ton.)	Precio (€/kg)	Valor	Vol.	Precio
Salmón	372430	27150	13,7	351310	25763	13,6	410504	33579	12,2	+16,8	+30,3	-10,3
Trucha	48392	4978	9,7	43806	3976	11	43992	4126	10,7	+0,4	+3,8	-2,7
Total	1635575	135689	12,1	1616382	129158	12,5	1646651	133703	12,3	+1,9	+3,5	-1,6

FUENTE: FRANCEAGRIMER A PARTIR DE KANTAR WORLDPANEL

[HTTP://WWW.FRANCEAGRIMER.FR/CONTENT/DOWNLOAD/23131/191123/FILE/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.PDF](http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf)

3.2. Los productos preparados y refrigerados

⁷ Fuente : Le Kiosque de Bercy

En 2012, las compras de productos preparados se estabilizaron en volumen. Los pescados ahumados (+2%) siguen progresando al igual que los camarones cocidos (+1,8%), las entradas y los platos cocinados (+4,2%).

Productos transformados	2010			2011			2012			%12/11		
	Valor (K€)	Vol. (ton.)	Precio (€/kg)	Valor (K€)	Vol. (ton.)	Precio (€/kg)	Valor (K€)	Vol. (ton.)	Precio (€/kg)	Valor	Vol.	Precio
Salmón	570460	24031	23,7	565691	22439	25,2	587346	23571	24,9	3,8	5	-1,2
Salmón ahumado de Noruega	248262	11392	22,2	257530	11008	21,8	273728	12224	22,5	6,3	11	3,2
Salmón ahumado de Escocia	122967	4170	31,7	117426	3758	31,1	122958	4002	29,8	4,7	6,5	-4,2
Salmón ahumado de Irlanda	34495	1176	36,3	36787	1195	29,4	37791	1204	29,5	2,7	0,7	0,3
Trucha	63288	2277	27,8	73050	2610	28	70406	2521	27,9	-3,6	-3,4	-0,4
Total	2126082	182210	11,7	2168541	183246	11,8	2209320	182874	12,1	1,9	-0,2	2,5

FUENTE: FRANCEAGRIMER A PARTIR DE KANTAR WORLDPANEL

[HTTP://WWW.FRANCEAGRIMER.FR/CONTENT/DOWNLOAD/23131/191123/FILE/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.PDF](http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf)

3.3. Estructura de mercado 2012

Productos	Cantidades compradas en toneladas	Gastos (K€)	Precio medio (€/kg)	Número de actos por comprador	Presupuesto medio de compra	Cantidades compradas por acto (kg)	Gastos por acto (€)	Cuota de mercado valor en supermercados (%)
Salmón fresco (entero y cortado)	33 579	410 504	12,2	4,1	31,7	0,6	7,7	87,1
Trucha fresca (entera y cortada)	4 126	43 992	10,7	2,1	10,6	0,5	5	82,7
Salmón congelado	9 506	148 362	15,6	2,6	20,1	0,5	7,6	72,3
Salmón ahumado congelado	78	3 214	41,4	1,4	10,7	0,2	7,7	-
Conservas de salmón	945	10 979	11,6	1,8	5,6	0,3	3,2	99,3

Salmón ahumado	22 724	561 852	24,7	5,1	28,1	0,2	5,5	98,9
Trucha ahumada	2 521	70 406	27,9	2,6	11,7	0,2	4,5	99,5

FUENTE: FRANCEAGRIMER A PARTIR DE KANTAR WORLDPANEL

[HTTP://WWW.FRANCEAGRIMER.FR/CONTENT/DOWNLOAD/23131/191123/FILE/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.PDF](http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf)

3.4. Compras de la restauración fuera de domicilio

La restauración compra varios pescados pero la especie principal sigue siendo el salmón que representa el 18% de las cantidades compradas en 2012. En Francia, más de la mitad de los volúmenes de pescados comprados son pescados congelados (ya recortados). Los platos preparados son principalmente los pescados transformados pero también el salmón ahumado (15% de los volúmenes comparados en 2012).

2012	Total		Restauración comercial		Restauración colectiva	
	Toneladas	Valor en (K€)	Toneladas	Valor en (K€)	Toneladas	Valor en (K€)
Salmón fresco	8 374	72 954	7 877	68 242	496	4 711
Salmón fresco entero	3 549	28 474	3 454	27 711	95	762
Trozos de salmón fresco	4 825	44 480	4 424	40 531	401	3 949
Salmón congelado	6 177	52 760	1 451	14 153	4 726	38 607
Salmón congelado entero	251	1 963	30	277	221	1 686
Trozos de salmón congelado	5 926	50 797	1 421	13 876	4 505	36 921
Salmón ahumado fresco	2 560	35 708	2 290	31 818	270	3 889
Salmón ahumado congelado	815	9 218	590	6 497	225	2 722
Trucha fresca	1 015	8 381	8 39	6 948	175	1 433
Trucha fresca	669	5 399	639	5 190	29	209

entera						
Trozos de trucha fresca	346	2 982	200	1 758	146	1 224
Trucha congelada	384	3 079	206	1 714	179	1 366
Trucha congelada entera	145	1 155	129	1 055	16	100
Trozos de trucha congelada	239	1 924	77	659	163	1 266

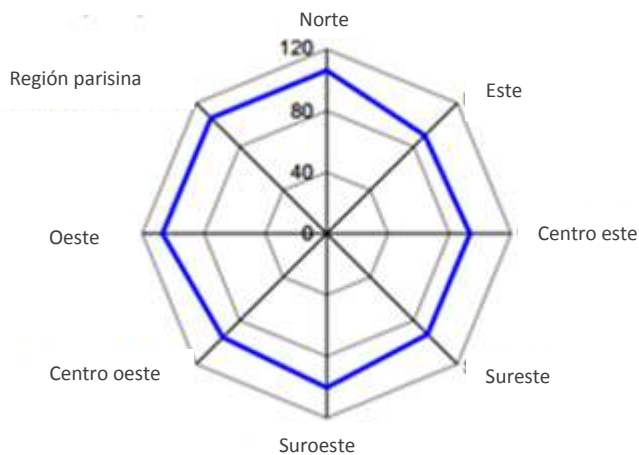
FUENTE: FRANCEAGRI MER A PARTIR DE CRÉDOC

4. Centros de consumo y estacionalidad de consumo

4.1. Centros de consumo salmones⁸

A pesar de un consumo de salmones en toda Francia, se observa que el consumo en el Norte y en la región parisina es más relevante que el Sur o Este de Francia.

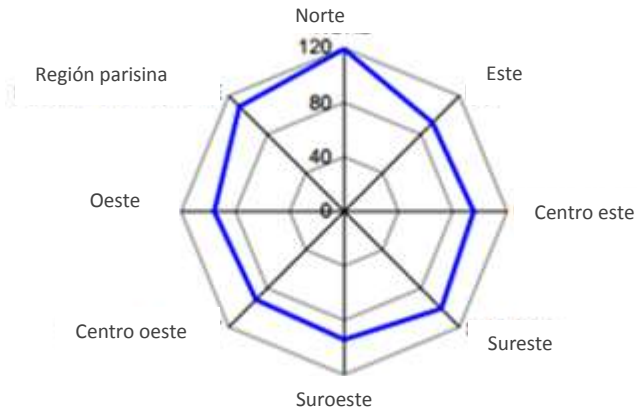
SALMÓN FRESCO: ÍNDICE DE VOLUMEN SEGÚN LA REGIÓN (2012)



<http://www.franceagri mer.tr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf>

SALMÓN AHUMADO: ÍNDICE DE VOLUMEN SEGÚN LA REGIÓN (2012)

⁸ FranceAgriMer según Kantar Worldpanel

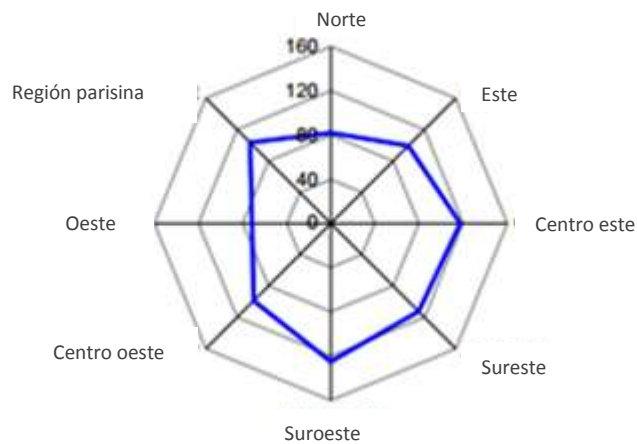


<http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf>

4.2. Centros de consumo truchas⁹

Las truchas se consumen principalmente en el Este (trucha ahumada) y Sur de Francia

