

---

# Estudio de Mercado Merluza Congelada en Polonia

Noviembre 2011

---

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

Documento elaborado por ProChile y Oficina Agrícola en Varsovia

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH: .....	4
2. Descripción del Producto: .....	4
3. Código Sistema Armonizado Local: .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
1. Arancel General:.....	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):.....	6
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias: .....	6
4. Otros Impuestos:.....	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	8
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso .....	8
2. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes) .....	11
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	12
1. Estadísticas 2010 .....	12
2. Estadísticas 2009 .....	13
3. Estadísticas 2008 .....	14
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	15
1. Potencial del producto. ....	15
1.1. Formas de consumo del producto. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen). ....	16
1.3. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	16

<b>1.4. Principales zonas o centros de consumo del producto.....</b>	<b>16</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>17</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>19</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>19</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>20</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>21</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>21</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>22</i>

## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0304293100: FILETES DE MERLUZA COMUN (MERLUCCIOUS GAYI GAYI), CONGELADOS.

0304299100: FILETES DE MERLUZA DE COLA (MACRURONUS MAGELLANICUS), CONGELADOS.

0304299200: FILETES DE MERLUZA DE TRES ALETAS (MICROMESISTIUS AUSTRALIS), CONGELADOS.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Merluza Común. Nombre científico: *Merluccius gayi gayi*. Tamaño promedio 35 cm, Desembarque promedio (2007-2009) 46,976 T. Período de extracción Enero - Julio / Octubre – Diciembre.

Merluza de cola. Nombre científico *Macruronus magellanicus* Tamaño promedio 70 cm Desembarque promedio (2007-2009) 71,901 T. Período de extracción todo el año. Se exporta solo como congelado.

Merluza de Tres Aletas. Nombre científico: *Micromesistius australis*. Tamaño promedio 50 cm. Desembarque promedio (2007-2009) 25,336 t. Período de extracción todo el año. Se exporta solo como congelado.

La merluza de cola se conoce en Polonia como Miruna (*Macruronus spp*) y según la Asociación de Importadores de Pescado de Polonia se define como especie principalmente de aguas que rodean Argentina y Chile y aguas de Nueva Zelanda. Disponible exclusivamente en congelado y en forma de entero eviscerado, filetes con y sin piel y en forma de lomo (porciones). En los últimos años esta especie ha tenido una creciente importancia comercial en el consumo de pescado blanco en Polonia. Esto debido a su sabor y en el contexto de la disminución de las capturas de otras especies como el abadejo (Alaska Pollok) o la merluza (*morszczuk* en polaco).

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Dentro del Sistema Armonizado Local los tres productos seleccionados se incluyen dentro de dos subpartidas diferenciadas:

Código	Descripción del producto
03	PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS
0304	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados
030429	Filetes congelados (que no sea el pez espada ( <i>Xiphias gladius</i> ) y merluza negra ( <i>Dissostichus spp</i> ), los demás
0304299	Los demás

Código	Descripción del producto
03	PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS
304	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados
0304 99	Los demás
03049951	De merluza (Merluccius spp., Urophycis spp.)



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Subpartida 03042999:

ERGA OMNES	Derecho terceros países	15.00%	R1031/08
ERGA OMNES	Contingente arancelario no preferencial en régimen de destino especial	0.00%	R1062/09

Contingente arancelario preferencial:

Número de orden	92761
Periodo de validez	01-01-2011 - 31-12-2011
Orígenes	ERGA OMNES
Cantidad inicial	20.000.000 Kilógramos
Códigos Taric asociados	0304299110 0304299941 0304299981 0304999960 0304999981

Subpartida 03049951:

ERGA OMNES	Derecho terceros países	7.50%	R2204/99
------------	-------------------------	-------	----------

**2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):**

Subpartida 03042999:

Chile	Preferencias arancelarias	2.80%	D0979/02
Chile	Contingente arancelario preferencial [01/01/2011 - 31/12/2011]	0.00%	R0312/03

Contingente arancelario preferencial:

Número de orden	91940
Periodo de validez	01-01-2011 - 31-12-2011
Orígenes	Chile
Cantidad inicial	725.000 Kilógramos
Códigos Taric asociados	0303290000 0303781200 0303781900 0304295300 0304295600 0304295800 0304299100 0304299900 0304991000

Subpartida 03049951:

Chile	Preferencias arancelarias	0.00%	D0979/02
-------	---------------------------	-------	----------

**3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:**

Subpartida 03042999

(0%):

