

PMP

Estudio de Mercado Sardina Congelada en España

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en España - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



Tabla de contenido

I. Resumen Ejecutivo	3
1. Códigos arancelarios SACH y en país de destino objeto del estudio.....	3
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	4
3. Posibles estrategias de prospección del mercado.	4
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.	4
5. Análisis FODA	5
II. Acceso a Mercado.....	5
1. Código y glosa SACH.....	¡Error! Marcador no definido.
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	6
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	6
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	6
5. Regulaciones y normativas de importación	6
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país	6
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.	7
III. Potencial del Mercado	8
1. Producción local y consumo	8
2. Importaciones del producto últimos 3 años. Principales competidores y participación de Chile en el mercado.	10
IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado	11
1. Identificación de los principales actores en cada canal	11
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.	13
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	14
4. Estrategia comercial de precio.....	14
5. Política comercial de proveedores.	14
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.....	15
V. Consumidor/ Comprador	17
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.	17
2. Influencias en decisiones de compra	18
VI. Benchmarking y Tendencias.....	19
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).	19
2. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales.....	19
VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	21
VIII. Fuentes de información (<i>Links</i>)	22
IX. Anexos	23

I. RESUMEN EJECUTIVO

La Unión Europea es uno de los mercados con mayor consumo de productos del mar y concretamente el español, con 1.184 millones de kilos de productos pesqueros, gastando un total de 8.943 millones de euros. Esta magnitud hace al mercado español muy atractivo para los productores de todas partes del mundo.

Dentro del consumo de productos pesqueros, España tiene una larga tradición y es un gran consumidor de sardina enlatada, cuya materia prima proviene del fresco como del congelado. La sardina es probablemente la especie en la que existe una mayor interdependencia entre el sector extractivo y la industria conservera, siendo aproximadamente un 70% de la producción destinada a la elaboración de conservas.

Por otro lado, las importaciones de sardina tanto fresca como congelada, juegan un rol fundamental en la estabilidad de la industria local, ya que cubren las temporadas en donde el recurso nacional es escaso. Estas importaciones, provienen tanto de países comunitarios como de terceros países, siendo Marruecos, en este último caso, el principal proveedor.

La sardina congelada no se comercializa de forma masiva en el canal de distribución propio de los pescados congelados consumidos por los hogares, porque este recurso, en su inmensa mayoría, va destinado a la industria pesquera transformadora, concretamente para la fabricación de conserva y platos preparados.

Cabe destacar que las importaciones de sardinas congeladas alcanzaron para el 2014 las 30.000 toneladas y un valor total de 26,7 millones de dólares. Chile, a pesar de contar con el recurso y con arancel cero para el ingreso a este mercado, no figura como proveedor.

Chile es uno de los principales proveedores para España de productos del mar, y esta realidad se transforma en oportunidad para el ingreso de nuevos recursos del rubro. Los productos originarios de Chile tienen gran aceptación entre los operadores del mercado sobre todo por su alta calidad y confiabilidad, debido a las excelentes condiciones ambientales y sanitarias para su producción, sumado a la orientación exportadora del país, permite que los productos ofrecidos por las empresas chilenas sean una reconocida opción para un mercado de alta exigencia, como el español.

Chile tiene un recurso pelágico, en específico “sardina”, cuya utilización está fundamentalmente destinada a la producción de harina y aceite. Es relevante entonces encontrar nuevas alternativas que permitan agregar valor a este recurso. Por ello, este estudio intenta describir el mercado local de importación de este producto para determinar la existencia o no de demanda para un potencial producto de origen chileno.

1. Códigos arancelarios SACH y en país de destino objeto del estudio

CÓDIGO ARANCELARIO (CHILE)	DESCRIPCIÓN
0303.53.11	Sardinias (<i>Sardinops sagax</i>) enteras, congeladas
Código Arancelario (UE)	Descripción
0303	Pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04
0303.53	Sardinias (<i>Sardina pilchardus</i> , <i>Sardinops</i> spp.), sardinelas (<i>sardinella</i> spp.) y espadines (<i>sprattus sprattus</i>)
0303.53.30	Sardinias del género <i>Sardinops</i> , sardinelas (<i>Sardinella</i> spp.).

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

La sardina es probablemente la especie en la que existe una mayor interdependencia entre el sector extractivo y la industria conservera. De la producción española de sardinas, aproximadamente el 70 % va destinado a la elaboración de conservas. Estamos ante una materia prima muy perecedera y por tanto la industria de transformación necesita un abastecimiento cercano para obtener producto de calidad, situación que debe ser salvada para acceder como proveedor al mercado español.

Las importaciones de sardina congelada han tenido un comportamiento muy errático con marcados incrementos y descensos. Parte de esta situación se debe a que las oscilaciones en la producción extractiva local hacen necesario que la industria recurra a las importaciones de materia prima para su abastecimiento, por lo que un 22% procede de éstas, un 17% de procedencia comunitaria y el resto de países terceros. Marruecos es el principal proveedor del producto a España, teniendo en cuenta que entre ambos países la distancia geográfica es mínima.

Chile es uno de los principales proveedores para España de productos del mar, y esta realidad se transforma en oportunidad para el ingreso de nuevos recursos del rubro. Los productos originarios de Chile tienen gran aceptación entre los operadores del mercado sobre todo por su alta calidad y confiabilidad, debido a las excelentes condiciones ambientales y sanitarias para su producción, sumado a la orientación exportadora del país, permite que los productos ofrecidos por las empresas chilenas sean una reconocida opción para un mercado de alta exigencia, como el español.

3. Posibles estrategias de prospección del mercado.

La mejor forma de poder prospectar y posteriormente penetrar el mercado, es que las empresas del sector desarrollen un trabajo conjunto coordinado con la oficina comercial de ProChile España. Dicho lo anterior, y una vez analizadas las variables de demanda, la visita al mercado y el contacto directo con los diversos actores será crucial para determinar *in situ* las posibilidades de venta. Esta acción sugerimos hacerla en el marco de la FERIA CONXEMAR, principal hito de la industria de productos del mar congelados española y que cada vez más congrega a actores de todo el mundo. Este certamen es un punto de encuentro de referencia a la totalidad del sector transformador, distribuidor, importador y exportador de los productos del mar congelados. Si posterior a la etapa de prospección, se evidencia nichos de mercado concretos y con posibilidades de vender, la invitación a Chile de los potenciales interesados, es una estrategia que permite tender buenos lazos futuros.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

España es un mercado importador del producto “sardina congelada” y Chile, si bien tiene oferta de sardina, no ha avanzado en el desarrollo de una oferta exportable de este producto congelado. Por ello, la primera recomendación es prospectar el mercado con un análisis profundo de la competencia y de las posibilidades de encontrar un nicho. Para ello, la realización de una agenda local que permita contactar a potenciales importadores y conocer en detalle las características de la demanda, es una variable vital para este trabajo. La mejor oportunidad para ello, se presenta en la visita a la feria CONXEMAR, como se ha indicado anteriormente.

