

---

# Estudio de Mercado Crustáceos en Francia

Mayo 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Paris

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	5
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	5
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	6
<b>1. Arancel General:</b> .....	6
<b>2. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	6
<b>3. Otros Impuestos:</b> .....	7
<b>4. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	9
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso:</b> .....	9
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	13
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos</b> .....	15
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	16
<b>1. Glosa 030611: langostas congeladas</b> .....	16
<b>2. Glosa 030614: Cangrejos congelados</b> .....	17
<b>3. Glosa 030621: Langostas sin congelar</b> .....	19
<b>4. Glosa 030624: Cangrejos sin congelar</b> .....	20
<b>5. Glosa 160510: Cangrejos preparados o conservados</b> .....	21
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	23
<b>1. Potencial del producto:</b> .....	23
<b>1.1 Formas de consumo del producto</b> .....	25

1.2 Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	26
1.3 Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	27
1.4 Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	27
1.5 Principales zonas o centros de consumo del producto. ....	27
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución .....</i>	<i>28</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>30</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>31</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>33</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>34</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>35</i>
<i>XII. Fuentes relevantes de información en relación al producto.....</i>	<i>36</i>

■ PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Código	Glosa
<b>0306</b>	<b>Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera</b>
<i>030611</i>	<i>Langostas (Palinurus spp, Panulirus spp, Jesús spp), congeladas</i>
03061120	Langosta de Juan Fernández (Jesús Frontalis), congelada
<i>030614</i>	<i>Cangrejos (excepto macruros), congelados</i>
03061410	Jaibas (Cáncer spp, Cáncer porteri, Cáncer edwardsi, Homalaspis plana, Taliepus entatus, Cáncer setosus, Cáncer coronatus, Ovalipes trimaculatus), congelada
03061421	Centolla (Lithodes antarcticus), congelada
03061422	Centolla del norte (Lithodes spp), congelada
03061423	Centollón (Paralomis granulosa), congelado
<i>030621</i>	<i>Langostas (Palinurus spp, Panulirus spp, Jasus spp), sin congelar</i>
03062120	Langosta de Juan Fernández (Jasus Frontalis), sin congelar
03062190	Las demás langostas (Palinurus spp, Panulirus spp, Jasus spp) sin congelar
<i>030624</i>	<i>Cangrejos, sin congelar</i>
03062421	Centolla (Lithodes antarcticus), sin congelar
<b>1605</b>	<b>Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados</b>
<i>160510</i>	<i>Cangrejos (excepto macruros), preparados o conservados</i>
16051011	Jaibas (Cáncer spp, Cáncer porteri, Cáncer edwardsi, Homalaspis plana, Taliepus entatus, Cáncer setosus, Cáncer coronatus, Ovalipes trimaculatus), conservadas en recipientes herméticos cerrados
16051012	Jaibas (Cáncer spp, Cáncer porteri, Cáncer edwardsi, Homalaspis plana, Taliepus entatus, Cáncer setosus, Cáncer coronatus, Ovalipes trimaculatus), conservadas congeladas
16051019	Jaibas (Cáncer spp, Cáncer porteri, Cáncer edwardsi, Homalaspis plana, Taliepus entatus, Cáncer setosus, Cáncer coronatus, Ovalipes trimaculatus), preparadas o conservadas
16051021	Centolla del norte (Lithodes spp), conservada en recipientes herméticos cerrados
16051022	Centolla (Lithodes santolla), conservadas en recipientes herméticos cerrados
16051023	Centollón (Paralomis granulosa), conservado en recipientes herméticos cerrados
16051026	Centolla (Lithodes santolla), congelada
16051028	Centollón del norte (Paralomis spp), congelado
16051029	Los demás centollas y centollón, preparados o conservados

Fuente: WebComex

**2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**

Los crustáceos hacen parte del grupo de invertebrados artrópodos, es decir que tienen el cuerpo y las patas articulados. Tienen una respiración branquial y son típicos del medio acuático pero podemos encontrar algunos pocos crustáceos terrestres.

Existen 67 000 especies dentro de los cuales están la langosta, la jaiba, la centolla y el centollón.

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**

Código	Glosa
030611	Langostas ( <i>Palinurus</i> spp, <i>Panulirus</i> spp, <i>Jasus</i> spp), congeladas
030614	Cangrejos (excepto macrucos), congelados
03061410	Cangrejos de las especies <i>Paralithodes camchaticus</i> , <i>Chionoecetes</i> spp y <i>Callinectes sapidus</i> , congelados
030621	Langostas ( <i>Palinurus</i> spp, <i>Panulirus</i> spp, <i>Jasus</i> spp), sin congelar
03062190	Las demás, sin congelar
030624	Cangrejos, sin congelar
160510	Cangrejos (excepto macrucos), preparados o conservados
16051011	En cajas metálicas herméticamente cerradas
16051019	Los demás

**Fuente: Global Trade Atlas y TARIC**



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Código	Arancel Chile	Arancel General
030611	0%	20%
030614	0%	7,5%
03061410	0%	7,5%
030621	0%	12,50%
03062190	0%	12,50%
030624	0%	7,5%
160510	0%	8%
16051011	0%	8%
16051019	0%	8%

Chile se beneficia de un 0% para la exportación de crustáceos y moluscos hacia la Union Europea.

Fuente: TARIC

### 2. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Código	Arancel 0%
030611	Andorra, Albania, Bosnia Herzegovina, Cariforum, Argelia, Espacio Económico Europeo, Egipto, Croacia, Israel, Islandia, Japón, Corea del Sur, Líbano, Marruecos, Moldavia, Montenegro, Macedonia, Méjico, Papua Nueva Guinea, Territorio Palestino ocupado, San Marino, Túnez, Turquía, Ceuta, Kosovo, Melilla, Serbia
030614	
03061410	
030621	Andorra, Albania, Bosnia Herzegovina, Cariforum, Argelia, Espacio Económico Europeo, Egipto, Croacia, Israel, Japón, Corea del Sur, Líbano, Marruecos, Moldavia, Montenegro, Macedonia, Méjico, Papua Nueva Guinea, Territorio Palestino ocupado, San Marino, Túnez, Turquía, Ceuta, Kosovo, Melilla, Serbia ( <i>menos Islandia</i> )
03062190	
030624	Andorra, Albania, Bosnia Herzegovina, Cariforum, Argelia, Espacio Económico Europeo, Egipto, Croacia, Israel, Islandia, Japón, Líbano, Marruecos, Moldavia, Montenegro, Macedonia, Méjico, Papua Nueva Guinea, Territorio Palestino ocupado, San Marino, Túnez, Turquía, Ceuta, Kosovo, Melilla, Serbia ( <i>menos Corea del Sur</i> )
160510	Andorra, Albania, Bosnia Herzegovina, Cariforum, Argelia, Espacio Económico Europeo, Egipto, Croacia, Israel, Islandia, Japón, Corea del Sur, Líbano, Marruecos, Moldavia, Montenegro, Macedonia, Méjico, Papua Nueva Guinea, Territorio Palestino ocupado, San Marino, Túnez, Turquía, Ceuta, Kosovo, Melilla, Serbia, <i>Noruega</i>
16051011	
16051019	

Fuente: TARIC

### 3. OTROS IMPUESTOS:

El IVA en Francia es de un 5,5% para los productos agroalimentarios, a diferencia del IVA estándar de un 19,6%. A partir del 1 de enero de 2012, se instauro un IVA “diferente” de un 7,7% para los productos alimentarios para llevar o entregados, destinados al “consumo inmediato” (es el caso de los platos congelados por ejemplo).