Andorra (AD)	Moldavia (MD)
Albania (AL)	Montenegro (ME)
Bosnia-Herzegovina (BA)	Macedonia, Antigua-República Yugoslava de (MK)
CARIFORUM (CARI)	México (MX)
Argelia (DZ)	Papúa Nueva Guinea (PG)
Egipto (EG)	San Marino (SM)
Islas Malvinas (Falkland) (FK)	SPG (R 08/732)
Islas Feroe (FO)	GSP + (SPGE)
Croacia (HR)	Túnez (TN)
Israel (IL)	Turquía (TR)
Islandia (IS)	Ceuta (XC)
Líbano (LB)	Melilla (XL)
PTUM PAÍSES Y TERRIT. ULTRAMAR (LOMB)	Serbia (XS)
Marruecos (MA)	Moldavia (MD)

Otros:

ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO (EEA): 4.50 % (CD303)

Corea del Sur (KR): 12.50 %

Noruega (NO) 0.90 %

SPG (R 08/732) - Régimen general (SPGL) 7.90 %

Subpartida 03049951:

0%:

Andorra (AD)	Montenegro (ME)
Albania (AL)	Macedonia, Antigua-República Yugoslava de (MK)
Bosnia-Herzegovina (BA)	México (MX)
CARIFORUM (CARI)	Noruega (NO)
Argelia (DZ)	Papúa Nueva Guinea (PG)
Egipto (EG)	San Pedro y Miquelón (PM)
Acuerdos de Asociación Económica (EPA)	San Marino (SM)
Croacia (HR)	SPG (Excepto Myanmar) (MM)
Israel (IL)	GSP +
Islandia (IS)	Túnez (TN)
Corea del Sur (KR)	Turquía (TR)
Líbano (LB)	Ceuta (XC)
PTUM PAÍSES Y TERRIT. ULTRAMAR (LOMB)	Melilla (XL)
Marruecos (MA)	Serbia (XS)
Moldavia (MD)	Montenegro (ME)

Otros:

ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO (EEA): 2.20 %

SPG (R 08/732) - Régimen general (SPGL): 4.00 %

#### 4. OTROS IMPUESTOS:

Impuesto al Valor Agregado: 5%

La orden aduanera número 09194 de la Unión Aduanera establece una cuota temporal de 750,000 kilogramos para los códigos arancelarios 0303290000, 0303781200, 0303781900, 0304295300, 0304295600, 0304295800, 0304299100, 0304299900, 0304991000, 03053030 y 03054100 que ingresan a arancel 0%. Dicha orden está vigente desde el 1 de enero de 2011 y expirará el 31 de diciembre de 2011. El contingente arancelario de Chile para el año 2011 fue ocupado en su totalidad al 10 de enero del mismo año. El mismo contingente arancelario preferencial es previsto para 2012.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

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

No existen restricciones legales para la importación a Polonia de los productos especificados. Se requieren los siguientes documentos básicos de exportación:

- Certificado de captura (válido a partir de 2010)
- Certificado veterinario
- Certificado de origen
- Factura de compra

#### **Control de los contaminantes en los productos alimenticios**

Con el fin de garantizar un alto nivel de protección al consumidor, las importaciones en la Unión Europea (UE) de los productos alimenticios deben cumplir con la legislación diseñada para garantizar que los alimentos puestos en el mercado sean seguros como alimento y no contengan contaminantes a niveles que puedan poner en peligro la salud humana.

Los contaminantes pueden estar presentes en los alimentos (incluyendo frutas y verduras, carne, pescado, cereales, especias, productos lácteos, etc.) como resultado de las diversas etapas de su producción como, empaquetado, transporte o almacenamiento o también podría resultar de la contaminación ambiental.

Reglamento (CEE) n.º 315/93 de 8 de febrero de 1993, sobre procedimientos comunitarios relacionados a contaminantes en los alimentos (DO L-37 13/02/1993) (CELEX 31993R0315).

#### **Control sanitario de los productos pesqueros para el consumo humano**

Las importaciones de productos de la pesca y la acuicultura destinados al consumo humano debe cumplir con los requisitos generales de salud relacionadas con:

1. Aprobación Nacional de Salud
2. Aprobación del Establecimiento
3. Certificación de Salud
4. Control Sanitario



### Etiquetado de los productos alimenticios

Los productos pesqueros comercializados en la Unión Europea (UE) están sujetos a las normas generales de etiquetado para los alimentos. Las normas generales de etiquetado para los productos de la pesca y las normas específicas de etiquetado para determinados productos pesqueros están sujetas a las normas de comercialización armonizadas.