5. Análisis FODA

		FACTORES INTERNOS	
		Fortalezas	Debilidades
<p>Enfocarse en el subsector de las conservas</p> <p>Adaptarse a las tendencias del mercado</p>		<p>La estabilidad económica chilena y la imagen positiva de Chile, lo que aumenta la confianza a la hora de hacer negocios</p> <p>La calidad de los productos del mar de Chile son conocidos y reconocidos en el mercado español</p> <p>Acuerdo Chile-UE: 0% arancel frente a 15% de Terceros Países</p> <p>Empresas integrantes de la cadena de producción comprometidas con la responsabilidad empresarial del producto a lo largo del proceso de transformación a congelado.</p> <p>Experiencia consolidada en la logística de los productos congelados.</p> <p>Establecimientos autorizados a la exportación por parte de la UE.</p>	<p>La sardina congelada chilena no es un producto conocido en el mercado español.</p> <p>La distancia: Marruecos y Francia proveen a España de forma ágil y con un producto económico.</p> <p>Necesidad de analizar tendencias internacionales que determinarán la demanda por las importaciones origen Chile.</p> <p>No hay una estrategia sectorial, ni recursos específicos significativos de apoyo para la internacionalización del sector.</p> <p>Aumentar el número de establecimientos autorizados a la exportación a la UE</p> <p>Bajo nivel de I+D asociado</p>
FACTORES EXTERNOS	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> El 70% de la producción local va destinada a conservas, por lo que tiene la necesidad de abastecerse de Otros mercados Las oscilaciones en la producción extractiva española hacen necesario que la industria recurra a las importaciones de materia prima para su abastecimiento Diversificación de la gama final con productos de mayor valor agregado entre los pescados congelados Buena imagen nutricional de los productos de pesca 	<ul style="list-style-type: none"> Los atributos de un país estable, confiable son beneficiosos Los productos del mar de Chile son conocidos por su gran calidad Productos complementarios <p>Sólida estructura de la cadena de distribución en España para el sector: en el caso de los congelados hay una distribución especializada importante, generalmente vinculada a los mayoristas de congelado</p>
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> La distancia encarece el producto a la hora de importarlo desde este mercado, en comparación con mercados más cercanos Tendencia a consumo de productos frescos. Producto maduro 	<ul style="list-style-type: none"> Tampoco se registran ingresos de otros orígenes latinoamericanos. La industria conservera demanda el producto y Chile ya cuenta con buen posicionamiento como proveedor de mejillones a dicha industria.
			<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de dar a conocer producto a través de ferias Potenciar la promoción internacional del rubro pesquero bajo "marca país" buscando difundir el valor del origen Chile Producción local variable, lo que implica cambios en las compras procedentes del exterior Mercado de destino muy maduro Productos sustitutivos
			<ul style="list-style-type: none"> Chile no ha exportado el recurso a este mercado. Otras marcas, otros orígenes, están muy consolidados en este recurso pesquero No hay conocimiento de la sardina origen Chile

II. Acceso a Mercado

1. Código y glosa sistema armonizado UE-España.

CÓDIGO ARANCELARIO (UE)	DESCRIPCIÓN
0303.53.30.00	Sardinias del género Sardinops, sardinelas (Sardinella spp.).

2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

CÓDIGO ARANCELARIO	ARANCEL CHILE	ARANCEL PAISES TERCEROS	ARANCEL SPG
CHILE 0303.53.11	0%	15%	11,5%

3. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

CÓDIGO ARANCELARIO	IVA
0303.53.30	10%

4. Regulaciones y normativas de importación.

Acto	Entrada en vigor	Diario Oficial
Reglamento (CE) nº 104/2000	1.1.2001(1.1.2002 para el artículo 4 que reagrupa las disposiciones relativas a la información del consumidor)	DO L 17, 21.1.2000
Acto(s) modificativo(s)	Entrada en vigor	Diario Oficial
Acta relativa a las condiciones de adhesión a la Unión Europea de la República Checa, de Estonia, de Chipre, de Letonia, de Lituania, de Hungría, de Malta, de Polonia, de Eslovenia y la República Eslovaca, y a las adaptaciones de los Tratados en los que se fundamenta la Unión - Anexo II: Lista contemplada en el artículo 20 del Acta de adhesión - 7. Pesca	1.5.2004	DO L 236, 23.9.2003
Reglamento (CE) nº 1759/2006	2.12.2006	DO L 335, 1.12.2006
Reglamento (CE) nº 1258/2010	1.1.2011	DO L 343, 29.12.2010

Observaciones:

EVETER: Control veterinario exclusivamente a las exportaciones a Australia, Cuba, Marruecos, Rusia o Ucrania.

VETER: Estos productos deberán ser inspeccionados por Sanidad Animal, si los productos van destinados a la alimentación animal.

CONCAL: El control de calidad a la importación será efectuado por los Servicios del SOIVRE, según lo establecido en la Orden PRE/3026/2003 (BOE 01-11-2003).

SOVEX: Las exportaciones de esta partida están sujetas al control de calidad. Dicho control es realizado por los Servicios del SOIVRE, según lo establecido en la Orden PRE/3026/2003 (BOE 01-11-2003).

PEIL: Según lo establecido en la Decisión 2013/C 346/02 (27-11-2013) (CELEX 32013D1127(02)), queda prohibida la importación de productos de la pesca capturados por buques que enarbolan pabellón de Sri Lanka, Camboya y Guinea, así como la exportación a estos países

PEIL: El despacho a libre práctica está supeditado a la presentación de un certificado de captura, según lo establecido en el R/CE 1005/2008 L-286 (29-10-2008) (CELEX 32008R1005). Dicho documento se consignará en la casilla 44 del DUA con la clave C673. El certificado de captura tendrá que ser presentado a la Secretaría General del Mar, que emitirá la autorización de importación (Código casilla 44 DUA: 1311) o exportación (Código casilla 44 DUA: 1312).

Para las mercancías declaradas a las que no se aplica el R/CE 1005/2008 L-286 (29-10-2008) (CELEX 32008R1005), se consignará en la casilla 44 del DUA el código Y927.

Esta medida no se aplicará a los productos de la acuicultura obtenidos a partir de crías o larvas.

SANIM: No están sujetos a inspección sanitaria a la importación los productos originarios de Andorra, Noruega, Islandia, Islas Feroe, San Marino, Liechtenstein y Suiza.

Inspecciones:

CONCAL: Control de calidad (importación)

PEIL: Autorización pesquera para control de pesca ilegal según R/CE 1005/2008 L-286 (29-10-2008) (importación y exportación)

SAVE: Inspección sanitaria a la importación para productos destinados a uso o consumo humano - SANIM / Inspección veterinaria a la importación para productos destinados a uso o alimentación animal - IVETER

TSANT: Inspección sanitaria para el tránsito

TVETER: Inspección veterinaria para el tránsito

5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

El Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios es aplicable a los productos de la pesca, de la acuicultura y del marisqueo congelados, además de su norma específica dictada en el Real Decreto 1380/2002, de identificación de los productos de la pesca, de la acuicultura y del marisqueo congelados y ultra-congelados (BOE nº 3, 03/01/2003), y el Real Decreto 1702/2004, por el que se modifica el anterior (BOE nº 172, 17/07/2004), en los que se detalla la información obligatoria que debe constar en el etiquetado de estos productos en las diversas fases de comercialización, desde la primera exposición a la venta hasta el consumidor final, incluyendo el transporte y la distribución¹

Las menciones que deben estar indicadas en el etiquetado de estos productos cuando se encuentren congelados o ultra-congelados, serán diferentes según el producto esté o no envasado. En el Anexo Nº1 se entrega el destalle.



6. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición - AECOSAN - tiene un objetivo clave, promover la seguridad alimentaria como aspecto fundamental de la salud pública y ofrecer garantías e información objetiva a los consumidores y agentes económicos con la correspondiente cooperación del resto de administraciones y sectores interesados. En aras de apoyar la transparencia del mercado de los productos alimentarios se puso en marcha la trazabilidad, buscando identificar el origen de un alimento y poder seguir su rastro durante toda su vida útil, favorece la seguridad y otorga crédito al producto. Ver ANEXO Nº2.