### 4. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Estos requisitos se relacionan con el cumplimiento de legislaciones, etiquetado, códigos y sistemas de administración. Se basan en los cuidados ambientales, sociales, en la salud y en la seguridad del consumidor. Las normas de importación son armonizadas entre los países de la Unión Europea, y la Comisión Europea es el interlocutor principal.

Las regulaciones presentadas a continuación son aplicables en todos los países de la Unión Europea y obligatorias.

- **Controles por el país de origen sobre la seguridad alimentaria de los productos de la pesca:** Los países de la Unión Europea aplican reglas y regulaciones específicas a los productos de origen animal ya que estos pueden ser más susceptibles a riesgos de seguridad alimentaria que los productos de origen vegetal. Además, los productos de la pesca están sujetos a reglas específicas, ya que están expuestos a varios riesgos relacionados con la salud. En ese sentido, la Unión Europea requiere que el país de origen de los productos pesqueros monitoree y controle su producción y procesamiento.
- **Etiquetado de los productos de la pesca comercializados en la Unión Europea:** El Reglamento **104/2000/CE** del Consejo del 17 de diciembre de 1999 rige la organización de los mercados en el sector de los productos de pesca y de la acuicultura. En el artículo 4 se presentan las obligaciones de etiquetado de los productos del mar. Esta obligación de información se refiere a los productos que sean obtenidos en la Unión Europea o importados, ya sea que éstos se presenten vivos, refrigerados o congelados, enteros o en filetes, salados o secos, ahumados o en salmuera. El etiquetado debe incluir:
  - La denominación comercial de la especie
  - El método de producción (captura en mar o en aguas interiores o criaderos)
  - La zona de captura.

Adicionalmente, los productos vendidos en la Unión Europea están sujetos a las reglas generales de etiquetado para productos alimenticios (**Directiva 2000/13/CE**). En ese sentido, el comerciante está obligado a indicar claramente en la etiqueta del producto la siguiente información:

- El nombre científico
- La denominación comercial de la especie
- El método de producción (captura en el mar o en aguas interiores o ganadería)
- La zona de captura
- El país de origen
- La lista de los ingredientes
- La referencia de la planta de producción
- El plazo límite de consumo del producto
- Una mención que permita identificar el lote
- El modo de preparación también debe figurar en la etiqueta.

Las menciones no sólo deben figurar en la etiqueta y el embalaje, sino también en las facturas y certificados sanitarios. La denominación de venta debe incluir lo siguiente: “congelados” y “no congelar de nuevo una vez descongelado”.

Además, hay que señalar que los requerimientos medioambientales, incluso si no son barreras para arancelarias, pueden afectar las importaciones francesas de productos del mar. En efecto, la principal preocupación en el sector de la pesca es la disminución de las poblaciones de peces como consecuencia de la sobrepesca o por el uso de métodos de pesca insostenibles. En los últimos años se han visto muchas iniciativas para incrementar la conciencia sobre el bienestar del océano. Grupos de interés en la Unión Europea han publicado listas de especies de peces que han sido valorados de acuerdo a si el pez es capturado de manera sostenible o no.

A modo de ejemplo, la campaña “Mr Goodfish” por el consumo sostenible de productos marinos, publica en su página web la lista de las especies recomendadas por país y por región: <http://www.mrgoodfish.com/es/liste-especies/liste-especies.html?ag=3&f=4&ls=29> (página en español).

Fuente: AL Invest: <http://www.al-invest4.eu/pesca/europa/europa4.4.html>





## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO:

Las disposiciones comerciales del Acuerdo de Asociación UE–Chile entraron en vigor el 1 de febrero de 2003. El Acuerdo concede preferencias comerciales recíprocas (pero asimétricas en favor de Chile) y su objetivo es la liberalización progresiva del comercio bilateral con el fin de establecer una zona de libre comercio entre los socios al 1 de enero de 2013.

Las normas sanitarias de cada producto se pueden buscar por código aduanero en este link: [www.codexalimentarius.net/search/advanced.do?lang=es](http://www.codexalimentarius.net/search/advanced.do?lang=es)

- *Requisitos documentales en virtud del ALC con Chile*

#### Prueba de origen

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

Un certificado de circulación EUR.1, del que se facilita un modelo en el apéndice III del anexo, expedido por las autoridades aduaneras o las autoridades gubernamentales competentes del país exportador.

El exportador que solicita la expedición de dicho documento deberá poder presentar, a petición de las autoridades aduaneras o las autoridades gubernamentales competentes del país exportador, todos los documentos apropiados que prueben el carácter originario de los productos en cuestión.

Los certificados de circulación EUR. 1 se expiden en Chile por la Dirección de Relaciones Económicas Internacionales, «DIRECON», del Ministerio de Relaciones Exteriores, así como por sus oficinas locales de «ProChile». DIRECON también es responsable de la concesión, seguimiento y retiro de las autorizaciones a los «exportadores autorizados». Asimismo, es competente para efectuar los controles posteriores realizados a petición de una autoridad aduanera de la Comunidad.

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

Una declaración en factura, de la que se facilita un modelo en el apéndice IV del anexo, podrá ser expedida por un «exportador autorizado» o por cualquier exportador para cualquier envío constituido por uno o varios paquetes que contengan productos originarios cuyo valor total no supere 6.000 euros.

Período de validez de las pruebas de origen

La validez de las pruebas de origen es de diez meses.

Exenciones del requisito de presentar la prueba de origen

La presentación de la prueba de origen no será necesaria cuando el valor total de los productos importados no sea superior a 500 euros en el caso de pequeños paquetes o de 1.200 euros en el caso de productos que formen parte del equipaje personal de los viajeros.

Fuente: <http://exporthelp.europa.eu/>

- *Control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano*

Las importaciones de productos de origen animal destinados al consumo humano deben cumplir con algunos requisitos generales de salud relacionados con:

- Aprobación sanitaria del país
- Aprobación de los establecimientos por el país
- Certificados sanitarios
- Controles sanitarios

Se puede exportar estos productos a la UE si proceden de un establecimiento aprobado por un tercer país presente en la lista de países que reúnen los requisitos en cuanto a los productos a exportar; si disponen de los certificados sanitarios y si han aprobado el control obligatorio de la oficina correspondiente del Estado miembro en la frontera al ingresar a la UE.

**- Control de Contaminantes**

El marco general de la Unión Europea referido a la presencia de contaminantes en alimentos está dado por el Reglamento (CEE) 315/93, el cual prohíbe la introducción en el mercado de productos alimenticios que contengan una cantidad inaceptable de sustancias residuales. La Unión Europea regula los contenidos de contaminantes aceptados y los mantiene en los niveles más bajos posibles. Un Estado miembro puede adoptar medidas más rigurosas que las establecidas en el presente Reglamento cuando sospeche que la presencia de un contaminante puede representar un peligro para la salud humana.