Normas generales de etiquetado que afectan a los productos alimenticios:

Las etiquetas de productos alimenticios, de acuerdo con las normas generales establecidas por la Directiva 2000/13/CE (DO L-109 05/06/2000) (CELEX 32000L0013) deberá contener los siguientes datos:

- Nombre con el cual se vende el producto. El nombre comercial o nombre de fantasía no puede sustituir el nombre genérico, sino que puede ser utilizado en adición. Una indicación del estado físico del producto o del tratamiento específico que haya experimentado (lío-filizado, congelado, ahumado, etc.) deben ser incluidos cuando la omisión de tal puede confundir al comprador.
- Peso neto en productos pre-envasados.
- Fecha de duración mínima que consiste en el día, mes y año en ese orden y precedido por la expresión "mejor antes" o "consumir preferentemente antes del fin" o el "uso por" la fecha de acuerdo a las características del producto.
- Condiciones especiales para la mantención del producto.
- Nombre o razón social y dirección del fabricante, envasador o vendedor establecido en la UE.
- Lote marcado en pre-empaquetados con la marca precedida por la letra "L".

Además de estas leyes, también existe información adicional que puede ser incluida por los fabricantes sobre una base voluntaria siempre y cuando sea precisa y no induzca a error al consumidor. Por ejemplo, el etiquetado nutricional no es obligatorio a menos que una declaración nutricional sea realizada en la etiqueta o en el material publicitario. En este caso, las alegaciones nutricionales deben cumplir con un formato estandarizado, de conformidad con la Directiva del Consejo 90/496/CEE (DO L-276 10/06/1990) (CELEX 31990L0496).

Materiales de empaque y envases que estén en contacto con productos alimenticios deben cumplir con las disposiciones establecidas por el Reglamento (CE) n° 1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-338 13/11/2004) (CELEX 32004R1935).

### Normas generales de etiquetado para los productos de la pesca

De acuerdo con el Reglamento (CE) no 104/2000 del Consejo (DO L-17 de 21/01/2000) (CELEX 32000R0104) y el Reglamento (CE) n.º 2065/2001 (DO L-278 23/10/2000) (32001R2065 CELEX), la siguiente información debe ser proporcionada en el etiquetado o el envasado de los productos de la pesca, o por medio de un documento comercial adjunto a la mercancía:

- Denominación comercial y científica de la especie. Para este fin, los Estados miembros publicarán una lista de las denominaciones comerciales admitidas en su territorio.
- Método de producción (capturas en el mar o en agua dulce, o el resultado de la acuicultura) indicado por la armonización de la terminología.
- La zona de captura:
  - o Sobre captura de mar: una de las áreas mencionadas en el anexo del Reglamento (CE) n.º 2065/2001;
  - o Sobre peces de agua dulce: la referencia al país de origen;
  - o Productos de la acuicultura: referencia del país del cultivo.

### Normas específicas de etiquetado para determinados productos pesqueros

Las etiquetas de los productos sujetos a normas de comercialización armonizadas establecidas por el Reglamento (CE) n.º 2406/96 (DO L-334 23/12/1996) (CELEX 31996R2406) debe incluir los siguientes datos:

- País de origen en las letras romanas de al menos 20 mm de altura.
- Nombre científico y nombre comercial
- Presentación
- Grado de frescura y tamaños en categorías
- Peso neto en kilogramos.
- Fecha de clasificación y fecha de envío.
- Nombre y dirección del exportador.

Los lotes deben contener productos del mismo tamaño y frescura uniforme. Las categorías de frescura, categoría de tamaño y la presentación debe ser clara e indeleble con marca en caracteres de al menos 5 cm de altura puesta en las etiquetas fijadas en los lotes.

La información proporcionada por las etiquetas debe ser fácil de entender, fácilmente visible, claramente legible e indeleble y deberán presentarse en el idioma oficial (s) del Estado miembro donde se comercialice el producto.

Información adicional para Polonia:

Los productos de pesca deberán comercializarse mediante las denominaciones comerciales y científicas de Polonia. El cumplimiento de las normas de etiquetado se puede comprobar en cualquier etapa del proceso de comercialización (por ejemplo, el despacho de aduana, almacenes distribuidores, mayoristas o tiendas minoristas, etc.) La Información sobre denominación comercial y científica, método de producción y zona de captura, debe estar siempre disponible, aunque, dependiendo de la etapa de la cadena de comercialización (mayorista/minorista). Estos datos pueden ser proporcionados en la etiqueta del producto, y/o en los documentos comerciales que acompañan al producto tales como la factura comercial.