¹ Fuente: www.magrama.gob.es

Legislación Local

Real Decreto 1521/1984, de 1 de agosto, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria de los Establecimientos y Productos de la Pesca y Acuicultura con Destino al Consumo Humano.

<https://www.boe.es/boe/dias/1984/08/22/pdfs/A24166-24186.pdf>

Real Decreto 176/2013, de 8 de marzo, por el que se derogan total o parcialmente determinadas reglamentaciones técnico-sanitarias y normas de calidad referidas a productos alimenticios.

<http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-3402>

CORRECCIÓN de errores del Real Decreto 176/2013, de 8 de marzo

<http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-3402>

Reglamento (CE) nº 104/2000 del Consejo, de 17 de diciembre de 1999, por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los productos de la pesca y de la acuicultura.

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=DOUE-L-2013-82971

Reglamento (CE) nº 2371/2002 del Consejo, de 20 de diciembre de 2002, sobre la conservación y la explotación sostenible de los recursos pesqueros en virtud de la política pesquera común

http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=DOUE-L-2012-82547

Productos pesqueros de terceros países. Importación y exportación: <http://www.magrama.gob.es/es/pesca/temas/control-e-inspeccion-pesquera/productos-pesqueros-terceros-paises/default.aspx>

III. Potencial del Mercado

1. Producción local, comercio exterior y consumo

Producción:

La flota pesquera española capturó durante el último ejercicio computado algo menos de 418.120 toneladas de productos pesqueros que se destinaron a su consumo congelado. Las principales especies desembarcadas son:

- Peces pelágicos: sardina, parrocha, atún, jurel, anchoa y caballa con el 52% del total.
- Peces de fondo: merluza, pescadilla y bacaladilla con el 26%.
- Moluscos, sobre todo, pulpo y calamar, y los crustáceos, en especial la gamba, con el 3%.
- En el segmento del marisco: gamba y langostino representan el 80% del total.

España es reconocida como una potencia pesquera a nivel mundial y primera dentro de la UE. Todos los parámetros de aproximación ofrecen cifras muy altas, configurándose como un sector clave en el panorama de la alimentación española. Las cifras de capturas, consumo, comercio exterior, mercado e industria, confirman la importancia de la actividad. El pescado es el tercer rubro en volumen en el conjunto de la alimentación española.

Comercio exterior:

La balanza comercial de España en el sector pesquero ha mostrado históricamente un desequilibrio a pesar de ser una potencia pesquera y un sólido exportador, responsable parte de este déficit es su consumo per cápita, uno de los mayores de Europa.

El pescado congelado aparece como la única partida significativa que presentó cifras positivas de comercio exterior dentro de los productos de la pesca y la acuicultura. Así, durante 2014 las exportaciones llegaron hasta las 483 mil toneladas, por un valor cercano a los 691 millones de euros, mientras que las importaciones se quedaron en 313 mil toneladas y 606 millones de euros. Esto hace que el saldo comercial en este caso fuese de 85 millones de euros y que la tasa de cobertura llegase al 114%.

Consumo:

Los productos de la pesca tienen una notable participación en el patrón alimentario de los hogares españoles. Tanto los datos de consumo como las estadísticas de gasto, otorgan al pescado cifras elevadas en el consumo alimentario. Durante el año 2014, los hogares españoles consumieron 1.184 millones de kilos de productos pesqueros y gastaron 8.943 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 26,4 kilos de consumo y 199,5 euros de gasto (ver cuadro).

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES 2014

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CAPITA	TOTAL	PER CAPITA
	(Millones Kilos)	(Kilos)	(Millones euros)	(Euros)
TOTAL PESCA	1.183,60	26,40	8.943,30	199,50
PESCADOS	663,10	14,80	4.602,80	102,70
PESCADOS FRESCOS	528,80	11,80	3.741,30	83,50
SARDINA Y BOQUERON	70,40	1,60	334,00	7,50
BOQUERONES FRESCOS	43,70	1,00	214,10	4,80
SARDINAS FRESCAS	25,40	0,60	114,00	2,50
PESCADOS CONGELADOS	134,30	3,00	861,50	19,20
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	196,00	4,40	1.805,40	40,30
SARDINAS	12,00	0,30	93,50	2,10

El consumo más notable corresponde al pescado fresco (11,8 kilos por persona y año), lo que representa un 44,7% del consumo total de productos de la pesca, seguido del marisco y molusco fresco (4,2 kilos per cápita y 15,9% del consumo total) y de las conservas de pescado y molusco (4,4 kilos per cápita y 16,5% de consumo). Los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan menor consumo, alcanzando los 3,1 kilos por persona al año (11,7% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 3,0 kilos per cápita y el 11,4% del consumo total.

En referencia al gasto, el pescado fresco concentra el 41,8%, con un total de 83,5 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 19,9% y un total de 40,3 euros por persona. Seguidamente por el marisco y molusco fresco, que alcanza el 14,6% del gasto total en productos de la pesca (29,1 euros por persona); y los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos, con un porcentaje del 13,8% y 27,5 euros por persona. Los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,6% y 19,2 euros por persona y año².

Dentro del total del pescado congelado, el primer epígrafe es la merluza y la pescadilla (33% de kilos). En lo que al recurso sardiana se refiere, el epígrafe “sardinas y boquerones” no tienen incidencia en el consumo de congelados, pero sí representan el 6% del total de kilos de pescado fresco, el 2º en importancia con el 13% de kilos consumidos en fresco en este mercado. Se destaca entre los pescados y mariscos en conserva la cuota de representación de la sardina con 12 millones de kilos consumidos o lo que es lo mismo un 6% del total de subsector, solo por detrás del atún (53% de la cuota de consumo), y los mejillones (choritos) con un 7%.

² Fuente: www.mercasa.es (Alimentación en España 2014)

2. Importaciones del producto últimos 3 años. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

En España el sector de productos transformados de la pesca (congelados, conservas, ahumados y salazones) está muy condicionado por la evolución de la pesca, que depende de cada temporada, de la situación de los recursos marinos y de las diversas normas restrictivas de la actividad pesquera. Esta realidad ha sido el motivo por el que algunas empresas, primero las congeladoras y luego las mayores conserveras, se hayan implantado en terceros países.

Chile en los años analizados no figura como proveedor del mercado español, al igual que tampoco se registran envíos de otros países latinoamericanos.