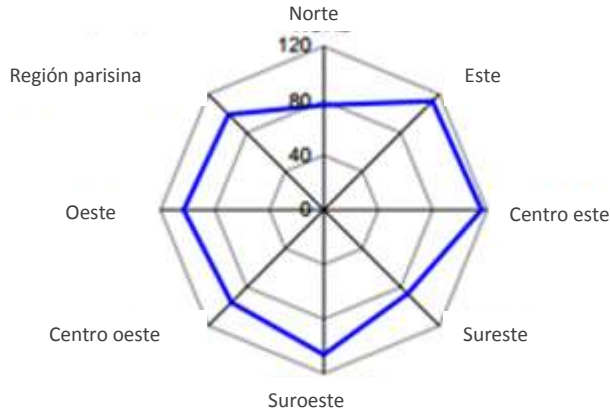
TRUCHA FRESCA: ÍNDICE DE VOLUMEN SEGÚN LA REGIÓN (2012)



<http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf>

⁹ Ibídem

TRUCHA AHUMADA: ÍNDICE DE VOLUMEN SEGÚN LA REGIÓN (2012)

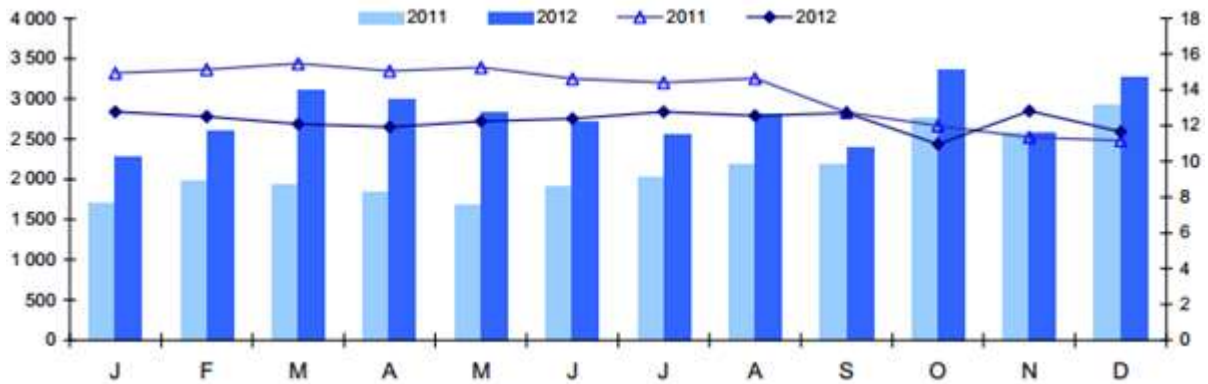


<http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf>

4.3. Estacionalidad del consumo salmones

El salmón fresco tiene un consumo constante en Francia mientras el salmón ahumado se consume principalmente durante las fiestas navideñas.

SALMÓN FRESCO

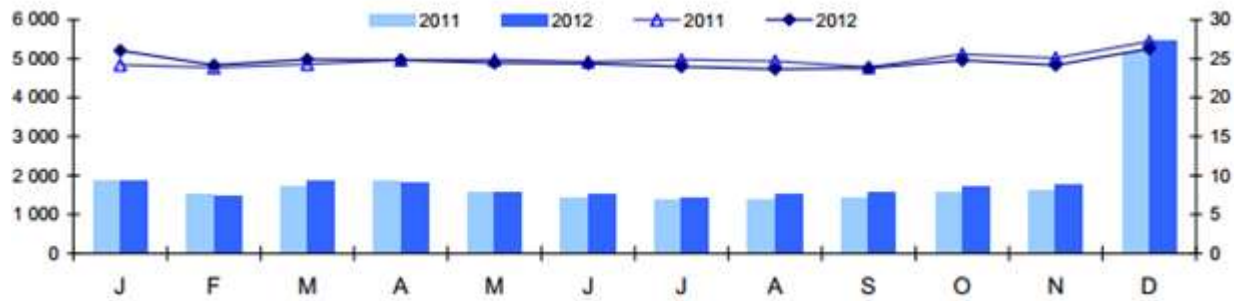


- Barras: volúmenes en toneladas
- Líneas: precio medio (€/kg)

FUENTE: FRANCEAGRIMER SEGÚN KANTAR

WORLDPANEL [HTTP://WWW.FRANCEAGRIMER.FR/CONTENT/DOWNLOAD/23131/191123/FILE/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.PDF](http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf)

SALMÓN AHUMADO (CONSUMO DE LAS UNIDADES FAMILIARES EN CASA)



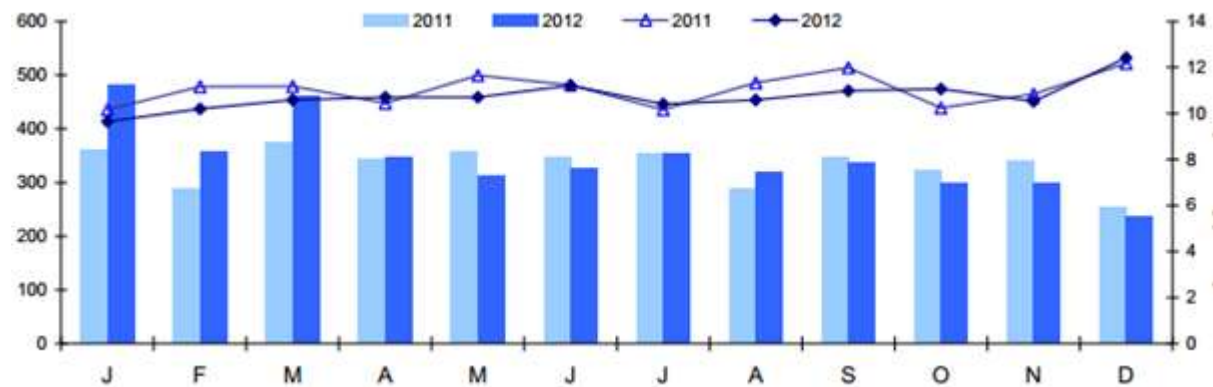
FUENTE: FRANCEAGRIMER SEGÚN KANTAR

WORLDPANEL [HTTP://WWW.FRANCEAGRIMER.FR/CONTENT/DOWNLOAD/23131/191123/FILE/STA-MER-CONSO-2012%20AOUT2013.PDF](http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20AOUT2013.pdf)

4.4. Estacionalidad de consumo truchas

En Francia, se consumen truchas frescas a principios de año (enero, febrero y marzo) mientras que la trucha ahumada, al igual que el salmón ahumado, se consume durante las fiestas de fin de año (Navidad).

TRUCHA FRESCA

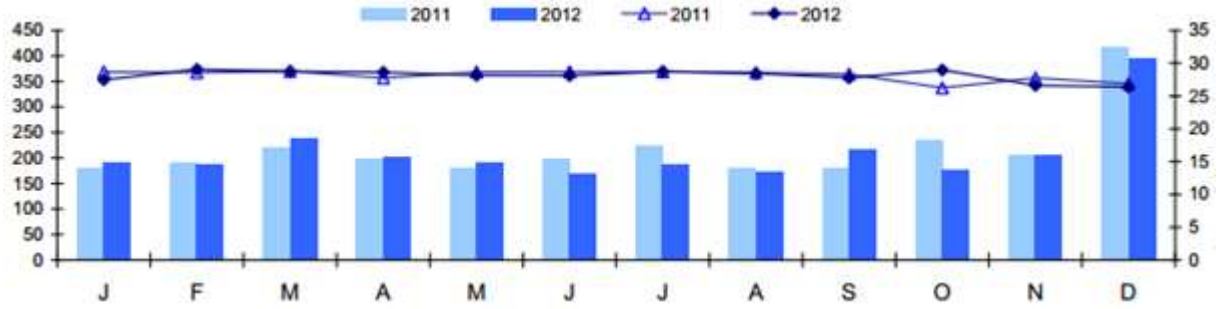


- Barras: volúmenes en toneladas
- Líneas: precio medio (€/kg)

FUENTE: FRANCEAGRIMER SEGÚN KANTAR

WORLDPANEL [HTTP://WWW.FRANCEAGRIMER.FR/CONTENT/DOWNLOAD/23131/191123/FILE/STA-MER-CONSO-2012%20AOUT2013.PDF](http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20AOUT2013.pdf)