## 2. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2010

### Subpartida 03042999

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	5,651	14,392	36.8%
China	4,094	12,816	32.8%
Alemania	1,043	3,949	10.1%
Dinamarca	562	2,695	6.9%
Argentina	685	1,962	5.0%
Francia	186	808	2.1%
España	205	630	1.6%
Holanda	85	514	1.3%
Suecia	64	417	1.1%
Vietnam	97	397	1.0%
Subtotal	12,672	38,580	98.6%
Otros	115	530	1.4%
Total	12,787	39,110	100.0%

### Subpartida 03049951

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	751	1,367	47.8%
Argentina	303	619	21.7%
Alemania	255	525	18.4%
Perú	178	243	8.5%
Dinamarca	18	37	1.3%
Estados Unidos	18	33	1.2%
España	6	21	0.7%
Francia	9	11	0.4%
Subtotal	1,538	2,856	99.9%
Otros	0	2	0.1%
Total	1,538	2,858	100.0%

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Sub -partida 03042999

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
China	3,152	10,522	33.9%
Chile	3,799	9,812	31.6%
Dinamarca	558	3,455	11.1%
Alemania	936	3,268	10.5%
Argentina	663	1,832	5.9%
Vietnam	226	1,007	3.2%
Holanda	78	479	1.5%
España	141	364	1.2%
Ecuador	29	142	0.5%
Francia	26	43	0.1%
Subtotal	9,608	30,924	99.6%
Otros	20	0.1%	0.0%
Total	9,628	31,037	100.0%

Sub-partida 03049951

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Chile	668	1,339	84.6%
Perú	114	150	9.5%
Alemania	40	83	5.2%
Dinamarca	6	9	0.6%
Subtotal	828	1,581	99.9%
Otros	233	2	0.1%
Total	595	1,583	100.0%

### 3. ESTADÍSTICAS 2008

Sub-partida 03042999

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
China	2,994	10,201	39.7%
Chile	2,187	6,015	23.4%
Argentina	877	2,543	9.9%
Alemania	486	2,187	8.5%
Dinamarca	417	1,857	7.2%
España	283	935	3.6%
Vietnam	172	742	2.9%
Ecuador	121	494	1.9%
Países Bajos (Holanda)	57	262	1.0%
Uruguay	36	103	0.4%
Subtotal	7,630	25,339	98.5%
Otros	72	0.2%	0.0%
Total	7,702	25,722	100.0%

Sub-partida 03049951

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	414	1,217	76.0%
Chile	119	224	14.0%
Argentina	27	87	5.4%
Dinamarca	21	44	2.7%
España	13	27	1.7%
Estados Unidos	0	1	0.1%
Canadá	0	0	0.0%
Subtotal	594	1,600	99.9%
Otros	1	2	0.1%
Total	595	1,602	100.0%

Global Trade Atlas® - [www.gtis.com/gta/](http://www.gtis.com/gta/)

# V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Aunque el consumo de productos del mar sigue siendo relativamente bajo en Polonia, la demanda por pescado de especies importadas y productos de mayor calidad es cada vez mayor especialmente en áreas urbanas donde los niveles de ingresos disponibles son mayores y donde los supermercados ofrecen una mayor variedad de productos en comparación a zonas rurales. Se espera que aumenten las ventas de productos del mar en el sector del comercio minorista urbano. Lo anterior se debe a que se están desarrollando rápidamente cambios en el estilo de vida en Polonia y tienen una marcada tendencia al consumo de alimentos de conveniencia donde los productos del mar, especialmente listos para consumir, tienen un lugar importante.

El consumo del total de productos del mar Polonia para el año 2010 fue de 13.26 kg. Per cápita muy por debajo de los más de 20 kg del promedio de la UE. Los principales pescados consumidos son el arenque (2.93 kg), el Alaska Pollok (llamado mintaj en polaco con 2.73 kg.) y la panga con 1.51 kg. De consumo al año. Este último pescado es de origen de importación en su totalidad. Se espera el mercado mantenga crecimientos sostenidos, sin embargo, no ha habido incrementos sustanciales en el consumo de productos del mar.