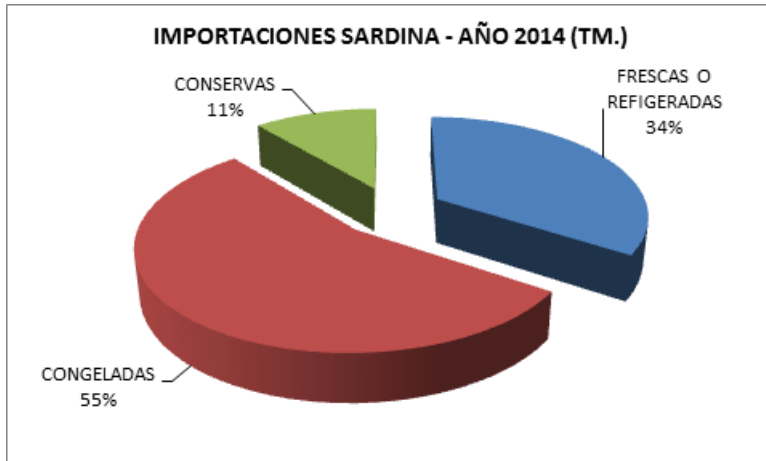
En 2014 la cuota de participación en el volumen de las importaciones españolas de los Países Bajos es del 40% y los tres primeros abastecedores suman más del 80%.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LA PARTIDA 0303.53.30.00 SARDINAS DEL GÉNERO SARDINOPS, SARDINELAS

País	2012			2013			2014		
	VOLUMEN	US\$	US\$/KG	VOLUMEN	US\$	US\$/KG	VOLUMEN	US\$	US\$/KG
Países Bajos	15.257.954	6.608.037	0,43	515.539	523.701	1,02	12.033.583	6.204.490	0,52
Marruecos	2.468.461	2.784.563	1,13	5.426.963	6.497.308	1,20	9.754.425	10.670.059	1,09
Croacia	2.422.455	2.885.676	1,19	2.827.943	3.407.676	1,21	2.843.642	3.250.790	1,14
Italia	1.552.669	1.548.020	1,00	1.921.206	2.020.270	1,05	2.513.112	2.437.918	0,97
Portugal	945.917	1.639.876	1,73	1.077.011	1.673.226	1,55	915.202	1.966.550	2,15
India	277.532	312.918	1,13	264.900	273.574	1,03	899.580	1.208.974	1,34
Túnez	833.361	698.816	0,84	966.326	861.955	0,89	479.130	422.276	0,88
Reino Unido	478.259	532.279	1,11	184.072	242.650	1,32	229.601	306.640	1,34
Francia	507.205	1.383.003	2,73	141.625	101.661	0,72	107.337	92.704	0,86
Grecia	33.076	24.978	0,76	66.778	69.903	1,05	81.961	80.808	0,99
Polonia							45.990	32.041	0,70
TOTAL	24.780.366	18.423.883	0,74	13.491.233	15.807.625	1,17	29.961.779	26.777.320	0,89

Fuente: www.datacomex.comercio.es

En el siguiente gráfico se aprecia como las importaciones de sardina congelada son las que mayor peso tienen sobre el total del recurso en sus distintos formatos de importación.



Fuente: [datacomex Ministerio de Economía](#)

Las importaciones totales de sardina realizadas por España durante el año 2014 alcanzaron las 54.782,44 toneladas, en primer lugar destaca la sardina congelada con un total de 29.961,78 toneladas, seguida por la fresca con un total de 18.727,72 toneladas y por último las conservas con 6.092,94 toneladas.

Finalmente, en el ANEXO N°3 se entrega un cuadro comparativo entre las diferentes especies de sardinas.

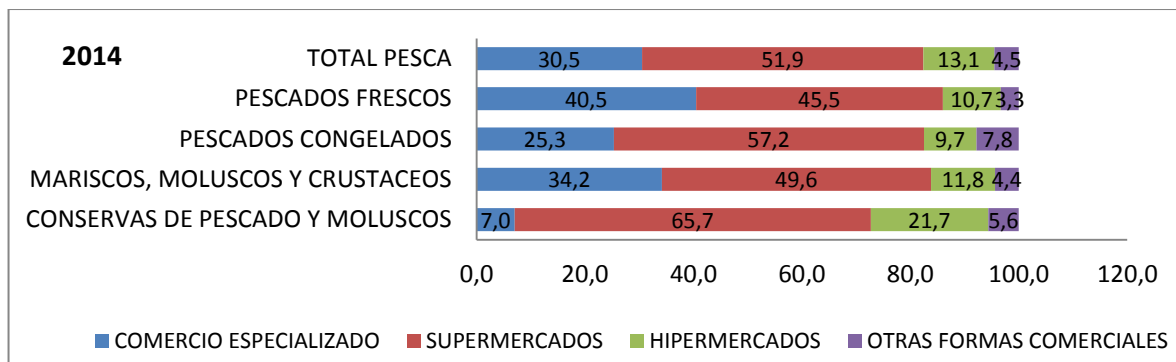
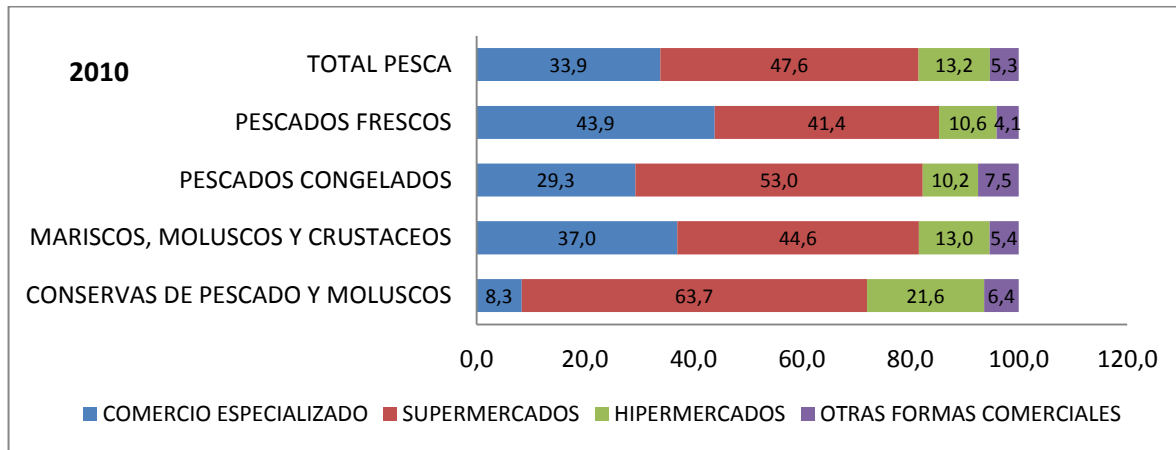
IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

En 2014 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pescados congelados en la gran distribución, que acapara una cuota del 67% variando lentamente en detrimento del formato hipermercado y en aumento del supermercado. El comercio especializado a su vez, sigue cediendo participación, concretamente 4 puntos de 2010 a 2014; presenta una cuota superior al 25%, relacionado este hecho con la existencia de un buen número de tiendas tradicionales fuertemente ligadas a marcas de congelados y con un buen número de éstas que han ido desapareciendo a raíz de la crisis económica. El resto de las otras formas comerciales, implica un 7,8% de la estructura de distribución de pescado congelado. En lo que respecta al suministro a los canales HORECA, éste está liderado por la distribución especializada.

En este caso de la sardina en conserva, la gran distribución tiene una cuota de mercado en torno al 80% en las compras realizadas por los hogares. Mientras que el suministro a los canales HORECA está liderado también por la distribución especializada.