TRUCHA AHUMADA

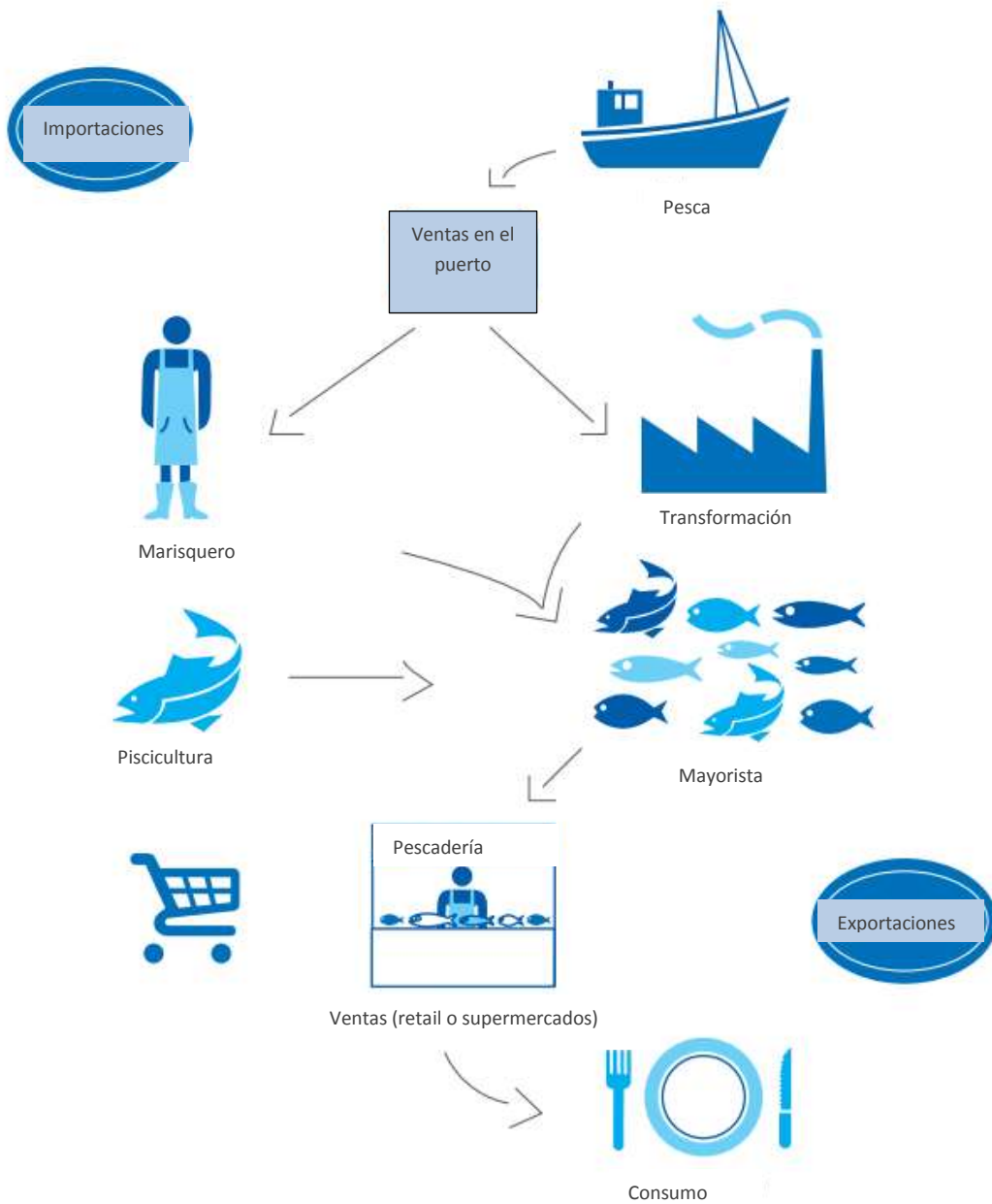


FUENTE: FRANCEAGRI-MER SEGÚN KANTAR

WORLD-PANEL [HTTP://WWW.FRANCEAGRIMER.FR/CONTENT/DOWNLOAD/23131/191123/FILE/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.PDF](http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf)

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Diagrama de flujo



FUENTE: FRANCEAGRIMER

- **Ventas en el puerto**

En Francia, los pescados se pueden vender en los puertos. El 2/3 de los volúmenes que llegan en los puertos franceses se venden en « buhonería ». Los pescados pueden también venderse directamente a los mayoristas, los transformadores, los pescaderos, los restaurantes, siempre respetando las condiciones sanitarias.

- **El marisquero** desempeña un papel central. Se encarga de la compra de productos del mar destinados al consumo humano. Los productos se clasifican, se preparan, se envasan y se etiquetan para ser enviados a mayoristas, distribuidores y pescaderos.

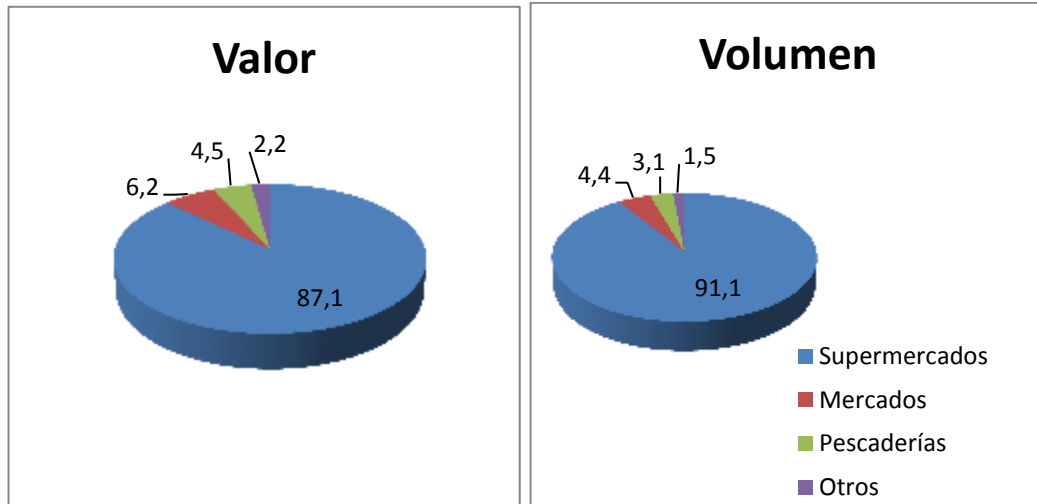
- **Los mayoristas** centralizan los distintos productos provenientes de la pesca o de las importaciones. Se abastecen en grandes cantidades para responder a las exigencias de sus clientes: restaurantes, pescaderías.

2. Estrategia y política de diferenciación

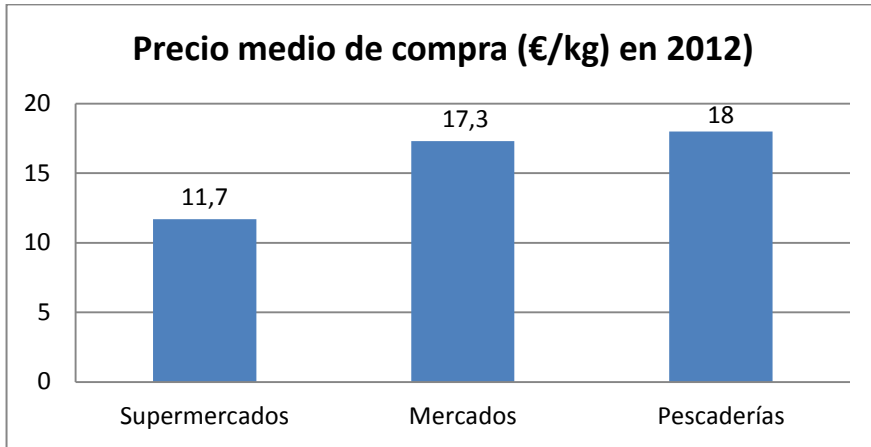
Las truchas y los salmones se venden en mayoría mediante el canal de los supermercados.

SALMÓN FRESCO: CUOTAS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN (2012)¹⁰

La diferencia del precio medio de compra entre el salmón fresco vendido en supermercados o en el salmón fresco vendido en pescaderías es relevante: +58% en las pescaderías.