Se espera especialmente crecimiento sostenido y rápido en el segmento de productos *ready to eat* como también en pescados y mariscos y otros productos con valor agregado. Grandes empresas importadoras y distribuidoras como Pescanova y Frosta comienzan a trabajar con líneas nuevas de productos del mar como: Merluza Riojana, Pescado Preparado al BBQ, Paella, etc. Ampliando la oferta y apuntando a gustos más variados.



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

Los Importadores polacos están muy contentos del intercambio comercial con exportadores chilenos con relación a las especies tratadas en el presente documento. Los importadores polacos consideran que la cooperación comercial tiene un efecto positivo en precio y la calidad con una gran demanda y en constante crecimiento de los estos productos en el mercado polaco. (Resultado de entrevista a Lech Wojciechowski, secretario de la Asociación de Importadores de Pescado ([www.sir.org.pl](http://www.sir.org.pl)))

### **1.2. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

El consumo de productos del mar en Polonia se caracteriza por la estacionalidad. Los hábitos relacionados con el consumo de pescado se relacionan fuertemente con la tradición cristiana-católica. Las fechas más importantes y tradicionales para consumo de pescado en Polonia son durante el período de Navidad y la pre-temporada de Semana Santa. Muchos polacos (Por lo general, las personas mayores que viven en pueblos pequeños y aquellos que son devotos) tienden a comer pescado los días viernes y no solo en semana santa.

Por otra parte, existe también una estacionalidad comercial para pescado congelado de Chile. Este período de mayor demanda se produce entre los meses de septiembre a abril, según el Sr. Lech Wojciechowski, secretario de la Asociación de Importadores de pescado de la ciudad Szczecin.

### **1.3. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

El consumo de pescado y productos del mar en Polonia está relacionado con el nivel de educación e ingreso de las personas. La relación se da como a mayor ingreso existe, mayor consumo de productos del mar especialmente en productos frescos y en segundo lugar congelados. Por ello, los principales centros urbanos de Polonia son las zonas de mayor interés desde el punto de vista comercial y ellos son: Varsovia, Cracovia, Lodz, Poznan, Katowice entre otros

En segundo lugar, y por razones culturales y por cercanía al mar las localidades aledañas al borde costero del Mar Báltico son de mucho interés puesto que se caracterizan por presentar el mayor consumo per cápita de pescado de Polonia. En esta zona destaca la conurbación conocida como Tres – Ciudades: Gdansk Gdynia y Sopot. Cabe señalar que parte importante del universo de empresas importadoras de pescados y mariscos de Polonia se encuentra localizada en cercanía a esta agrupación urbana.

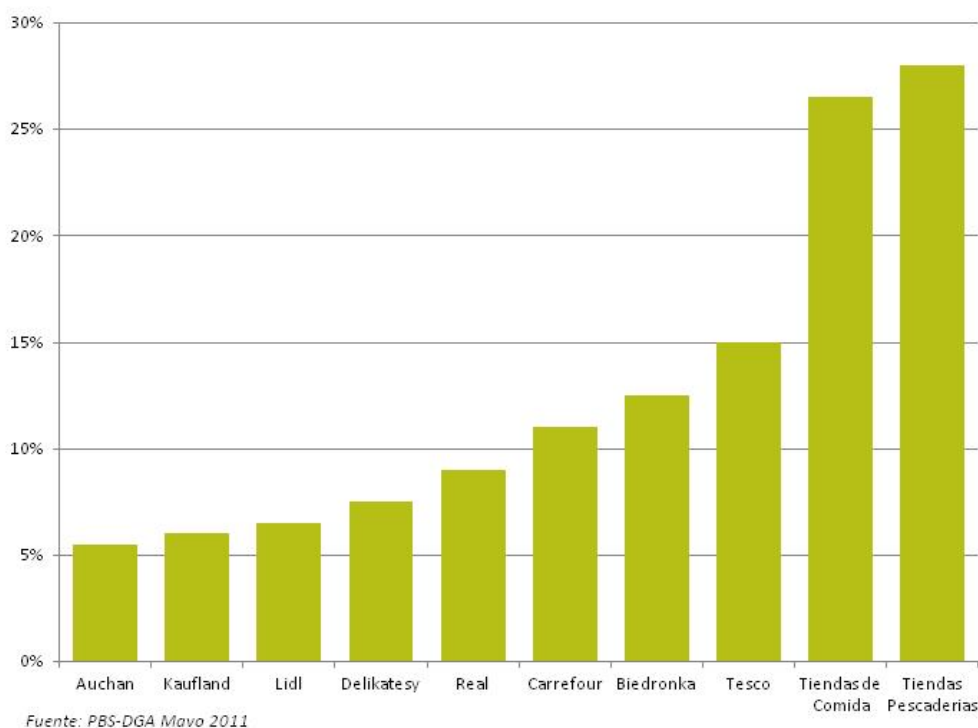


## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Generalmente los importadores de productos del mar en Polonia son empresas con almacenes de frío y plantas de procesamiento que trabajan con producción de pesca local y de importación. Si el producto es importado a granel, entonces puede ser re-procesado o re-empacado antes de la distribución. Estas empresas también distribuyen con marca propia o de terceros y venden a minoristas (pescaderías, supermercados, restaurantes, etc.) o intermediarios (exportadores, centrales de ventas, etc.)