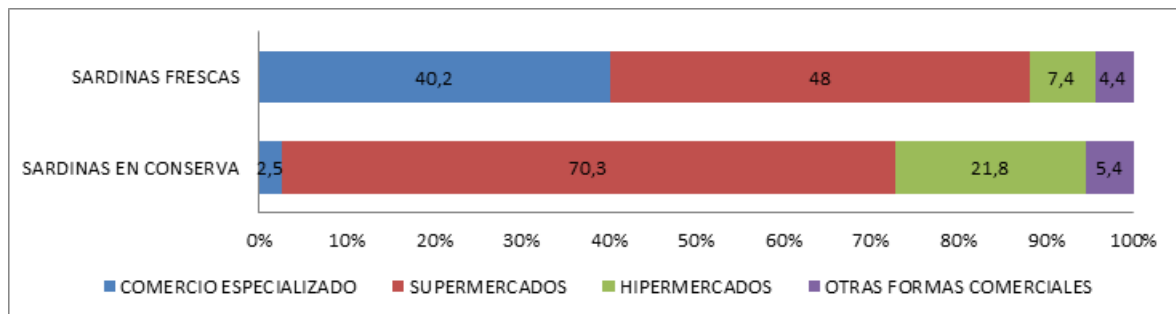
EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN DEL PESCADO 2010 – 2014 (%)



Fuente: MERCASA. Distribución y consumo de productos pesqueros. Vol. 3

La sardina congelada no se comercializa de forma masiva en el canal de distribución propio de los pescados congelados consumidos por los hogares, porque este recurso, en su inmensa mayoría, va destinado a la industria pesquera transformadora, concretamente para la fabricación de conserva y platos preparados. Es por eso que dentro de las cifras generales de la distribución de los pescados congelados no figure desglosada la sardina congelada. La sardina solo aparece en las otras dos familias de elaborados (fresca y en conserva) incluye cuadro en el que figuran las cuotas de mercado en la comercialización de la sardina fresca y en conserva.

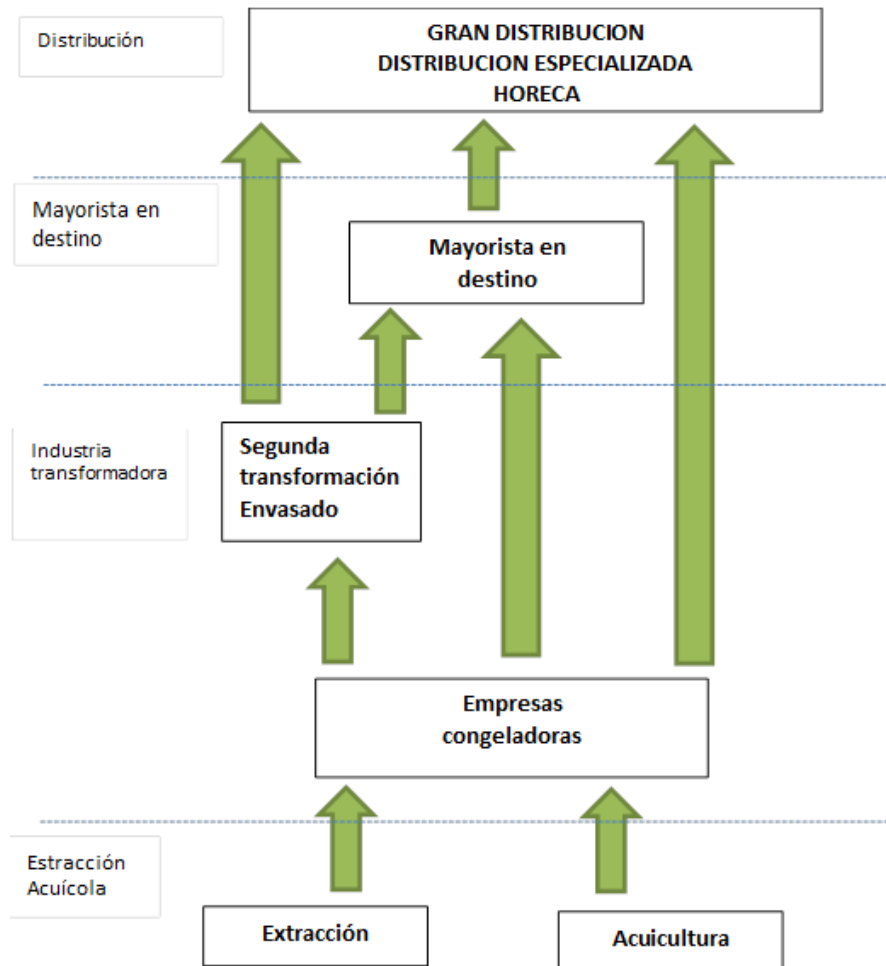
Cuota de mercado en la comercialización por tipo de pescados (%)



2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.

La extracción para congelado está obligatoriamente ligada a la primera transformación en los buques factoría, aunque su manipulación será posterior. Lo anterior, condiciona cada una de las cadenas de producción y distribución y determina los vínculos entre ellas.

ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA CONGELADOS



Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español.

Del cuadro anterior destacamos la fase comercial en la cadena a los mayoristas en destino de congelados, quienes juegan un papel fundamental en la distribución final y en la importación. En ocasiones este eslabón de la cadena cuenta con red de tiendas e incluso marca propia. Suelen estar situadas en la red de Mercas (ejemplo: Mercamadrid, Mercabarna). Otra característica es que algunos de ellos tienen un servicio directo a HORECA. Operan más de un 25% del mercado de congelado español y su rol en logística del producto es fundamental.

3. Posicionamiento del producto en el canal analizado.

En la cadena de congelados la integración vertical es total entre las fases de extracción y transformación, estando condicionada por las exigencias del sistema productivo.

Entre la primera transformación y el mercado mayorista (donde habitualmente llegaría el producto de origen Chile) existe una relación comercial abierta, dejando aparte el caso de las empresas totalmente verticalizadas. No obstante, es habitual que se firmen a medio plazo compromisos o protocolos de producción. Cuando las compañías tienen marcas propias, confían el envasado a la congeladora y otras veces asumen la labor del envasado. Es frecuente que estas empresas son las que almacenen el producto.

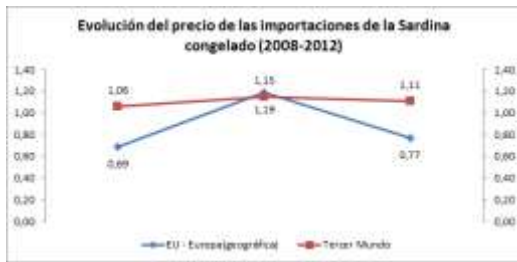
Entre el mayorista o primer transformador y el retail (distribución minorista) existe integración vertical en los casos de las tiendas especializadas.

En el supuesto de la cadena de conservas de pescados, cuando la conservera adquiere el producto congelado, suelen operar adquiriendo el producto en el mercado o a través de acuerdos de suministro a medio plazo.

Las tendencias de la cadena de distribución en el producto del estudio van orientadas a que el mayorista del producto en origen (Chile en este caso) cada vez entrega más funciones logísticas; a su vez se observa el afianzamiento del recurso congelado como suministro de la industria conservera y por último, las empresas congeladoras y las conserveras se introducen en el mercado de platos preparados cuyo componente principal es el pescado.

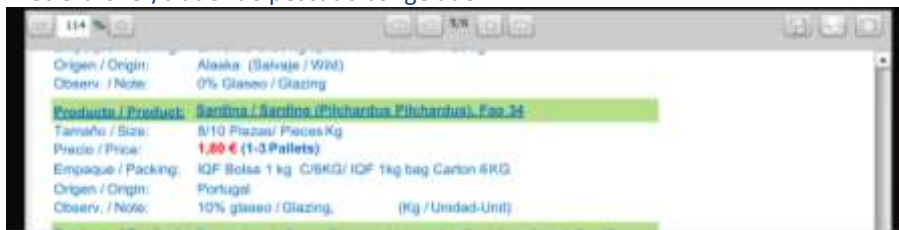
4. Estrategia comercial de precio

A continuación se entrega información de precios referenciales en diferentes eslabones de la cadena. La estrategia de competencia por precio o por nicho, dependerá del valor agregado que se defina entregar en el producto final, así como, de la calidad.