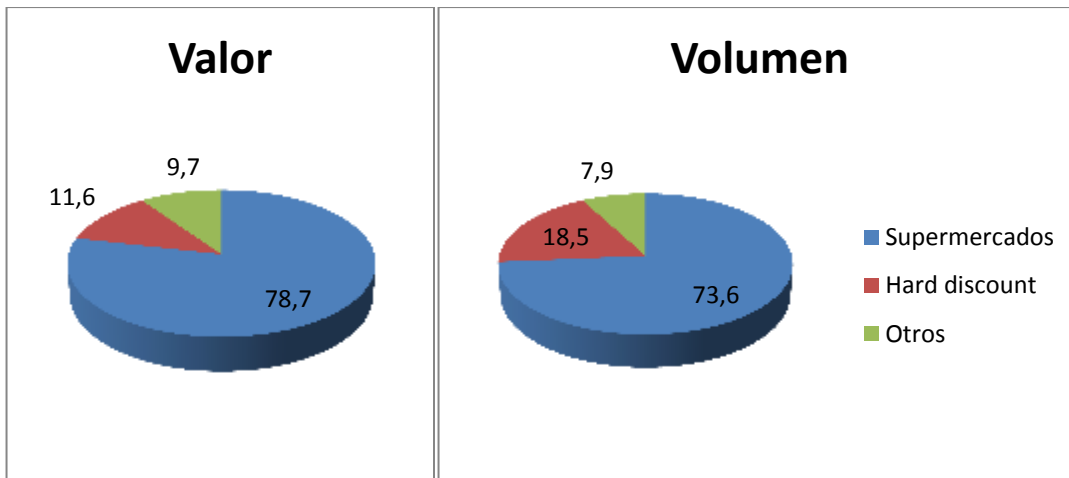


¹⁰ FranceAgriMer según Kantar Worldpanel <http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf>

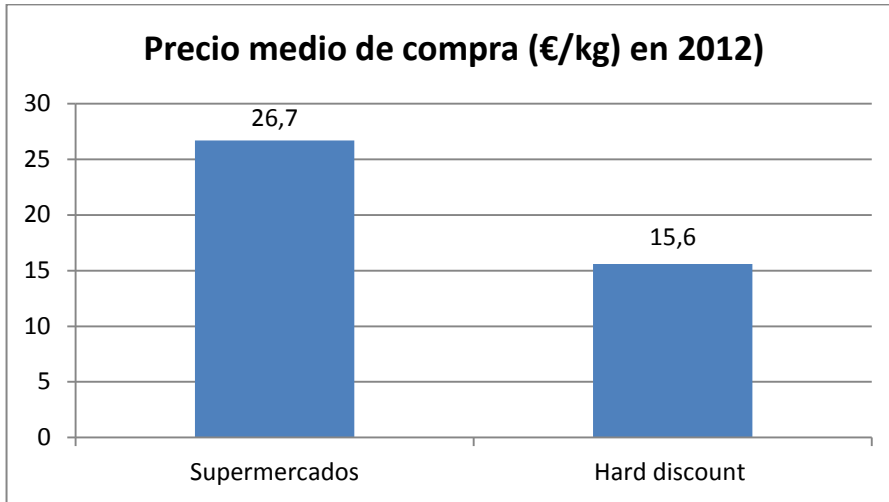


SALMÓN AHUMADO: CUOTAS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN (2012)¹¹

El salmón ahumado se encuentra principalmente en los supermercados o en los hard discounters (Ed, Lidl). La diferencia del precio medio de compra entre los dos canales es también relevante: +71,1% en los supermercados.

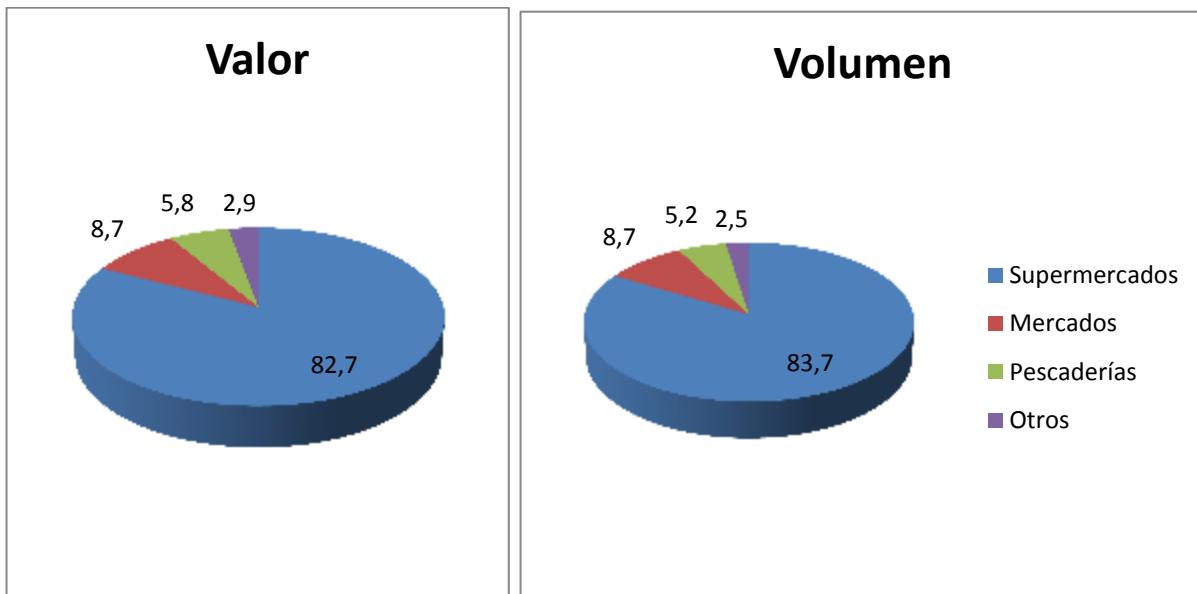


¹¹ FranceAgriMer según Kantar Worldpanel <http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf>

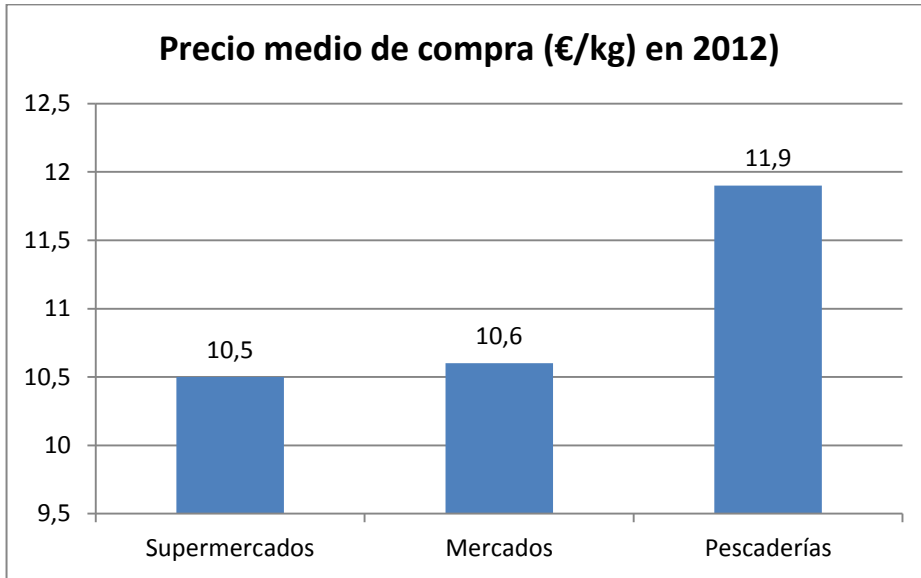


TRUCHA FRESCA: CUOTAS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN (2012)¹²