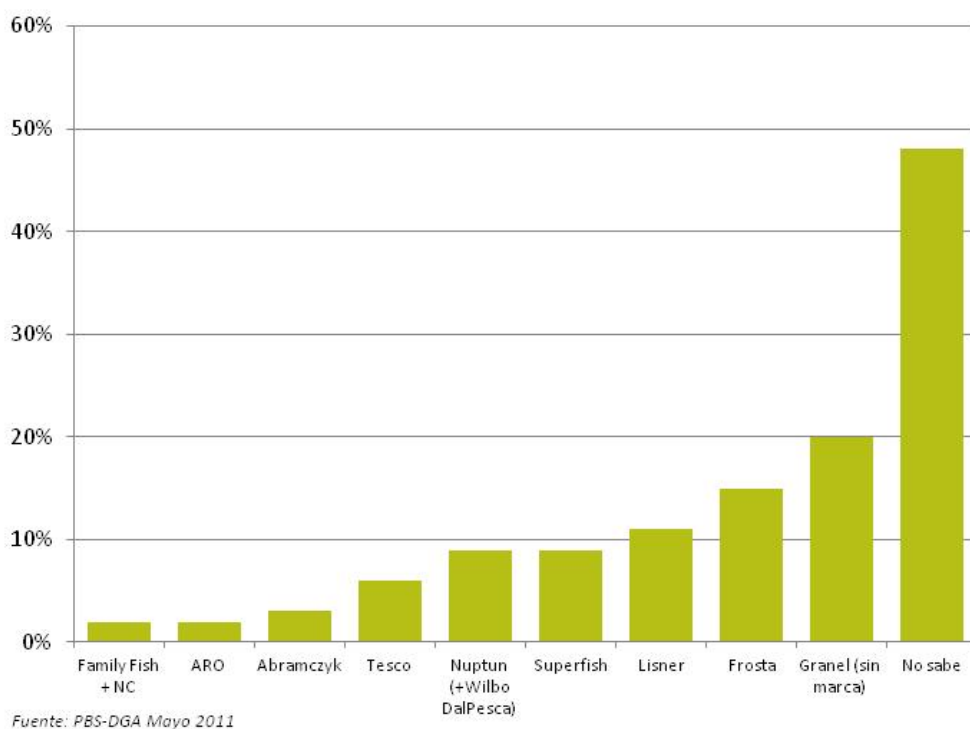
La mayor parte de los pescados congelados se venden a través de tiendas especializadas. En segundo lugar se encuentran pequeñas tiendas de abarrotes y cadenas de supermercados e hipermercados tradicionales que cubren Polonia. Se destaca las cadenas la línea d supermercados Tesco de origen inglés con un formato de tiendas grandes y formatos exprés; en segundo lugar destaca Biedronka, cadena de capitales portugueses, que presenta la mayor distribución de tiendas en Polonia en un formato más pequeño y con el slogan de los precios más bajos; la tercera cadena de distribución mencionada por los encuestados es Carrefour, de capitales franceses, y con una potente política de crecimiento en Polonia como señala el siguiente diagrama:

Preferencias a la hora de comprar pescado congelado Polonia:



Debido a la falta de tradición de comer productos del mar las preferencias de marca en el consumo de pescado congelado en Polonia se caracteriza por un bajo reconocimiento de las marcas nacionales. Las marcas más conocidas como Frosta y Lisner logran el reconocimiento de alrededor del 10%. Sin embargo, debido a la falta de tradición en el consumo de productos de la pesca hace que el reconocimiento de marca nacional no exceda del 14%. Como muestra el grafico siguiente, la mayor parte de los compradores de pescado congelado no sabe o no se recuerda de la marca que compra o bien compra productos genéricos. Es muy común que los puntos de ventas tengan freezers de autoservicio a público con filete de pescado a granel especialmente supermercados e hipermercados.