Fuente: Datacomex. Ministerio Economía

- Precio broker/trader de pescado congelado



Fuente: www.tapamar.es

- Precio mayorista de la sardina congelada

FAMILIA:
SARDINASCONGELADAS

Semana	Producto	Kg semana	Variedad	Kg semana	Precio máximo Euros/Kg	Precio mínimo Euros/Kg	Precio más frecuente Euros/Kg
Semana del 09/08/15 al 15/08/15	SARDINAS	6.550	SARDINAS	6.550	2,1	0,9	1,8
Semana del 26/07/15 al 01/08/15	SARDINAS	4.700	SARDINAS	4.700	2,1	0,9	1,8
Semana del 21/07/15 al 27/06/15	SARDINAS	7.165	SARDINAS	7.165	2,1	0,9	1,8

Fuente: www.mercamadrid.es

- Precio tienda especializada (retail)

Fuente: www.lasirena.es

- Precio de venta online

Fuente: <http://www.eismann.es/filetes-de-sardina.html>

5. Política comercial de proveedores

- Mercado Mayorista (MERCAMADRID): MERCAMADRID es un Polígono Alimentario cuya actividad como plataforma de distribución y logística está dirigida exclusivamente a profesionales y colectivos especializados en el sector de la alimentación. Únicamente pueden comprar las personas físicas o jurídicas cuya actividad empresarial se desarrolle en el comercio, distribución, elaboración y otros servicios relacionados con la alimentación, como son:

- Detallistas, asociaciones, cadenas o grupos de alimentación.
- Mayoristas de otros Mercados y exportadores.
- Empresas de restauración y hostelería.
- Instituciones o colectividades que ofrezcan servicios de restauración, incluyendo centros docentes y sanitarios.

Para proveer a los mayoristas que forman parte de MERCAMADRID se debe enviar el producto conforme a legislación, cumpliendo todos los requisitos de ingreso. Se considera fundamental, crear vínculos duraderos con el cliente que permita una mayor fidelización, apostando por la gestión de un producto de calidad y la mejora constante.

- Gran Superficie – EL CORTE INGLÉS

Para El Corte Inglés una buena elección de los proveedores es el punto de inicio para conseguir la satisfacción de los clientes. Por eso mantienen con ellos una relación de colaboración y confianza mutua que les permite alinearse con los gustos y las necesidades del cliente. Todos sus proveedores deben aceptar y asumir los principios de compromiso ético que incluyen el cumplimiento del Código de Conducta de BSCI (Business Social Compliance Initiative), asociación sin ánimo de lucro a la que pertenece El Corte Inglés. BSCI toma como referencia las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que vela por los derechos humanos y sindicales, la libertad de asociación, la no explotación infantil o trabajos forzados, etc. El Grupo sigue progresando en sus objetivos de verificación de condiciones sociales y laborales de sus proveedores en países terceros, a través de las auditorías sociales realizadas en el marco de BSCI. Estas auditorías, unidas a numerosas acciones formativas de los proveedores en países terceros, ayudan a que éstos conozcan mejor y asuman el cumplimiento de sus obligaciones sociales y laborales.

- Venta Online – TAPAMAR

Ofrecen productos para su importación desde orígenes como Argentina, Chile y Perú, garantizando la máxima seguridad y transparencia en las operaciones. Este espacio online va dirigido a todos los proveedores que quieran que ofrezcan sus productos de pescado congelado o derivados, como agentes comerciales externos a su organización, pero involucrándose en su sistema de trabajo.

Compran en distintos orígenes del mundo por contenedores o por palet si la mercancía está en stock en España. Para ello verifica que son productores, elaboradores, exportadores o importadores de productos del mar y, analizan si son compatibles con su política comercial, que no es otra que ofrecer sus productos con la máxima transparencia, creando o generando un buen ambiente comercial cliente – proveedor agilizando tanto las ventas como las compras.

No ofertan productos que ya estén inscritos en su web, salvo que el proveedor actual elimine la referencia de su catálogo o se quede sin suministro, en este caso tendrán en cuenta los productos en reserva que serán ofrecidos. Los productos que ofrecen en la web, se publican con el precio de venta, el que indican los proveedores y ellos lo actualizan, con esto demuestran su filosofía de máxima transparencia, aunque estos precios no tengan ningún valor contractual, tal como indican a los clientes y así lo reflejan en varios sitios de la web, no dejan de ser una referencia de mercado que en la mayoría de los casos es el precio de venta.

El valor principal de su empresa es conseguir proveedores serios que se comprometan con sus clientes y estos que pasen a ser parte de su cartera.

V. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

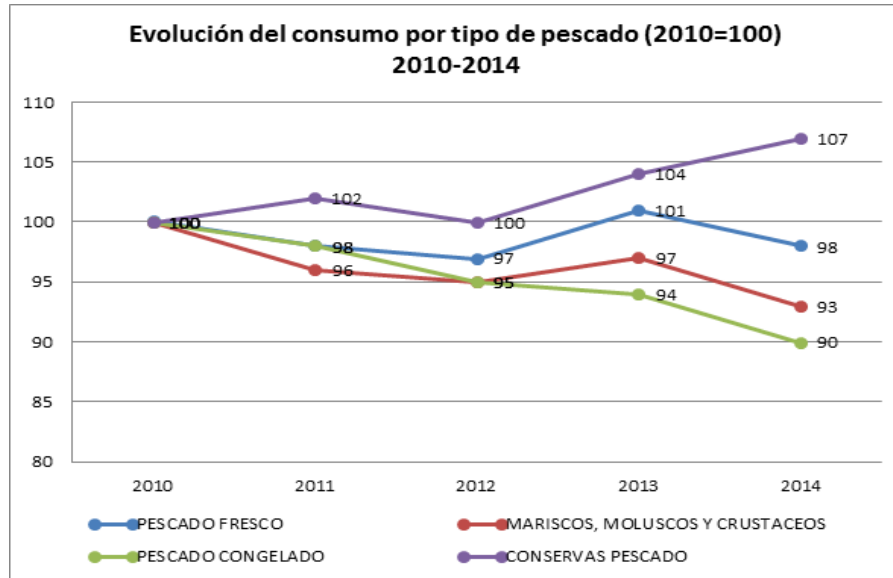
El consumo de productos pesqueros presenta distintos detalles conforme a las características y particularidades en la distribución de los hogares³:

- Los hogares de sectores socioeconómicos altos y medios-altos presentan un consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja es más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos pesqueros, mientras que los más bajos se reconocen en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es mayor.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es superior, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona menor de 35 años.
- Los hogares unipersonales muestran los consumos más elevados de estos alimentos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en centros urbanos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita, mientras que los menores consumos se dan en los municipios de entre 2.000 y 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos se observan entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.
- Por comunidades autónomas (regiones) País Vasco, Castilla y León, Asturias y Galicia tienen mayores consumos y por el contrario, la demanda más reducida se vincula a Murcia, Baleares y, sobre todo, Canarias.

Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca descendió casi 1 kilo por persona, pero aumentó el gasto en 9 euros per cápita. Durante el ciclo 2010-2014, el consumo y el gasto más alto se dio en 2013 (27,2 kilos y 202,9 euros por consumidor) frente a la demanda más reducida que se produjo en 2012 (26,4 kilos y 192,2 euros por consumidor).