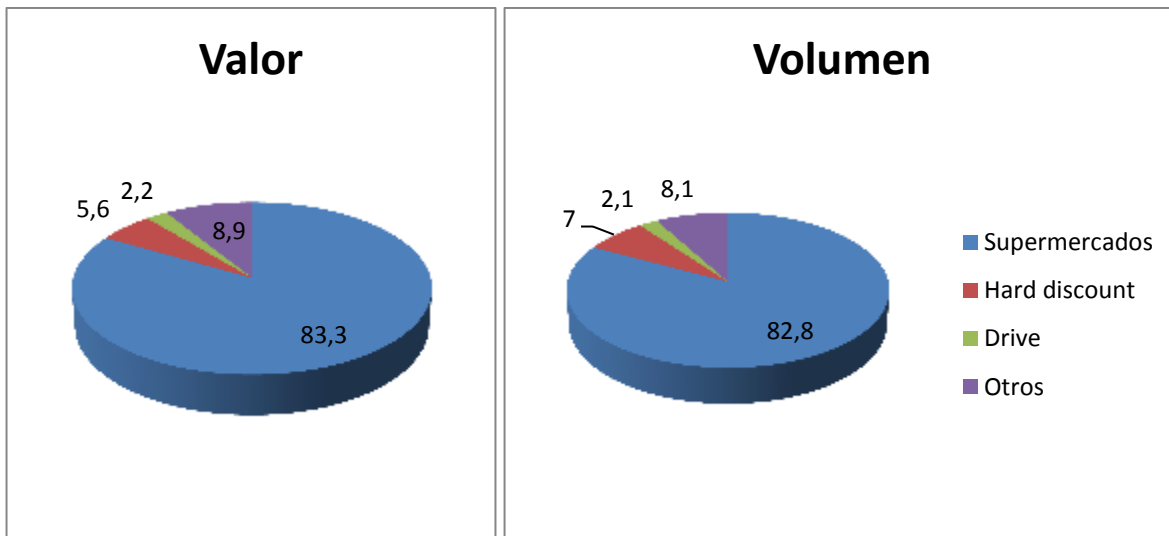
Las truchas también se venden principalmente en los supermercados. Sin embargo, la diferencia de precio medio según los canales no se evidencia tanto.



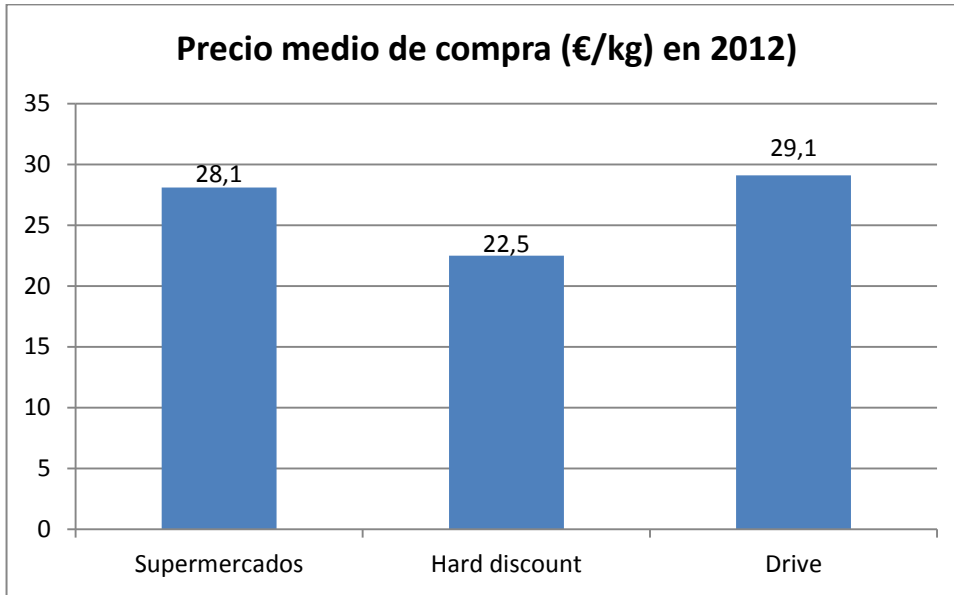
¹² FranceAgriMer según Kantar Worldpanel



TRUCHA AHUMADA: CUOTAS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN (2012)¹³



¹³ FranceAgriMer según Kantar Worldpanel <http://www.franceagrimer.fr/content/download/23131/191123/file/STA-MER-CONSO-2012%20Aout2013.pdf>



3. Distribución Online

Varios grupos de distribución tienen tiendas en línea como:

- [Carrefour](#)
- [Auchan](#)
- [Casino](#)
- [Super U](#)
- [Les Mousquetaires](#)

Salmones y truchas están presentes en esos sitios. Todos esos grupos tienen marcas propias que proponen salmón o trucha.

Carrefour propone por ejemplo en sus tiendas salmón (origen Noruega o Chile) bajo marca propia.





También cabe recalcar la importancia de Picard, un especialista de productos congelados: [PICARD](http://www.picard.fr). Este grupo posee más de 920 tiendas por toda Francia y tienen una facturación anual de 1,4 mil millones de euros.¹⁴

¹⁴ <http://www.picard.fr/on/demandware.store/Sites-picard-Site/default/Search-Show?fdid=quiSommesNous>

VI. Benchmarking y Tendencias

1. Competidores

Chile tiene como competidores principales

- Noruega

VER EL SIGUIENTE LINK: [HTTP://WWW.SALMONFROMNORWAY.COM/](http://www.salmonfromnorway.com/)

A pesar de un liderazgo en Europa, la imagen país del salmón noruego en Francia se deterioró después de la difusión un programa dedicado a la industria del salmón en Noruega el 7 de noviembre del año 2013. La disminución de consumo de salmón durante el mes de noviembre 2013 pone hincapié en la sensibilidad de los franceses a prácticas sustentables y saludables.

EL LINK SIGUIENTE DA ACCESO AL VIDEO: [HTTP://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=IN0N8-HWIA8](http://www.youtube.com/watch?v=IN0N8-HWIA8)

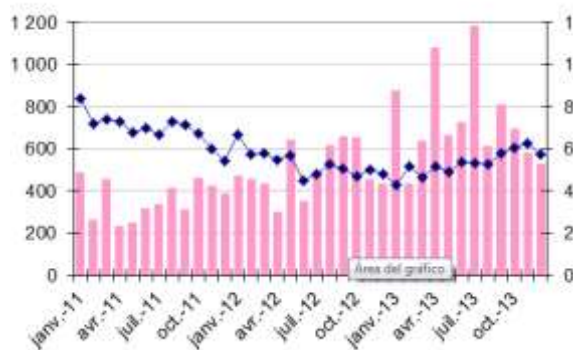
- Polonia

Cabe también destacar el desarrollo de las empresas de Polonia en términos de transformación de los salmónidos.

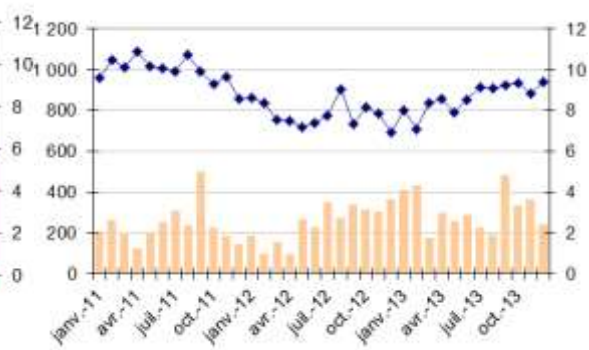
- Irlanda (<http://www.salmon-ireland.com/>)
- Escocia (<http://www.scottishsalmon.co.uk/>)

2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.

Importaciones francesas de filetes de salmón congelado de Chile



Importaciones francesas de filetes de salmón congelado de Noruega



COLUMNAS: TONELADAS

CURVAS: PRECIO (€/KG)

FUENTE: FRANCEAGRIMER

Para las importaciones francesas de filetes de salmón congelado, se observa que las importaciones provenientes de Chile son más numerosas y los precios son más bajos.

Producto	Precio medio	Mini	Maxi
Rungis Marée Congelado (06/02/14) acotación mayorista: unidad € el kilo			
Salmón congelado (entero) salvaje 2-3kg importado	7,30	7	9
Rungis Marée Cocido-salado-ahumado (06/02/14) acotación mayorista: unidad € el kilo			
Salmón orgánico ahumado trozado de acuicultura al vacío	28	24	30
Salmón ahumado (filete) trozado de acuicultura 1-2kg al vacío Escocia	25	22	26
Salmón ahumado (filete) trozado de acuicultura 1-2kg al vacío Noruega	23	22	24
Rungis Marée-Filetes (08/02/14) acotación mayorista: unidad € el kilo			
Salmón fresco (filete) trozado de acuicultura 3-4kg Noruega	11,20	11	
Salmón fresco (filete) trozado de acuicultura 3-4kg U.E.	11,20	11	11,50
Rungis Marée-Fresco (08/02/14) acotación mayorista: unidad € el kilo			
Salmón fresco (entero) de acuicultura 2-3kg Escocia	6,50	6,40	6,60
Salmón fresco (entero) de acuicultura 2-3kg Noruega	5,90	5,50	
Salmón fresco (entero) de acuicultura 3-4kg Noruega	6,10	5,80	6,40
Salmón fresco (entero) de acuicultura 4-5kg Noruega	6,30	6,00	6,40
Salmón fresco (entero) de acuicultura 5-6kg Noruega	6,50	6,40	6,60
Salmón fresco (entero) de acuicultura 6-7kg Noruega	6,70	6,50	7,00
Salmón "label rouge" fresco (entero) de acuicultura 2-3kg Escocia	7,80	7,50	8,00
Marée Francia Retail Supermercados (06/02/14) acotación retail: unidad € el kilo			
Salmón (rodaja) de acuicultura	17,13	14,90	18,95
Salmón (entero) de acuicultura -4kg	10,27	7,95	11,90
Salmón (filete) de acuicultura	15,63	9,99	19,45
Salmón (porciones) de acuicultura	17,81	13,95	21,50