En el Reglamento (CE) N° 1881/2006 se fija el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios. La medición de los contenidos máximos se debe efectuar sobre la parte comestible del producto evaluado. En el caso de productos compuestos o transformados se tomará en cuenta el proceso que haya sufrido y las proporciones relativas de los ingredientes.

**- Controles Referentes a Aditivos**

Desde 2010 rige la nueva normativa sobre aditivos de los alimentos. El Reglamento N° 1333/2008 regula todos los aditivos alimentarios incluidos los colorantes y edulcorantes. Las enzimas alimentarias se regulan en el Reglamento (CE) N°1332/2008.

El etiquetado de los aditivos alimentarios debe cumplir las condiciones generales establecidas en la Directiva 2000/13/CE y contener la información necesaria para su identificación (nombre, lote, fabricante, entre otros).

#### Otras Regulaciones

- Ley General de Alimentos (**EC178/2002**: [http://eur-lex.europa.eu/pri/en/oj/dat/2002/l\\_031/l\\_03120020201en00010024.pdf](http://eur-lex.europa.eu/pri/en/oj/dat/2002/l_031/l_03120020201en00010024.pdf))
- Higiene en los Alimentos, incluyendo HACCP (**EC852/2004**: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:226:0003:0021:EN:PDF>; **EC853/2004**: [http://www.fsai.ie/uploadedFiles/Reg853\\_2004\(1\).pdf](http://www.fsai.ie/uploadedFiles/Reg853_2004(1).pdf); **EC854/2004**: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:226:0083:0127:EN:PDF>)
- Contaminantes en los Alimentos (**EC1881/2006**: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:364:0005:0024:EN:PDF>)
- Limitantes en los valores totales de nitrógeno básico volátil (TVB-N) (**EC2074/2005**: [http://megapesca.com/eu\\_regulations\\_update/EC\\_No\\_2074\\_2005\\_05\\_December\\_2005.pdf](http://megapesca.com/eu_regulations_update/EC_No_2074_2005_05_December_2005.pdf))

- Productos orgánicos o BIO

Los productos orgánicos procedentes de países terceros pueden ser comercializados como tales en la UE, siempre y cuando su etiquetado así lo indique. El etiquetado debe considerar información precisa relativa a su producción orgánica que debe ajustarse a la normativa comunitaria.

- Requisitos específicos para productos congelados

Artículo R112-9, vigente a partir del 22 de abril 2010, modificado por Decreto n°2005-944 del 2 de agosto 2005. En este se indica las informaciones legales que deben obligatoriamente aparecer en las etiquetas de cualquier producto alimenticio:

- denominación de venta del producto
- lista de los ingredientes (la cantidad de determinados ingredientes o categorías de ingredientes de conformidad con las disposiciones del artículo 7°)
- cantidad de algunos ingredientes o categorías de ingredientes, según las condiciones mencionadas en los artículos R. 112-17 y R. 112-17-1 en porcentajes
- cantidad neta
- fecha límite de caducidad del producto
- condiciones de conservación y de utilización del producto
- nombre o razón social y dirección del fabricante, de empresas de embalajes o de un vendedor establecido dentro del territorio de la UE
- número del lote
- lugar de origen o de procedencia del producto, en caso de que no esté mencionado

- Documentos al momento de su ingreso a la UE

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración de valor de aduana
- Seguro de transporte
- Documento único administrativo

Para ingresar a la Unión Europea, toda exportación debe venir acompañada de un certificado de salud. A su ingreso los productos y sus certificados de acompañamiento son revisados y comprobados por funcionarios para dar cumplimiento a las provisiones de la directiva 97/78/EC. De cumplir estas provisiones y aplicando los procedimientos de la regulación EC 136/2004, el resultado de la inspección será adjuntado al Documento de Entrada a la UE.

Desde el 1 de enero de 2010, es obligatorio para los productos del mar, un certificado de origen<sup>1</sup>, para evitar el ingreso y comercialización de productos ilegales, no reportados y no regulados. En él, la Unión Europea exige a los proveedores que se certifique el origen legal de los productos marinos. Para los productos importados, es necesario contar con un certificado de captura, el cual es entregado por la autoridad competente chilena y enviado al importador europeo.

- Controles aduaneros en Francia

Los controles de Salud se llevan a cabo en puntos de control y Puestos de Inspección Fronterizos (PIF) del Ministerio de Agricultura y Pesca. El importador o su representante legal deben solicitar de antemano una inspección sanitaria de la mercancía importada, sometiendo la parte 1 del documento veterinario común armonizado de la Unión de la entrada (CVED), junto con todos los certificados necesarios. Después de la verificación del documento, se constata la identidad del producto y pasa a la inspección física que puede conducir eventualmente a una toma de muestra para su análisis. El resultado de la inspección se refleja en la parte 2 del CVED. El producto puede entrar para el consumo solamente después de un resultado favorable.

---

<sup>1</sup> Más información disponible en:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:022:0008:0008:ES:PDF>

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:286:0001:0032:ES:PDF>

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

- **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.: 0033 1 49 55 84 84  
 Fax: 0033 1 49 55 83 14  
<http://agriculture.gouv.fr/>
- **Direction générale des douanes et droits indirects (Dirección general de las Aduanas e impuestos indirectos):**  
 Dirección principal: 11, rue des deux Communes- 93558 Montreuil cedex.  
 Tel: 0033 8 11 20 44 44  
 Fax: 0033 1 57 53 49 37  
<http://www.douane.gouv.fr/>
- **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Ministerio de la Agricultura y Pesca)-**  
 78, rue de Varenne- 75349 Paris 07 SP  
<http://agriculture.gouv.fr/>
- **Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi (Ministerio de la Economía, de la Industria y del Empleo)**  
**Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes – DGCCRF:**  
 Dirección: 59, Boulevard Vicent Auriol  
 F-75703 Paris Cedex 13  
 Tel: 0033 1 44 97 23 23  
 Fax: 0033 1 44 97 05 27  
[http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/consommation/information\\_consommateurs/index.htm](http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/consommation/information_consommateurs/index.htm)
- **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Ministerio de la Agricultura y de la Pesca) – Direction des pêches maritimes et aquaculture :**  
 Dirección: 3, place Fontenoy. 75007 Paris  
 Tel: 0033 1 49 55 82 01  
 Fax: 0033 1 49 55 82 00  
<http://agriculture.gouv.fr/sections/thematiques/peche-aquaculture>
- **France AGRIMER**  
 12, rue Henri Rol-Tanguy  
 93555 Montreuil-sous-Bois  
 Tel.: +33 1 73 30 30 00 / Fax: +33 1 73 30 30 30  
<http://www.franceagrimer.fr>

- **AFNOR**

**Association française de normalisation (Asociación Francesa de Normalización)**

11, avenue Francis de Pressensé

93571 St. Denis La Plaine

Tel.: +01 41 62 80 00 / Fax: +01 49 17 90 00

[www.afnor.org](http://www.afnor.org)

[www.afnor.org/en](http://www.afnor.org/en) (página en inglés)