Polonia: Recordación de marca para pescado congelado en los últimos seis meses:



## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los precios referenciales de exportación por kilo de merluza común y de cola varían desde el rango de USD \$ 1.82 a USD \$ 2.6. Por otra parte, Los precios de venta a minoristas de filetes de merluza de cola en Polonia se presentan en un rango de 20-27 PLN / kg. (USD \$ 6.66 a USD \$ 9.00). El nombre de merluza (morszczuk) en Polonia es usado para productos del genero merluccius como merluza gayi, pero no para merluza de colal (miruna).

Precios retail:

Filete de Merluza Congelada (Filety z morszczuka) Marca Frosta precio 46.33 zł/kg Alma Market

Filete de Merluza Congelada (Morszczuk filety mrożone) Marca Nord Capital 4.,40 zł/kg Alma Market

Filete de merluza Congelada (Miruna filet) marca Pescanova 37.25 zł/kg Alma Market

Filete de Merluza fresca con piel (FILET Z MIRUNY ZE SKÓRA) 18.99zł /kg L.Leclerk

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

Los procesadores de productos de la pesca tienen una serie de campañas de publicidad para aumentar su participación proporcional en el mercado. A nivel de empresas, destaca Pescanova cuyos productos por ejemplo estuvieron en los autobuses y tranvías de Varsovia en año 2010.



Foto: Katarzyna Konietcka

Por otra parte, La Asociación de Desarrollo del Mercado de Pescado de Polonia mantiene desde agosto del presente año la campaña de marketing llamada “Ryba Wygrywa” (El pescado Gana). El objetivo de la campaña es educar a las generaciones jóvenes sobre la moda de consumir pescado. Esta campaña tendrá una duración de dieciocho meses y se centrará en la promoción en Internet.

El principal portador de la información será el portal [www.Facebook.pl/RybaWygrywa](http://www.Facebook.pl/RybaWygrywa). El perfil será moderado por una agencia de publicidad que se adjudicó el proyecto. Se espera aproximadamente tres millones de visitas. La campaña en Facebook también complementará las actividades en medios de consumo (revista de los trenes Intercity "Sobre la marcha" y la revista de la línea aérea Wizzair por ejemplo).

Otro ejemplo de campañas de publicidad es la marca Frosta, la marca más reconocida entre los consumidores de productos de la pesca en Polonia. Inicialmente basada únicamente en anuncios de publicidad televisiva, hoy incluye otros medios como youtube y facebook en busca del consumidor joven. El objetivo es aumentar el conocimiento de los productos Frosta de platos preparados y subrayar su carácter internacional. Frosta en youtube [www.youtube.com/watch?v=J52j2Bp0IE8en](http://www.youtube.com/watch?v=J52j2Bp0IE8en) en FB <http://www.facebook.com/frosta.polska>

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

En un país donde aún no se ha desarrollado la tradición culinaria asociada con el consumo de pescado la comunicación constante con el cliente y la presentación de los beneficios de la utilización de productos de la pesca son importantes para permanecer en él.

Los productos pesqueros mencionados en el presente documento se presentan al consumidor básicamente en dos formatos diferentes dependiendo del canal de distribución:

- 1) El primero es en embalaje comercial con distinción de marca como se muestra en la sección de imágenes en ejemplos de etiquetados y potencial del producto del presente documento. Los tamaños del paquete pueden diferir, pero en general son de 300 gm. a 500 gm. por unidad. Envasados de mayor volumen se pueden localizar en mercados “Cash and Carry” como Makro que se dirige a público y comercio como restaurantes y bares.
- 2) El segundo tipo de presentación es en unidades IQF para freezers a granel. Esta modalidad es muy popular en Polonia donde es posible elegir el filete de pescado congelado desde hieleras especiales para luego ser pesado y cancelado. Con este sistema genérico se pierden la oportunidad de diferenciación y creación de marca.

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

En el mercado de Polonia actualmente los productos del mar están creando su espacio que es la tendencia mundial por una dieta más sana y deberá repercutir en el aumento del consumo promedio desde sectores urbanos acomodados a zonas rurales. En este contexto, el mercado polaco presenta una buena oportunidad para crear lazos comerciales fuertes con su contraparte, el importador-distribuidor y así poder apoyar la creación y posicionamiento de marca de especies de interés para los exportadores nacionales. Se recomienda a los nuevos exportadores viajar a Polonia y conocer de primera mano tanto el mercado como a los participantes de la cadena especialmente a los importadores quienes están abiertos a conocer ofertas y aumentar y mejorar sus líneas de productos.