FUENTE: RNM¹⁵

¹⁵ [RNM](#)

Producto	Precio medio	Mini	Maxi
Rungis Marée Cocido-salado-ahumado (06/02/14) acotación mayorista: unidad € el kilo			
Trucha ahumada (filete) de acuicultura Francia	17,00	16,00	18,00
Rungis Marée-Filetes (08/02/14) acotación mayorista: unidad € el kilo			
Trucha (filete) Francia	6,50	6,00	
Rungis Marée-Fresco (08/02/14) acotación mayorista: unidad € el kilo			
Trucha (entera) de acuicultura Francia	4,80	4,50	
Marée Francia Retail Supermercados (06/02/14) acotación retail: unidad € el kilo			
Trucha (entera) de acuicultura porción (la unidad)	2,20	1,75	2,50
Trucha (entera) de acuicultura porción a granel	10,38	7,90	12,90

FUENTE: RNM

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

Los consumidores franceses son sensibles a algunas certificaciones. El gobierno francés menciona algunas certificaciones para elegir un pescado de calidad.¹⁶

- El **“Label Rouge”**: esta certificación pone de hincapié la calidad del producto cuyos procesos de elaboración han de respetar el medio ambiente. Las sardinas de Bretaña poseen esa certificación francesa. El salmón de Escocia fue el primer producto extranjero en obtener cuyo sello.
- La certificación MSC (**Marine Stewardship Council**), que promueve prácticas responsables y sostenibles es otra certificación destacada por el Gobierno francés.¹⁷
- El sector de la pesca en Francia está acometiendo medidas dedicadas a la elaboración de un **sello francés** que garantice el respeto de las normas ambientales, socioeconómicas y no tenga un alto impacto ecológico.

Además de esas certificaciones, se evidencia la importancia de certificaciones orgánicas para algunos franceses.

- **AB**¹⁸ (Agricultura Biológica) garantiza pocos riesgos en términos de polución acuática y un pescado proveniente de una acuicultura en agua controlada. La certificación indica que el producto comprado contiene pescado orgánico o al menos un 95% de productos agrícolas orgánicos.

¹⁶ <http://alimentation.gouv.fr/france-peche>

¹⁷ http://www.msc.org/?set_language=es

¹⁸ <http://www.agencebio.org/la-marque-ab>

4. Tendencias

Dentro del sector de los productos del mar en Francia destacan los siguientes puntos:

- **Valorización del origen Francia.** Empresas de elaboración de productos preparados como Guyader¹⁹ o Labeyrie²⁰ lanzaron una referencia de salmón de origen francés que tuvo mucho éxito. Este salmón premium se vende más caro que los salmones escoceses o irlandeses. Las tendencias exóticas (origen Patagonia o Laponia) ya no están de moda.
- **La segmentación del mercado** con diferenciación de las gamas según las utilidades. Por ejemplo, Guyader propone rodajas de salmón ahumado ideales para la elaboración de canapés.
- **Los salmones orgánicos.** La producción orgánica en Francia ha aumentado de un 5,6% entre 2011 y 2012.
- **Salmón natural.** Hay una vuelta hacia la sencillez y simplicidad del producto por parte de los fabricantes. Aunque el salmón ahumado seduzca siempre tanto, los consumidores buscan productos naturales. Guyader por ejemplo creó gravlaks preparados en escabeche con azúcar, sal y eneldo.
- **Aromatización de los salmones ahumados.** Los fabricantes franceses añaden eneldo, cascara de limón, naranja, azafrán...
- **Respeto del medio ambiente.**
- **Salmones ahumados Premium**

VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

- **Sodexo²¹** . El grupo Sodexo²² compra cada año aproximadamente 500 toneladas de salmón. Se trata de uno de los cinco productos más relevantes en términos de valor. Se trata ante nada de salmón congelado. “Tenemos un abastecimiento regular y una visibilidad de precio que no tenemos en el fresco”. La elección de Chile se justifica por su calidad y su precio competitivo (entre el 15 al 20% menos caro que el salmón de Noruega), una huella carbono baja mediante el transporte marítimo y su conformidad con las exigencias de Sodexo. Con su proveedor, el grupo creó una relación específica con exigencias suplementarias a la certificación GlobalGap²³: se añadieron exigencias precisas en términos de densidad de acuicultura, de respeto de los fondos marinos y de alimentación. Adicionalmente sigue teniendo una política en contra de las proteínas animales transformadas. Sodexo importa productos con especificaciones estrictas:
 - filetes enteros y porciones sin espinas con piel 150g para las empresas

¹⁹ <http://www.guyader.com/>

²⁰ <http://www.labeyrie.com/>

²¹ Revista Produits de la Mer Octubre Noviembre 2013

²² <http://fr.sodexo.com/frfr/default.aspx>

²³ http://www.globalgap.org/uk_en/

- filetes 120-140g sin piel ni espinas, cortados en el sentido del filete
- Cubos de salmón para las cárceles y los restaurantes escolares

- **Alpha Bay**

Importan salmón de Chile (200 toneladas por año de filetes y porciones congeladas de *Salmo salar*). Después del ISA, las cantidades importadas por Alpha Bay son menores. Los salmones deben cumplir las normas europeas de importación pero no se requieren condiciones particulares según Alpha Bay. La imagen de Chile no sufrió ningún perjuicio ya que sus clientes no le hacen ningún comentario y estiman que la calidad del salmón chileno es la misma que el salmón noruego. El envase puede ser un detalle importante. Es difícil para ellos evaluar la competitividad del salmón chileno porque la situación del salmón noruego cambia rápidamente cada semana.

El mayor problema de Chile es su lejanía geográfica.: Es necesario importar varios contenedores para rentabilizar los encargos. Noruega desplaza su transformación a los países de Europa del Este,; por lo tanto es muy fácil importar 5 paletas y recibirlas en menos de 15 días. La percepción de Alpha Bay hacia Chile es que la industria chilena privilegia grandes contratos en los mercados estadounidenses o brasileños en menoscabo del salmón congelado en Europa.

- **Guyader**

Antes del ISA, Guyader importaba mucho salmón chileno. Sin embargo, hoy en día, los gastos de transporte reducen la diferencia de precio entre el salmón noruego y el chileno. Importan 150 toneladas de salmón. Los formatos ideales son las placas de 7,5 kg pero también los bloques de 2,5 kg o 2kg.

Chile aumentó sus precios estos últimos años. Lo que interesa Guyader son los Bits and Pieces ya que hacen “rilletes” (tipo de paté con mucha grasa). En términos de calidad, Guyader está satisfecho de la calidad del salmón chileno.

Guyader recomienda un precio estable para poder enfrentar el aumento de los precios del salmón que desequilibra los mercados.

- **Direct Océan**

Se trata del primer importador de salmón en Chile. Importan aproximadamente 10.000 toneladas de salmón (filetes, bit and pieces, Premium...).

La ventaja del salmón noruego es su proximidad. La diferencia de precios entre el Premium chileno y el premium noruego es de aproximadamente un 5 a 10%.

La percepción de Direct Océan es que los chilenos abandonan los mercados tradicionales en Europa para dedicarse a mercados emergentes. La recomendación de este importador es que Chile no abandonará estos mercados históricos y estables. “Chile debería así elaborar porciones y enfatizar la calidad”. Direct Océan mencionó también que todos los productos no están necesariamente bien envasados.