- **AFSSA**

**Agence française de sécurité sanitaire des aliments (Agencia Francesa de Seguridad Sanitaria de los Alimentos)**

22, rue Pierre Curie

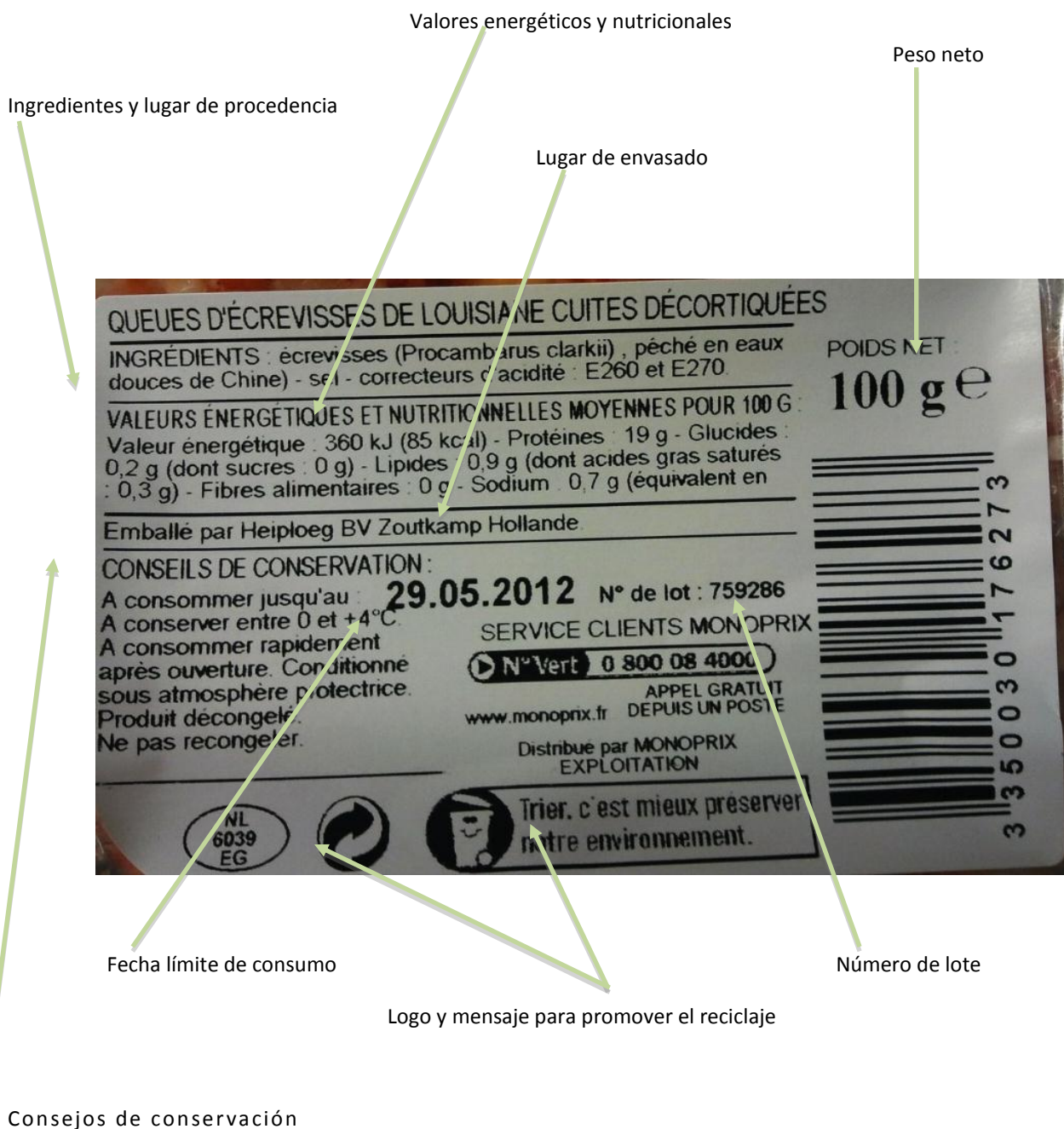
94700 Maisons Alfort

Tel.: +01 49 77 13 00 / Fax: +01 49 77 26 12

<http://www.anses.fr>

La página está también en inglés

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. GLOSA 030611: LANGOSTAS CONGELADAS

### 1.1 Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Bélgica</b>	909	32 887 871	37,69
<b>España</b>	690	16 056 161	18,40
<b>Bahamas</b>	336	12 932 393	14,82
<b>Estados Unidos</b>	321	6 834 481	7,83
<b>Brasil</b>	180	5 486 644	6,29
Subtotal	2 436	74 197 550	85,03
Total	3 050	87 269 436	100

### 1.2 Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Bélgica</b>	851	29 686 704	36,20
<b>España</b>	918	21 908 265	26,72
<b>Bahamas</b>	270	10 709 725	13,06
<b>Estados Unidos</b>	346	7 010 799	8,55
<b>México</b>	77	2 564 674	3,13
Subtotal	2 462	71 880 167	87,66
Total	2 977	82 001 062	100



1.3 Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>España</b>	1 098	19 978 918	33,02
<b>Bélgica</b>	686	18 700 363	30,90
<b>Bahamas</b>	254	8 182 713	13,52
<b>Estados Unidos</b>	281	3 933 111	6,50
<b>Australia</b>	93	2 963 294	4,90
Subtotal	1 314	53 758 399	88,84
Total	2 807	60 512 388	100

Francia tiene 4 proveedores principales para este tipo de producto: Bélgica, España, Bahamas y Estados Unidos. Los dos primeros proveedores importan de Bahamas, Nicaragua, Australia, Brasil (en el caso de Bélgica) y Cuba, Brasil, Mauritania (en el caso de España).

Esto confirma lo que ya sabemos: Brasil, Estados Unidos, Australia, y Bahamas son los líderes en el mercado de las langostas congeladas, y no solamente en Francia.

Observamos que Chile no exporta langostas congeladas a Francia. No obstante, según WebComex, exporta principalmente a China.

**2. GLOSA 030614: CANGREJOS CONGELADOS**

2.1 Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Reino Unido</b>	877	8 610 880	22,11
<b>Rusia</b>	191	6 358 535	16,33
<b>Dinamarca</b>	208	4 899 222	12,58
<b>Irlanda</b>	675	4 777 935	12,27
<b>Madagascar</b>	953	4 610 005	11,84
<b>Chile (32)</b>	0	0	0
Subtotal	2 904	29 256 577	75,13
Total	3 941	38 945 498	100

2.2 Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Reino Unido</b>	852	7 942 610	19,94
<b>Rusia</b>	332	7 941 924	19,94
<b>Dinamarca</b>	198	5 776 512	14,50
<b>Irlanda</b>	671	4 399 425	11,31
<b>Madagascar</b>	728	3 108 497	7,80
<b>Chile (33)</b>	0	0	0
Subtotal	2 781	29 168 968	73,49
Total	3 902	39 828 561	100

2.3 Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Reino Unido</b>	802	6 037 406	18,88
<b>Rusia</b>	194	4 170 732	13,04
<b>Dinamarca</b>	260	4 162 068	13,02
<b>Irlanda</b>	831	3 617 797	11,31
<b>Bélgica</b>	250	3 068 829	9,60
<b>Chile (19)</b>	18	60 300	0,19
Subtotal	2 337	21 056 832	65,85
Total	3 947	31 975 512	100

Los 4 principales proveedores de Francia son Reino Unido, Rusia, Dinamarca, e Irlanda. Bélgica perdió su quinta posición y ha sido adelantada por Madagascar en 2010 y 2011.