Dada la diversidad de la familia de productos pesqueros, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2010-2014 ha sido desigual según tipo de producto (ver gráfico). Respecto a la demanda de 2010, el consumo de conservas de pescado aumenta, mientras que el pescado congelado y en mariscos, moluscos y crustáceos, desciende –el pescado fresco mantiene una cierta estabilidad–.

³ Fuente: Distribución y Consumo. Vol. 3. MERCASA



Fuente: MERCASA. Distribución y consumo. Vol. 3

La estructura de consumo y gasto por grupos de pescados entre 2010 y 2014 estableciendo, al mismo tiempo, la importancia relativa de cada partida concluye que:

- El pescado fresco gana peso tanto en consumo (0,6%) como en gasto (4%).
- El pescado congelado comprime su participación en consumo (casi 1%) y en gasto (1,2%).
- Mariscos y moluscos congelados reducen su peso en consumo y en gasto (medio punto en ambos casos).
- Mariscos y moluscos frescos comprimen su participación en consumo (0,7 puntos) y en gasto (1,1 puntos).
- Mariscos y moluscos cocidos se presentan estables en ambas variables.
- Y, por último, conservas de pescado y moluscos aumentan su representatividad tanto en consumo (1,6 %) como en gasto (2,3 %).

La evolución de la demanda de pescados congelados y conservas de pescado y moluscos durante el período 2010-2014 presentan un consumo y un gasto más elevado en conservas de pescado y moluscos (6,5% y 17,9%, respectivamente) mientras que se aprecia una tendencia opuesta en el consumo y en el gasto de pescados congelados (-9,9% y -7,0%, respectivamente). No figura la sardina congelada porque no tiene gran incidencia en el consumo del hogar, frente a la fresca o en conserva. Revisar ANEXO N°4 (Evolución de la demanda de pescado congelado y en conserva 2010-2014)

2. Influencias en decisiones de compra.

El comportamiento del comprador en el punto de venta y cómo la tienda influye en la compra de productos del mar congelados pasa por el tiempo en la sección, la compra reflexiva o directa, acompañantes en la compra y la influencia de éstos, uso de lista y anotación de la categoría, principales aspectos considerados en la compra de productos del mar, nivel de previsión de la compra, influencia de las promociones, surtido, y sobre todo el precio.

Se destacan algunas de las principales razones por las que el consumidor prefiere adquirir pescado congelado:

- mayor duración
- disponibilidad del producto en cualquier momento para una comida
- precio más económico
- garantía de su correcto valor nutricional.

- **Larga vida útil.** El pescado congelado se conserva meses en perfecto estado, lo cual permite realizar la compra de forma esporádica. Al mismo tiempo, tener pescado como "fondo de congelador" resuelve una situación imprevista.
- **Amplia gama de pescados.** Hoy se puede adquirir casi cualquier tipo de pescado congelado: merluza, emperador, rape, bacalao, mero, congrio, lenguado... Esta variedad permite preparar innumerables platos y hacer la alimentación más variada, además de ser una solución para elaborar una comida rápida.
- **Presentaciones para todos los gustos.** El hecho de que se presente con formas diferentes (filetes, ruedas, lomos, troncos, colas, varitas...) y pocas espinas, es un valor añadido de estos alimentos.
- **Buen precio.** Habitualmente el pescado congelado que se adquiere a granel es más económico que el fresco. Asimismo, carece de desperdicios, suele estar listo para cocinar sin tener que limpiarlo.
- **Alto valor nutricional.** La congelación mantiene el valor nutricional del pescado y evita el crecimiento y desarrollo de bacterias, siempre que no se rompa la cadena de frío. Pese a esta garantía, solo uno de cada cuatro consumidores adquiere el pescado congelado porque lo considera un producto sano y saludable. En otros casos, lo compran porque gusta o por las razones anteriores.⁴

VI. Benchmarking y Tendencias

1. Principales marcas en el mercado.

No existe diferenciación por marca del producto congelado.

2. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:

No se han detectado campañas de promoción específicas para la sardina congelada, ni privadas, ni públicas. Sin embargo, sí existen campañas genéricas que persiguen incentivar y orientar en el consumo de los productos de la pesca y de la acuicultura a la población española. Esta actividad promocional está a cargo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, desarrollando acciones encaminadas a promocionar el consumo de productos pesqueros, orientar el mercado de estos productos en cuanto a cantidades, precios y calidades, y asistir en sus necesidades técnicas o financieras a asociaciones, cooperativas y empresas del sector.

Dentro de la actividad promocional desarrollada, se destacan las siguientes campañas:

➤ [Spot publicitario "Que bien sienta el Pescado Congelado"](#)



⁴ Fuente:

http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/alimentos_a_debate/2004/11/09/111532.php#sthash.BGAd00AZ.dpuf

<p>➤ Hoy Pescado</p>	
<p>➤ TALLAS MINIMAS</p>	
<p>➤ OMEGA 3</p>	
<p>➤ Pescado congelado: la mar de ventajas. Ministerio 2013 - 2014</p>	
<p>➤ VALORA TU PESCADO</p>	

VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Consultadas empresas del sector, productoras, exportadoras e importadoras, se puede concluir lo siguiente:

1.- Importador de productos del mar. Trabajan con productos del mar Chile.

No han importado a la fecha con la sardina de Chile, pero la reconocen por su calidad. En estos momentos, trabajan con Reino Unido, Grecia y Turquía que son proveedores tradicionales de este producto en concreto. No se han planteado aún buscar exportadores en Chile.

Chile sin duda tiene buenos productos pesqueros que se ajustan a las necesidades del mercado local.

2.- Productor / exportador español.

No conocen el producto de Chile, solo trabajan con producto nacional ya que según informan es el producto más valorado y demandado en este mercado, llegando a exportar incluso a la zona FAO 27 Y SUBZONA IXa.

Creen que el producto chileno puede tener potencial en España, dependiendo del precio y la calidad.

3.- Asociación de Mayoristas

No hay importadores de sardinas chilenas en su asociación, trabajan de 10/12 piezas de Marruecos y pequeña (sardinilla) de Croacia.

Las pesquerías están siendo muy cambiantes, el producto es principalmente demandado para fábricas de conserva y en bolsas IQF para los supermercados.

Según la información que manejan del producto de Chile, es que es un sector pequeño, mal manipulado y no tiene mucha fama.