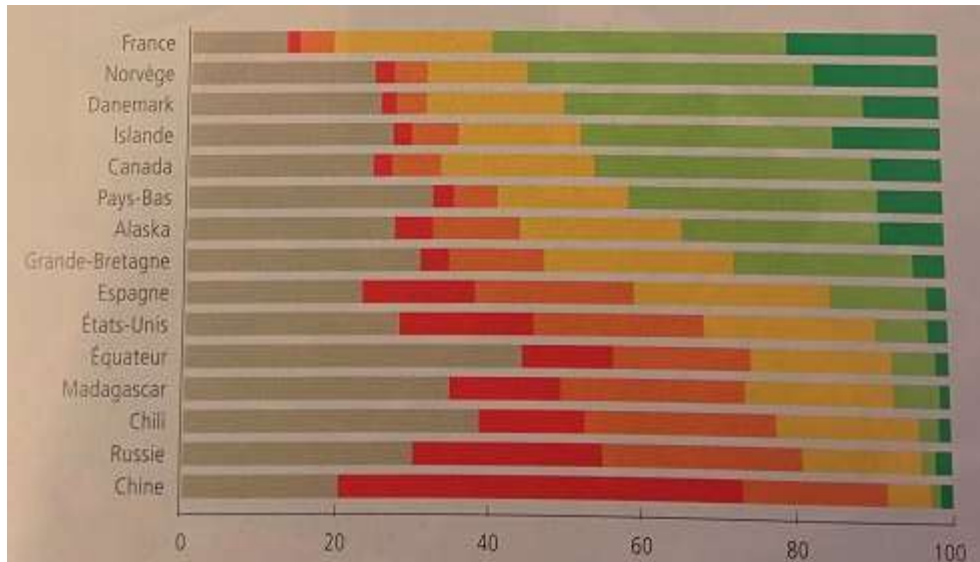
VIII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

- **Mejorar la imagen país**

Es importante mejorar ese punto para que Chile tenga en la mente de los consumidores una imagen más positiva que hoy en día en cuanto a la acuicultura.

VISIÓN DE LOS CONSUMIDORES FRANCESES

¿Considera usted que los países siguientes tienen una política de pesca sostenible?



	No lo sé
	No, absolutamente no
	No, más bien no
	Estoy dudoso
	Sí, más bien sí
	Sí, absolutamente sí

FUENTE: PDM 2012

- **Proponer productos de calidad superior**

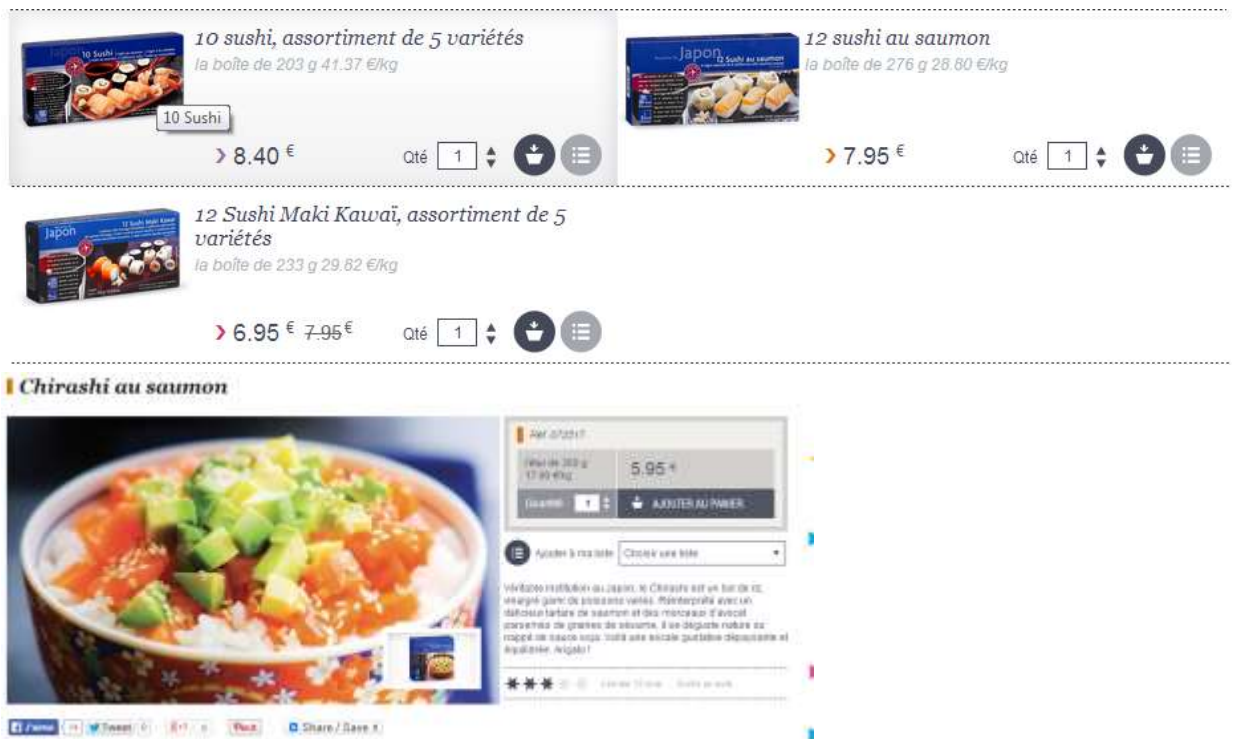
Los importadores recalcan la importancia de la calidad y de las certificaciones (MSC, “Label Rouge”...) que otorgan más visibilidad a los productos en Francia.

- **Certificaciones orgánicas**

Es importante adaptarse a la sensibilidad de los consumidores franceses al mercado orgánico. Varios importadores buscan productos chilenos que tengan una acuicultura razonable y responsable con un pliego de cargos definido y preciso. Por lo tanto es imprescindible fomentar el desarrollo de productos con certificaciones.

- **Proponer platos elaborados**

En Francia, los platos a base de salmón y trucha o derivados de esos pescados se desarrollan cada día aún más (tártaro de salmón, carne desmigada, loncha de carne de salmón, ensaladas de pescados ahumado, pastas, canapés y bocadillos...) ²⁴. Dentro de esos platos preparados se destacan los sushis japoneses que incluso se venden congelados: aunque Picard no se abastece con salmón chileno, sería interesante poder ofrecer un conjunto salmón/palta con certificaciones cualitativas (que atestigüen el respeto de una acuicultura razonable). Efectivamente, aunque Picard no importe directamente sus productos, el grupo nos dijo no estar opuesto en una colaboración con Chile para abastecerse en salmón si encontrara un proveedor que respetará un pliego de cargos bien definido (acuicultura razonable, respeto del medio ambiente, calidad del producto...).



²⁴ Los sitios web de los grupos de distribución mencionados previamente muestran el panel de productos a base de trucha y salmón.

FUENTE: PICARD²⁵

- **Mejoramiento de los envases**

Los importadores franceses recalcaron la importancia del envase que puede ser mejorado (más cualitativo).

IX. Fuentes de información

- Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Ministerio de la Agricultura y Pesca)-www.agriculture.gouv
- Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Ministerio de la Agricultura y de la Pesca) – Direction des pêches maritimes et aquaculture:
<http://agriculture.gouv.fr/sections/thematiques/peche-aquaculture>
- France Agrimer
<http://www.franceagrimer.fr/>
- Revista especializada « Produits de la Mer »
<http://www.infomer.fr/pdm/pdm.php>
- EUROSTAT – Instituto Estadístico de la Unión Europea (ver capturas, flotas, entre otros)
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/fisheries/data/main_tables
- FAO – GlobeFish: Para consultar información sobre el comercio mundial de Productos marinos. Dependiente de la Food and Agriculture Organización de Naciones Unidas
<http://www.globefish.org/>
- ExportHelp. Un FAQ y base de datos de los procesos de Exportación hacia el mercado común Europeo
<http://exporthelp.europa.eu/>

²⁵ <http://www.picard.fr/categories/recherche.default.sc.html?q=saumon>

X. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto

<p>SIAL: Feria Internacional de los productos agroalimenticios e innovaciones alimentarias.</p> <p>Próxima edición: 19-23 de octubre de 2014 en París, Francia.</p> <p>www.sial.fr</p>	
<p>SIRHA: Feria Internacional de la Restauración, Hostelería y Alimentación.</p> <p>Próxima edición: entre el 24 y 28 de enero 2015 en la ciudad de Lyon, Francia.</p> <p>www.sirha.com</p>	
<p>SEAFOOD EXPO GLOBAL: Uno de los más importantes salones de productos del mar del mundo donde se encuentran los grandes importadores, exportadores del sector de los productos del mar.</p> <p>Próxima edición: 6-8 mayo de 2014 en Bruselas, Bélgica.</p> <p>http://www.seafoodexpo.com/global/</p>	
<p>CONXEMAR : Otro importante salón de productos del mar destinado a profesionales donde se encuentran Mayoristas, Importadores, Exportadores, Transformadores, Fabricantes, Distribuidores, Frigoríficos, Maquinaria, Industria Auxiliar (frío, embalajes, plásticos, entre otros), Acuicultura.</p> <p>Próxima edición 7-9 de octubre de 2014 en Vigo, España.</p> <p>www.conxemar.com/feria.htm</p>	