Reino Unido es el primer proveedor de Francia, sabiendo que importa sus cangrejos congelados de Dinamarca, Tailandia, Indonesia y Francia.

Chile no exporta muchos cangrejos congelados a Francia: solamente 18 toneladas en 2009 (0,19% de participación de mercado). Según WebComex, sabemos que exporta principalmente a Estados Unidos, Reino Unido, algunos países asiáticos (Malasia, Tailandia, Taiwán, China...) y latinoamericanos (Colombia, México).

### 3. GLOSA 030621: LANGOSTAS SIN CONGELAR

#### 3.1 Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>España</b>	73	3 585 560	25,46
<b>Sudáfrica</b>	37	1 508 726	10,71
<b>Portugal</b>	23	1 257 726	8,93
<b>Australia</b>	23	1 189 896	8,45
<b>Cuba</b>	50	1 150 775	8,17
<b>Chile (9)</b>	15	738 179	5,24
Subtotal	206	8 692 683	61,72
Total	386	14 084 782	100

#### 3.2 Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>España</b>	73	3 068 325	20,47
<b>Australia</b>	55	2 475 831	16,51
<b>Portugal</b>	51	2 049 677	13,67
<b>Sudáfrica</b>	50	1 739 421	11,60
<b>Cuba</b>	69	1 568 588	10,46
<b>Chile (6)</b>	20	842 715	5,62
Subtotal	298	10 901 842	72,71
Total	422	14 991 795	100

#### 3.3 Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Portugal</b>	63	2 544 381	18,28
<b>Australia</b>	62	2 378 039	17,09
<b>España</b>	119	2 129 041	15,30
<b>Sudáfrica</b>	61	1 993 997	14,33
<b>Cuba</b>	65	1 014 839	7,29
<b>Chile (10)</b>	7	317 811	2,28
Subtotal	370	10 060 297	72,29
Total	501	13 918 686	100

Los principales proveedores de Francia para este tipo de producto son España, Portugal, Sudáfrica y Australia.

España, primer proveedor de Francia, importa principalmente de Marruecos, Países Bajos, Reino Unido e Irlanda.

Chile es también un proveedor importante para Francia en cuanto a las langostas sin congelar. En 2010, se posicionó en la sexta posición con una participación de un 5,62%. En 2011, las ventas cayeron de 5 toneladas pero queda en el top 10 de los países proveedores de Francia. Chile exporta también a China, Hong Kong e Italia, según Web Comex.

#### 4. GLOSA 030624: CANGREJOS SIN CONGELAR

##### 4.1 Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Reino Unido</b>	3 356	16 498 938	49,65
<b>Irlanda</b>	2 840	13 705 884	41,25
<b>Bélgica</b>	71	1 659 271	4,99
<b>Extra UE</b>	150	413 168	1,24
<b>España</b>	102	380 468	1,15
Subtotal	6 519	32 657 729	98,28
Total	6 621	33 227 268	100

##### 4.2 Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Reino Unido</b>	3 387	15 366 182	44,81
<b>Irlanda</b>	3 099	13 622 964	39,72
<b>Bélgica</b>	132	3 460 432	10,09
<b>Extra UE</b>	227	651 209	1,90
<b>España</b>	124	407 003	1,19
Subtotal	6 969	33 507 790	97,71
Total	7 119	34 295 351	100

4.3 Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Reino Unido</b>	4 224	17 453 628	48,98
<b>Irlanda</b>	2 860	13 994 687	39,27
<b>Bélgica</b>	91	2 726 686	7,65
<b>Extra UE</b>	167	451 025	1,27
<b>España</b>	121	396 989	1,11
Subtotal	7 463	35 023 015	98,28
Total	7 561	35 637 825	100

Los principales proveedores de Francia son países europeos: Reino Unido, Irlanda, Bélgica y España. Es importante destacar que el primer proveedor del Reino Unido es Francia (Web Comex): existe un comercio de cangrejos sin congelar importante entre los dos países europeos.

Chile no exporta cangrejos sin congelar a Francia sino a Italia.

**5. GLOSA 160510: CANGREJOS PREPARADOS O CONSERVADOS**

5.1 Estadísticas 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Vietnam</b>	1 649	13 337 359	26,81
<b>Bélgica</b>	655	13 143 658	26,43
<b>China</b>	145	3 255 217	6,54
<b>Irlanda</b>	128	3 010 203	6,05
<b>Holanda</b>	253	2 960 674	5,95
<b>Chile (8)</b>	66	1 766 983	3,55
Subtotal	2 830	35 707 111	71,78
Total	3 931	49 738 904	100

5.2 Estadísticas 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Bélgica</b>	682	12 682 132	27,57
<b>Vietnam</b>	1 454	10 919 126	23,74
<b>Tailandia</b>	597	4 243 897	9,23
<b>China</b>	223	4 208 216	9,15
<b>Irlanda</b>	226	3 230 173	7,02
<b>Chile (8)</b>	58	1 464 425	3,18
Subtotal	3 182	35 283 544	76,71
Total	4 145	46 002 942	100

5.3 Estadísticas 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (T)	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Bélgica</b>	764	15 632 384	31,84
<b>Vietnam</b>	1 496	10 925 862	22,25
<b>Tailandia</b>	577	4 060 027	8,27
<b>Irlanda</b>	493	3 627 345	7,39
<b>China</b>	171	3 223 144	6,56
<b>Chile (7)</b>	86	2 068 696	4,21
Subtotal	2 005	37 468 762	76,31
Total	4 659	49 102 510	100

Bélgica, Vietnam, China, Irlanda y Holanda (solo desde 2011) son los principales proveedores de Francia y por consiguiente, los competidores de Chile que exporta a Francia y principalmente a Estados Unidos. Sin embargo, hay que destacar que Bélgica, es el principal proveedor de Francia pero importa sus productos principalmente de Chile.

Chile es un proveedor importante de cangrejos preparados o conservados para Francia también. Se mantiene en el top 10 de los países proveedores con un promedio de 70 toneladas exportadas entre 2009 y 2011.

**Fuente: Global Trade Atlas**

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO:

Dentro de la Unión Europea, Francia se posiciona en la cuarta posición respecto a la extracción pesquera (después de España, Inglaterra y Dinamarca), con el 10% de las capturas comunitarias.

La facturación de la pesca metropolitana alcanzó los 930 millones de euros en 2009, representando 437 000 toneladas (-4,2% en comparación con 2008).

El rubro “Crustáceos y moluscos” representaba el 8,8% de la facturación de la pesca metropolitana, alcanzando 81,5 millones de euros en 2009 (15,1 toneladas).

En 2010, las importaciones francesas de crustáceos alcanzaron los 945,8 millones de euros mientras que las exportaciones se elevaron a 157,6 millones de euros, dando un saldo negativo: - 788,2 millones de euros en 2010.

En efecto, como sus vecinos europeos, Francia está afectada por un déficit estructural ya que la producción nacional no logra abastecer la demanda interna. Este desequilibrio viene de dos consecuencias: una demanda alta de los países europeos y la disminución de las capturas en la Unión Europea.