Cabe señalar que el núcleo de negocios de importación de productos del mar de la zona de las tres ciudades: Gdansk, Gdynia y Sopot es importante no solo a nivel de Polonia, sino que tiene influencia y lazos de distribución mas allá de la frontera incluso hasta países como Rumania a donde se re-vende productos de importación.

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

POLFISH  
22-24 Mayo 2013

Polfish es la única feria de eventos en Polonia dedicada exclusivamente a la industria pesquera y una de las mayores en Europa central y oriental. Se organiza cada dos años. Materiales de presentación y productos de la pesca, maquinaria y equipo para el procesamiento, almacenamiento y envasado de pescado, materiales de empaque y embalaje, limpieza e higiene, acuicultura, investigación, equipo, herramientas de pesca y sistemas y equipos para los buques pesqueros.

<http://www.mtgsa.pl/title,POLFISH,pid,213.html>

POLAGRA  
Feria Internacional de Productos Alimenticios, en Poznan.  
Existe una parte dedicada a productos del mar de agua dulce y peces marinos. Polagra es una feria genérica de alimentos que se realiza cada año en la ciudad de Poznan.

<http://www.polagra-food.pl/en/>

# XIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

**Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi**  
**Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural**  
**Główny Inspektorat Weterynarii**  
**Agencia Veterinaria**  
 ul. Wspólna 30  
 PL-00-930 Warszawa  
 Tel: (+48) 22 623 20 89  
 Fax: (+48) 22 623 14 08  
 E-mail: [wet@wetgiw.gov.pl](mailto:wet@wetgiw.gov.pl)  
 Website: <http://www.wetgiw.gov.pl>

**Służba Celna Rzeczypospolitej Polskiej**  
**Servicio de Aduanas de Polonia**  
 ul. Świętokrzyska 12  
 PL-00-916 Warszawa  
 Tel: (+48) 22 857 62 51  
 E-mail: [Informacja.celna@mofnet.gov.pl](mailto:Informacja.celna@mofnet.gov.pl)  
 Website: <http://www.mf.gov.pl>

**Główny Inspektor Sanitarny**  
**Agencia de Inspección Sanitaria**  
 ul. Targowa 65  
 03-729 Warszawa  
 Tel: (+48) 22 536 13 00  
 Fax: (+48) 22 635 61 94  
 E-mail: [inspektorat@gis.gov.pl](mailto:inspektorat@gis.gov.pl)  
 Website: <http://www.gis.gov.pl>

**Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych**  
**Inspección Agrícola y Calidad Alimentaria**  
 ul. Wspólna 30  
 PL-00-930 Warszawa  
 Tel: (+48) 22 623 29 00 / 22 623 29 01  
 Fax: (+48) 22 623 29 98 / 22 263 29 99  
 E-mail: [sekretariat@ijhar-s.gov.pl](mailto:sekretariat@ijhar-s.gov.pl)  
 Website: <http://www.ijhar-s.gov.pl>

**Polski Komitet Normalizacyjny**  
**Comité de Estandarización de Polonia**

ul. Swietokrzyska 14  
PL-00-050 Warszawa  
Tel: (+48) 22 556 77 55  
E-mail: [wdiinfo@pkn.pl](mailto:wdiinfo@pkn.pl)  
Website: <http://www.pkn.pl>

**Panstwowy Zaklad Higieny Instytut Naukowo-Badawczy - PZH**  
**Instituto Nacional de Higiene**

ul. Chocimska 24  
PL-00-791 Warszawa  
Tel: (+48) 22 5421 400  
Fax: (+48) 22 8493 513  
E-mail: [pzh@pzh.gov.pl](mailto:pzh@pzh.gov.pl)  
Website: <http://www.pzh.gov.pl/>

**Stowarzyszenie Importerów Ryb**  
**Asociación de Importadores de Pescado**

ul. Celna 1/117  
70-644Szczecin  
Tel.: +48 91 462-33-92  
Fax:+48 91 462-49-02  
E-mail: [info@sir.org.pl](mailto:info@sir.org.pl)  
[www.sir.org.pl](http://www.sir.org.pl)

**Rozwoju Rynku Rybnego**  
**Asociación de Desarrollo de Mercado para productos del Mar**

ul. Hutnicza 34  
Gdynia  
woj. pomorskie  
Polska  
81-061  
e-mail: [biuro@srrr.org.pl](mailto:biuro@srrr.org.pl)