XI. Anexos

Glosa 03031100

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Estados Unidos	10 779	1 914	99,98	10 510	1 496	95	9 891	1 382	94,7
Chile	0	0	0	287	41	2,6	287	41	2,8
Otros países	2	0	0,002	263	52	2,4	260	50	2,5
Total	10 781	1 914	100	11 060	1 589	100	10 438	1 473	100

Glosa 03031300

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Polonia	54	26	0,7	867	360	20,3	872	368	23,1
Noruega	2 557	357	34,6	1 263	152	29,6	860	98	22,8
Dinamarca	819	156	11,1	806	129	18,9	804	127	21,3
Reino-Unido	1 148	220	15,5	651	135	15,3	665	135	17,6
Alemania	251	37	3,4	133	19	3,1	135	19	3,6
Letonia	0	0	0	124	13	2,9	124	13	3,3
Países Bajos	482	37	6,6	140	11	3,3	118	10	3,1
Chile	96	15	1,3	118	24	2,8	102	21	2,7
Bélgica	220	32	3	109	17	2,6	81	13	2,1
Otros países	1 758	177	23,8	49	13	1,2	18	9	0,4

Total	7 385	1 057	100	4 260	873	100	3 779	813	100
--------------	-------	-------	-----	-------	-----	-----	-------	-----	-----

Glosa 03031900

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Bélgica	14	2	21,2	35	3	22	35	3	25,2
Alemania	10	1	15,2	23	2	14,5	23	2	16,5
Italia	2	0	3	19	2	11,9	19	2	13,7
Reino- Unido	29	34	43,9	39	54	24,6	19	22	13,7
Chile	0	0	0	14	5	8,8	14	5	10,1
Otros países	11	1	16,7	29	6	18,2	29	6	20,8
Total	66	38	100	159	72	100	139	40	100

Glosa 03048100

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Chile	31 551	5 976	27,2	46 884	8 842	34,9	45 963	8 448	34,7
Noruega	23 053	2 974	19,8	31 805	3 710	23,7	29 812	3 450	22,5
China	28 915	5 405	24,9	21 774	4 854	16,2	21 211	4 833	16
Estados Unidos	10 207	1 472	8,8	9 247	1 542	6,9	9 729	1 623	7,3
Otros países	22 474	3 363	19,3	24 626	3 798	18,3	25 699	3 903	19,5
Total	116 200	19 190	100	134 336	22 746	100	132 414	22 257	100

Glosa 03021300

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Noruega	46 007	11 524	49,8	46 823	8 936	50,9	47 037	8 869	50
Reino Unido	32 324	7 118	35	38 671	6 865	42,1	40 695	7 125	43,2
Retorno Francia	1 998	493	2,2	2 220	376	2,4	2 327	390	2,5
Irlanda	6 913	1 152	7,5	2 027	295	2,2	1 947	284	2,1
Suecia	3 005	752	3,2	77	8	0,1	72	7	0,1
Otros países	2 137	469	2,3	2 082	337	2,3	1 996	340	2,1
Total	92 384	21 508	100	91 900	16 817	100	94 074	17 015	100

Glosa 03031200

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Estados Unidos	2 208	661	73,9	4 905	1 438	81,2	5 525	1 653	86,5
Noruega	51	12	1,7	258	51	4,3	258	51	4
Canadá	57	21	1,9	201	86	3,3	241	108	3,8
Alemania	124	16	4,1	144	18	2,4	134	17	2,1
Reino Unido	79	11	2,7	94	11	1,5	94	11	1,5
Bélgica	196	33	6,6	63	16	1	60	15	0,9
China	200	38	6,7	31	12	0,5	31	12	0,5
Japón	0	0	0	302	42	5	0	0	0
Otros	73	23	2,4	46	38	0,8	46	37	0,7

países									
Total	2 988	815	100	6 044	1 712	100	6 389	1 904	100

Glosa 03044100

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Noruega	98 884	17 128	87,9	122 688	16 965	85,7	123 970	16 815	86,6
Reino-Unido	4 638	667	4,1	8 475	938	5,9	8 177	896	5,7
Dinamarca	3 472	585	3,1	2 267	281	1,6	2 331	286	1,6
Suecia	125	28	0,1	2 399	330	1,7	2 015	259	1,4
Polonia	427	51	0,4	1 648	170	1,2	1 528	162	1,1
Otros países	4 901	876	4,4	5 648	846	3,9	5 066	724	3,6
Total	112 447	19 335	100	143 125	19 530	100	143 087	19 142	100

Glosa 03054100

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Polonia	61 943	6 807	73,4	70 303	6 489	76	68 969	6 302	75,4
Alemania	4 873	478	5,8	5 559	532	6	5 486	518	6
Reino Unido	5 221	801	6,2	4 793	617	5,2	4 865	628	5,3
Bélgica	4 866	353	5,8	3 885	257	4,2	3 942	261	4,3
Noruega	1 154	73	1,4	2 011	218	2,2	2 281	252	2,5
Dinamarca	2 882	260	3,4	2 049	164	2,2	2 035	163	2,2
Eslovaquia	1 288	278	1,5	0	0	0	0	0	0
Otros países	2 123	200	2,5	3 904	417	4,2	3 903	404	4,3

Total	84 350	9 250	100	92 504	8 694	100	91 481	8 528	100
--------------	--------	-------	-----	--------	-------	-----	--------	-------	-----

Glosa 16041100

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Tailandia	2 604	405	23,1	3 355	533	23,2	3 178	498	22
Dinamarca	4 122	636	36,6	3 124	455	21,6	3 030	441	20,9
Bélgica	740	81	6,6	2 079	219	14,4	2 065	177	14,3
Alemania	370	31	3,3	1 838	237	12,7	2 047	255	14,1
Suecia	878	70	7,8	1 071	93	7,4	1 039	84	7,2
Polonia	636	165	5,6	503	157	3,5	495	155	3,4
Reino Unido	761	58	6,8	466	43	3,2	492	49	3,4
Estados Unidos	240	35	2,1	403	75	2,8	449	84	3,1
Noruega	193	13	1,7	354	30	2,4	423	40	2,9
Países Bajos	441	52	3,9	413	54	2,9	408	53	2,8
China	73	14	0,6	328	79	2,3	328	79	2,3
Otros países	209	20	1,9	516	63	3,6	519	63	3,6
Total	11 267	1 580	100	14 450	2 038	100	14 473	1 97	100

Glosa 03044290

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
España	400	74	41,8	415	80	78,6	368	71	76,8
Reino Unido	30	5	3,1	51	8	9,7	50	8	10,4
Dinamarca	22	4	2,3	40	6	7,5	40	6	8,4
Chile	59	10	6,2	0	0	0	0	0	0
Noruega	359	35	37,5	0	0	0	0	0	0
Retorno Francia	51	10	5,3	0	0	0	0	0	0
Otros países	36	7	3,8	22	2	4,2	21	2	4,4
Total	957	145	100	528	96	100	479	87	100

Glosa 03048210

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Chile	238	54	94,4	51	21	60,7	51	21	64,6
Reino Unido	0	0	0	17	2	20,2	17	2	21,5
Irlanda	8	1	3,2	14	3	16,7	9	2	11,4
Otros países	6	1	2,4	2	0	2,4	2	0	2,5
Total	252	56	100	84	26	100	79	25	100

Países	2012			2013			12 últimos meses febrero 2013 enero 2014		
	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %	Valor (K €)	Vol. (toneladas)	Part. %
Perú	148	20	9,9	570	90	41,7	570	90	45,1
Alemania	103	17	6,9	192	24	14	192	24	15,2
Noruega	151	15	10,1	173	16	12,6	173	16	13,7
Chile	453	99	30,3	253	77	18,5	160	40	12,6
Polonia	0	0	0	106	21	7,7	106	21	8,4
Portugal	21	5	1,4	28	6	2,1	28	6	2,2
Bélgica	56	14	3,7	14	3	1	14	3	1,1
España	39	5	2,6	10	1	0,8	0	0	0
Países Bajos	487	63	32,6	0	0	0	0	0	0
Otros países	38	6	2,5	22	5	1,6	22	5	1,7
Total	1 496	244	100	1 368	243	100	1 265	205	100