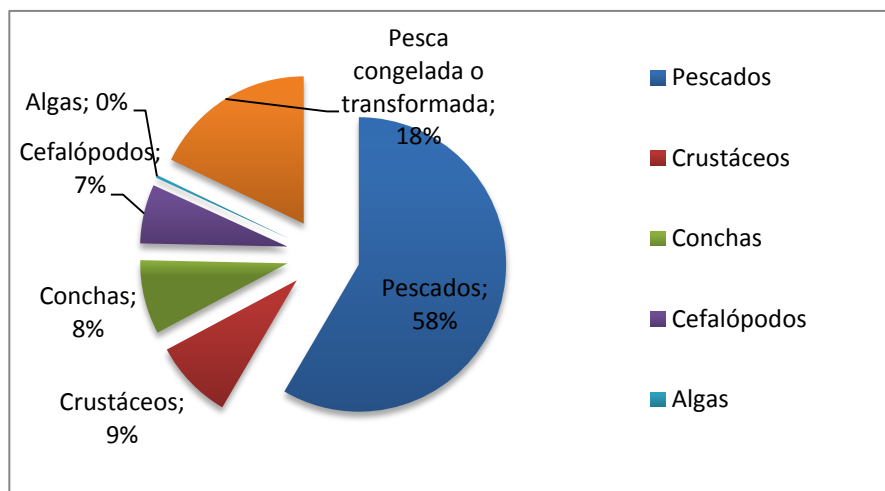
Francia importa más de lo que exporta, y podemos decir que es un mercado con muchas oportunidades en lo que se refiere a la venta de productos del mar y por consiguiente de crustáceos. Sus principales proveedores son: Noruega, Reino Unido, España, Países Bajos, EEUU y Dinamarca.

Fuente: INSEE

### Producción francesa de pesca y acuicultura, 2009

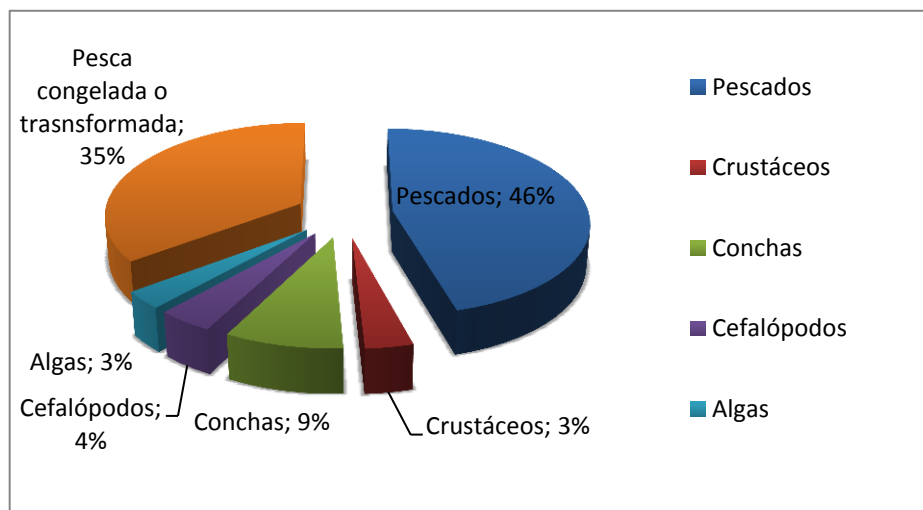
- Valor de la ventas (en millones de euros)

Pescados	543,5
Crustáceos	81,5
Conchas	75,7
Cefalópodos	60,4
Algas	2,9
Pesca congelada o transformada	166
<b>Total pesca marítima</b>	<b>930</b>



- Volumen de las ventas (en miles de toneladas)*

Pescados	200
Crustáceos	15,1
Conchas	37,1
Cefalópodos	17,7
Algas	13,4
Pesca congelada o transformada	154
<b>Total pesca marítima</b>	<b>437</b>



Fuente: INSEE



### 1.1 FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En 2010, los franceses consumieron 35 Kg de productos del mar por habitante. Observamos una reactivación en el consumo de estos productos en comparación con 2009 (34,5 kg).

Las tendencias de consumo están cambiando. Por una parte, los franceses consumen cada vez menos productos frescos: - 3% para los pescados frescos y -5% para los crustáceos frescos en 2011. Por otra parte, privilegian los productos congelados y conservados, y consumen cada vez mas platos preparados a base de crustáceos : aumentaron de 2% en 2011.

Los consumidores prefieren comprar en los supermercados y hard discounts, donde los productos del mar son mas baratos que en las pescaderias.

Según una encuesta realizada por France Agrimer, el 70% de los franceses consume los crustáceos el mismo día, el 7% los congela y el 16% nunca compra este tipo de producto.

En cuanto a la forma de preparación de los crustáceos:

- Los franceses compran generalmente la langosta viva o congelada (colas y pinzas): la comen sola o con mayonesa, y a veces de manera mas elaborada: cocida acompañada con una salsa de limón, cebolla y perejil.
- Es muy común comprar la jaiba y centolla viva también, incluso si se encuentra cada vez mas en los platos preparados. Este crustáceo se puede preparar relleno o en caldo. Su carne se come sola o con mayonesa y muchas veces acompaña las ensaladas, sopas, guarniciones...
- El centollón se compra preferiblemente vivo, y las hembras son más apreciadas ya que son más suaves. En Francia, este crustáceo se consume mas caliente que frío.

Cabe señalar que los franceses consumen cada vez más platos preparados a base de productos del mar, y por consiguiente de crustáceos: cocinan cada vez menos y lo que buscan son platos listos para consumir.

Así, las ventas a industrias son muy importantes también: empresas de transformacion y de conservacion que permiten responder a la demanda.

**Fuente: France Agrimer**



Langosta con mayonesa



Langosta cocida



Jaiba preparada



Ensalada de jaiba



Centollón preparado

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

Francia es uno de los países con mayores índices de e-commerce<sup>2</sup> tras el Reino Unido y Alemania, centrándose principalmente en la venta de pasajes de trenes, aviones y boletos para espectáculos masivos. Sin embargo, el desarrollo del comercio en línea también ha alcanzado al comercio de productos del mar. Actualmente todas las grandes cadenas de retail (Auchan, Carrefour, Leclerc), poseen plataformas de venta y despacho en línea de las compras. Del mismo modo, tiendas especializadas en productos congelados poseen la misma herramienta (Picard, Thiriet, Argel, entre otras).

### Links

- [www.ooshop.com](http://www.ooshop.com) Tienda online de Carrefour
- [www.auchandirect.com](http://www.auchandirect.com) Tienda online de Auchan
- [www.picard.fr](http://www.picard.fr) Tienda online de Picard
- [www.toupargel.fr](http://www.toupargel.fr) Tienda online de Argel

<sup>2</sup> <http://www.marketingcharts.com/direct/european-e-commerce-to-reach-323-billion-euros-in-2011-1239/>

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

- **Demarne:** [www.demarnefreres.com](http://www.demarnefreres.com)

El señor Ziegler, Director Explotación, dice que la empresa importa algunos productos congelados y principalmente productos frescos (95%) vía su proveedor AB Fish. Sus productos estrella son: los ostiones descascarillados, los mejillones descascarillados (de Holanda y Dinamarca), el salmón y, en menor medida, los camarones (de América central) y las langostas (de Australia, Cuba y Oman). Chile no es su mayor proveedor pero Demarne le compra bastante ostiones y mejillones congelados.

Demarne vende sus productos a clientes muy diversificados: pescaderías, restaurantes, industrias, mayoristas... y exporta bastante: entre 7 y 8% en 2012.

Según la empresa, la principal razón para elegir un proveedor es la calidad de los productos ya que las normas sanitarias y regulaciones para que los productos puedan entrar a Francia son muy restrictivas. El precio es el segundo motivo de selección de un proveedor, y Brasil es el mejor proveedor de langostas de América latina ya que vende más barato que los demás países de la zona.

- **Sovintex:** [www.sovintex.fr](http://www.sovintex.fr)

Thomas Canetti, Director General de la empresa señaló una tendencia ya conocida: Chile tiene una oferta de crustáceos pero le cuesta abastecer el mercado francés ya que sus productos son menos conocidos.

En efecto, existen dos tipos de centolla: la del norte y la del sur. Los franceses consumen más centolla del norte: Canadá, Rusia, Alaska... que es más atractiva por su tamaño. Sovintex importa principalmente centolla de Rusia, mas cara que la centolla chilena pero mas apreciada de los franceses. El señor Canetti nunca ha probado centolla chilena pero le gustaría conocerla.

### 1.4 TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

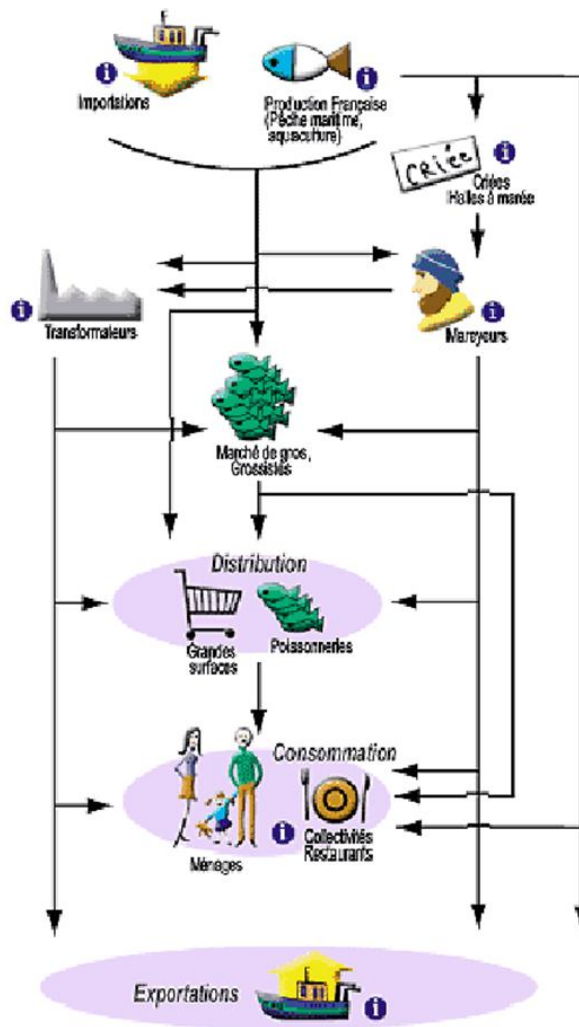
Se observa una fuerte estacionalidad dado que los crustáceos son alimentos comprados y consumidos principalmente en ocasiones festivas (época navideña y fin de año)

Es por lo cual que observamos una duplicación del volumen de las importaciones en diciembre en comparación con el resto del año.

### 1.5 PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los productores son generalmente pequeños y se ubican en el noreste de Francia: más precisamente en Bretaña y las costas de la Mancha. De hecho, los principales centros de consumo de los crustáceos se encuentran en estas zonas costeras. Sin embargo, por su magnitud geográfica y económica, hay centros de consumo importantes también en París (2,2 millones de habitantes en 2012) y Lyon (casi 480 000 habitantes en 2012)... dónde la gente consume principalmente los crustáceos en los restaurantes.

# VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



**Esquema de aprovisionamiento de los crustáceos en el Mercado Francés**

**(Fuente: France AgriMer)**

El esquema representa la forma de aprovisionamiento del producto en el mercado francés.

Las fuentes primarias del producto, son las importaciones y la producción local (la cual proviene de la pesca libre o cultivos).

La siguiente etapa es la venta del producto donde existen varias alternativas:

- La venta a Industrias transformadoras: utilizan los crustáceos como insumo para producir platos preparados, congelados, entre otros
- Mercados mayoristas: actúan como intermediarios entre los minoristas o consumidores finales. Por ejemplo Rungis
- Terminales pesqueros y otros operadores mayoristas pesqueros
- La exportación del producto

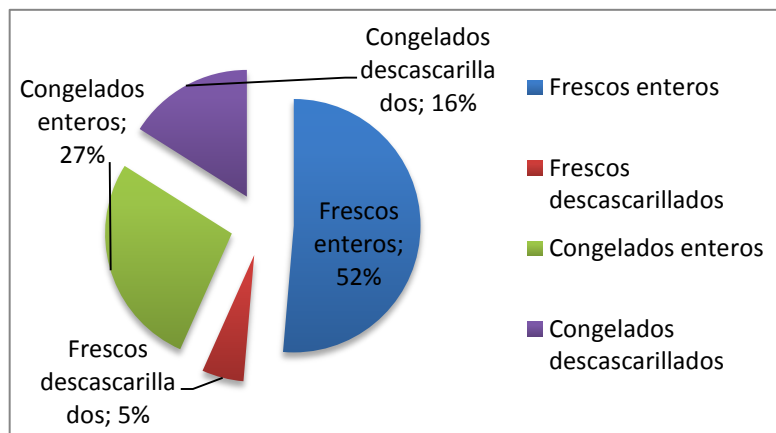
La siguiente etapa es la distribución, etapa previa al consumo, la cual se realiza principalmente través de dos canales:

- Minoristas Intermediarios: Principalmente las grandes superficies (supermercados) y pescaderías
- Venta directa desde el mayorista

Es importante destacar la preponderancia del canal supermercados en la venta de productos del mar, ostentando para el año 2009 un 62% para productos congelados y sobre un 95% para productos elaborados (enlatados, ahumados, entre otros).

Finalmente, se identifica la etapa de consumo, que puede ser a nivel doméstico, o en servicios de Restauración colectiva, hotelería, entre otros. Los restaurantes independientes representan el 82% de los gastos de la “Restauración Fuera del Hogar” en crustáceos crudos, las cadenas representan el 10%.

**Repartición de los pesos netos de crustáceos crudos comprados por la “Restauración Fuera del Hogar” según el tipo de transformación:**



Fuente: France Agrimer 2011

# VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

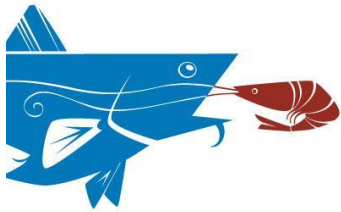
Producto	EUROS			
	Promedio	Var	Min	Max
<b>Langostas</b>				
Rungis Marea Congelada <b>16/02/12 (Gros) unidad : el kilo</b>				
<b>Langosta rosa congelada viva Import</b>	35	-	34	36
<b>Langosta verde congelada viva -500g Import</b>	24	-	22	26
Rungis Marea Fresca <b>18/02/12 (Gros) unidad : el kilo</b>				
<b>Langosta rosa viva 500-700g Import</b>	53	-	50	55
<b>Langosta rosa viva 700-1000g Import</b>	54	-	52	56
<b>Langosta roja viva 1-2kg Bretaña</b>	60	-	58	62
<b>Langosta roja viva 700-1000g Francia</b>	58	-	55	
<b>Centolla (Lithodes Centolla)</b>				
Rungis Marea Congelada <b>16/02/12 (Gros) unidad : el kilo</b>				
<b>Lithodes Centolla congelada (pata) Import</b>	34,50	-	34	35
<b>Lithodes Centolla congelada (pata) lote Import</b>	35	-	33	36
<b>Centollón</b>				
Rouen Marea Fresca <b>13/10/11 (Gros) unidad :el kilo</b>				
<b>Centollón vivo Francia</b>	5.20	-		

Fuente: France Agrimer: [www.snm.franceagrimer.fr](http://www.snm.franceagrimer.fr)

# VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA



Nautilus, empresa especializada en los productos del mar, lanzó una campaña de publicidad en el metro de París en Diciembre de 2011, para las fiestas de fin de año. Con un tono humorístico, la marca invita a los consumidores poner jaiba en sus quiches, ensaladas y asociarle con salmón.



Something Fishy?



Something Fishy (“Algo Sospecho”) es una campaña de promoción de los productos del mar noruegos al extranjero. Lanzada en 2008, esta campaña se dirige a todos los países del planeta.

Viendo la necesidad de promover el consumo de los pescados y mariscos a nivel nacional; empresas productoras, procesadoras y comercializadoras de la iniciativa privada se integraron en el año de 2003 para formar el Consejo Mexicano de Promoción de los Productos Pesqueros y Acuícolas, A.C. (COMEPESCA) y de esta manera generar una nueva cultura del consumo de pescados y mariscos.





# IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

TIPIAK  
Gratin de crabe: 2x110g  
3,76€ (17,09€ el kg)



TIPIAK  
Parmentier de crabe  
3,90€



PICARD  
Colas de Langosta crudas, Caribe  
59.90€ /kg



CARREFOUR  
2 demi langostas cocidas, Australia  
85.57€/kg,  
2 trozos de 350g = 29.95€



Pescadería en París (venta de langostas, jaibas...)

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

El desafío actual es unirse a las tendencias del mercado francés de los crustáceos, para consolidar la posición actual y asegurar la presencia futura del producto en Francia, tomando en cuenta que el mercado francés es muy sensible a los cambios de precio.

A continuación se presentan las principales tendencias así que las recomendaciones de la oficina comercial.

- **Sostenibilidad y preocupación por el medio ambiente:** los consumidores franceses están cada vez más preocupados por el medio ambiente que se está destruyendo tanto por la sobrepesca como por la acuicultura excesiva. Algunos grupos de presión han obligado a los gobiernos y empresas a considerar estos elementos. Sin embargo, esta preocupación se nota con menor intensidad en los productos pesqueros ya que los consumidores no están dispuestos a pagar mucho más por productos pesqueros sostenibles. Los supermercados empiezan a dar más información sobre la sostenibilidad de los mariscos vendidos. En este sentido, la oficina comercial recomienda fomentar la producción orgánica del producto ya que la demanda va creciendo en el mercado francés (los productos orgánicos son más costosos para el productor y el consumidor pero es un desarrollo a largo plazo) y respetar las cuotas de pesca y el medio ambiente.
- **Salud y nutrición:** los productos pesqueros y crustáceos tienen una buena imagen, muy saludable, así que el consumo ha aumentado con el creciente interés de los consumidores en la salud. Muchos consumidores tratan de alimentarse mejor con dietas más saludables y menos grasas: el pescado y los crustáceos son una buena alternativa ya que contienen muchas vitaminas y proteínas. Muchas campañas fueron lanzadas para defender los beneficios de estos productos y la oficina comercial recomienda promover el producto resaltando los beneficios para la salud que conlleva (OMEGA 3, colesterol “bueno”, lucha contra la obesidad...). Las oportunidades de desarrollo son tan altas como el tema BIO (señalado más arriba). Sin embargo, la toxicidad y el uso de antibióticos en el caso de la acuicultura es una preocupación creciente de parte de los consumidores.
- **Platos elaborados:** las personas pasan cada vez menos tiempo cocinando por falta de tiempo y compran muchos platos preparados. Según AL Invest, los consumidores europeos compran con mayor frecuencia en los supermercados que en las pescaderías (una vez por semana). En respuesta a la demanda por productos convenientes, los supermercados proponen productos del mar y crustáceos en empaques listos para consumir y la demanda va creciendo. El desarrollo de este nuevo tipo de oferta puede ser muy interesante dado que dicho producto posee un mayor valor agregado.
- **Mayor tecnología:** Una de las más recientes novedades es intentar aumentar la vida útil de los productos del mar congelados. La tecnología MAP consiste en envasar un alimento en una atmósfera distinta de la natural y constituida por mezclas de gases en distintas proporciones. De esta manera, es posible prolongar la conservación de la calidad de los productos alimentarios disminuyendo los mecanismos químicos que determinan la descomposición de los alimentos. En el futuro, sería recomendable invertir en esta tecnología.

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

<p><b>SIAL:</b> Feria Internacional de los productos agroalimenticios e innovaciones alimentarias. Próxima edición: 21-25 de octubre de 2012 en París, Francia. Este salón se dirige a los profesionales del sector agroalimentario, se presentan las nuevas tendencias de consumo, se exponen productos cada vez más innovadores en su composición o en el empaquetado. Link : <a href="http://www.sial.fr">www.sial.fr</a></p>	
<p><b>SIRHA:</b> Feria Internacional de la Restauración, Hostelería y Alimentación. Próxima edición: 28-29 de enero de 2013 en la ciudad de Lyon, Francia. Link : <a href="http://www.sirha.com">www.sirha.com</a></p>	
<p><b>EUROPEAN SEAFOOD EXHIBITION :</b> 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. Próxima edición : 23-25 de abril de 2013 en Bruselas, Bélgica. Link : <a href="http://www.euroseafood.com">www.euroseafood.com</a></p>	
<p><b>CONXEMAR :</b> 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. Próxima edición 2-4 de octubre de 2012 en Vigo, España. Link : <a href="http://www.conxemar.com/feria.htm">www.conxemar.com/feria.htm</a></p>	

# XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Ministerio de la Agricultura y Pesca)-**  
[www.agriculture.gouv](http://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](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 Organization 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/>
- **Al Invest**  
<http://www.al-invest4.eu/pesca/europa/europa4.4.html>

Documento Elaborado por: Fanny BARBIER, [france@prochile.gob.cl](mailto:france@prochile.gob.cl)