VIII. Fuentes de información (*Links*)

MERCASA

Paseo de La Habana, 180

28036 Madrid

www.mercasa.es

Boletín Oficial del Estado

Av. de Manoteras, 54

28050 Madrid

www.boe.es

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Paseo de la Infanta Isabel, 1

28014 Madrid

www.magrama.gob.es

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Paseo del Prado, 18

28014 Madrid

www.aesan.msps.es

Ministerio de Economía y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio, Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica de Comercio Exterior

Paseo de la Castellana, 162, 28046 Madrid

www.comercio.gob.es

Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de la Pesca y Acuicultura

Avda. Beiramar, 29

36202 Vigo (Pontevedra)

www.conxemar.com

Internacional de Productos del Mar Congelados (CONXEMAR),

IFEVI - Avenida do Aeroporto, 772

36318 Vigo (Pontevedra)

www.conxemar.com

Mercamadrid

Avda. de Madrid s/n

28053 – Madrid

www.mercamadrid.es

IX. Anexos

ANEXO N°1: NORMATIVA ETIQUETADO

a) Glaseado: si el producto presenta glaseado superior al 5% (agua que se utiliza para recubrir los productos congelados a fin de preservarlos de la oxidación y la deshidratación) debe ser indicado en el etiquetado del mismo (Orden PRE/3360/2004, 14/10/2004). Por lo tanto, los congelados que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final deberán indicar:

- el precio por kilogramo de peso neto
- el precio por kilogramo de peso neto escurrido
- el porcentaje de glaseado

b) Productos de la pesca, la acuicultura y el marisqueo congelados y ultracongelados envasados: la etiqueta en tamaño adecuado (se establecen unas dimensiones mínimas para la etiqueta (9,50 centímetros de longitud y 4 centímetros de altura)), debe contener las siguientes menciones obligatorias en un lugar bien visible del envase o embalaje, en caracteres legibles e indelebles, y serán:

- Denominación comercial y científica
- Método de producción (pesca extractiva o pescado, pescado en aguas dulces o criado en acuicultura o marisqueo)
- Zona de captura o cría

Por otra parte, y según lo dispuesto en RD 1380/2002, en alimentos envasados destinados al consumidor final, deberán ser indicadas, además, las siguientes menciones relativas al etiquetado del producto:

- Peso neto
- Peso escurrido (si existe glaseo)
- Marca de identificación
- Identificación de la empresa
- Lista de ingredientes
- Fecha de duración mínima
- Condiciones de conservación
- Lote
- Origen del producto
- Presentación de la información (denominación de venta, cantidades nominales y marcado de fechas)
- Altura mínima de cifras de cantidad nominal

Los productos de la pesca, la acuicultura y el marisqueo congelados y ultracongelados presentados al consumidor final sin envasar: según detalla el punto 3 del artículo 3° del Real Decreto 1380/2002, y será expuesta en una tablilla o cartel sobre el producto o próximo a él, y habrá de incluir las siguientes especificaciones:

- Denominación comercial de la especie
- Método de producción
- Zona de captura o cría
- Forma de presentación: entero, filetes y otros
- Denominación: " Producto congelado"
- Precio por Kg de peso neto

- Precio por Kg de peso neto escurrido
- Porcentaje de glaseado (si es >5%)

Listado de Denominaciones Comerciales 2007: Resolución de 27 de febrero de 2007, de la Secretaría General de Pesca Marítima, por la que se publica el listado de denominaciones comerciales de especies pesqueras y de acuicultura admitidas en España. <https://www.boe.es/boe/dias/2007/03/22/pdfs/A12521-12566.pdf>

Real Decreto 1380/2002: Real Decreto 1380/2002 de 20 de diciembre de identificación de productos de la pesca, de la acuicultura y del marisqueo congelados y ultracongelados.

<http://www.boe.es/boe/dias/2003/01/03/pdfs/A00183-00185.pdf>

ANEXO Nº 2: TRAZABILIDAD

Dentro de la normativa existente en materia de trazabilidad encontramos disposiciones de carácter horizontal, que afectan a todos los productos alimenticios y, en su caso, a los piensos, así como otras de carácter vertical, que marcan normas para grupos específicos de productos.

Entre las normas de carácter horizontal, cabe destacar el Reglamento No 178/2002, y en concreto su artículo 18, a través del cual el Consejo y el Parlamento Europeo sientan las bases para la puesta en marcha de métodos de trazabilidad por parte de todos los operadores de la cadena alimentaria. Aunque esta disposición entró en vigor en febrero de 2002, dicho artículo es aplicable a partir del 1 de enero de 2005.

Aparte de esta disposición general, algunas de las disposiciones de carácter vertical que contemplan obligaciones relativas a la trazabilidad, aplicada con distintas finalidades, afectan a los siguientes productos:

- carne de vacuno
- leche y los productos lácteos
- pesca y los productos de la pesca
- huevos
- organismos modificados genéticamente.

Para la puesta en marcha de los procedimientos de trazabilidad, han de ser tenidas en cuenta además las normativas horizontales y verticales que exigen la instauración de sistemas de autocontrol, así como la necesidad de que los productos vayan siempre acompañados por la pertinente documentación.

Ambas exigencias suponen la identificación de los productos que se manejan dentro de cada empresa, lo que facilita el desarrollo del sistema de trazabilidad.

<http://www.aesan.msps.es>

Reglamento (CE) no 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 28 de enero de 2002 por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria (D.O.C.E: no L31 de 1.2.2002).

El artículo 18 de la citada disposición establece por primera vez, con carácter horizontal, para todas las empresas alimentarias y de piensos que forman parte de la cadena alimentaria la obligación de poner en marcha, aplicar y mantener un sistema de trazabilidad. Dicho artículo es aplicable desde el 1 de enero de 2005.

Artículo 18. Trazabilidad (ver en punto IX ANEXOS)

Organismos certificadores

Las distintas administraciones locales vinculadas al proceso de importación son:

Control de calidad:

Ministerio de Economía y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio, Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica de Comercio Exterior

Paseo de la Castellana, 162. 28071 Madrid

Tel: 913 493 754

Web: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/control-calidad-asistencia-tecnica-exportador/Paginas/inspeccion-de-calidad-comercial.aspx>

Control sanitario:

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Dirección General de Salud Pública, Calidad e Innovación, Subdirección General de Sanidad Exterior - SGSE

Paseo del Prado, 18-20. 28014 Madrid

Tel: 901 400 100

E-mail: saniext@msc.es

Web: <http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/home.htm>

Control sobre pesca ilegal:

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Dirección General de Recursos Pesqueros y Acuicultura, Subdirección General de Caladero Nacional, Aguas Comunitarias y Acuicultura.

C/Velázquez, 144. 28071 Madrid

Tel: 913 476 035/ 6036

E-mail: indrn_pes@marm.es

Web: <http://www.magrama.es/es/pesca/temas/default.aspx>

Artículo 18. Trazabilidad

1. En todas las etapas de la producción, la transformación y la distribución deberá asegurarse la trazabilidad de los alimentos, los piensos, los animales destinados a la producción de alimentos y de cualquier otra sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o un pienso, o con probabilidad de serlo.
2. Los operadores económicos de empresas alimentarias y de empresas de piensos deberán poder identificar a cualquier persona que les haya suministrado un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos, o cualquier sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o un pienso, o con probabilidad de serlo. Para tal fin, dichos operadores económicos pondrán en práctica sistemas y procedimientos que permitan poner esta información a disposición de las autoridades competentes si éstas así lo solicitan.
3. Los operadores económicos de empresas alimentarias y de empresas de piensos deberán poner en práctica sistemas y procedimientos para identificar a las empresas a las que hayan suministrado sus productos. Pondrán esta información a disposición de las autoridades competentes si éstas así lo solicitan.
4. Los alimentos o los piensos comercializados o con probabilidad de comercializarse en la Comunidad deberán estar adecuadamente etiquetados o identificados para facilitar su trazabilidad mediante documentación o información pertinentes, de acuerdo con los requisitos pertinentes de disposiciones más específicas.
5. Podrán adoptarse disposiciones para la aplicación de lo dispuesto en el presente artículo en relación con sectores específicos de acuerdo con el procedimiento contemplado en el apartado 2 del artículo 58.”
Los sistemas que se desarrollen, consecuencia de lo establecido en dicho artículo, deberán cumplir los mismos objetivos del Reglamento 178/2002, del que forman parte:

- Lograr un nivel elevado de protección de la vida y la salud de las personas,
- Proteger los intereses de los consumidores, incluidas unas prácticas justas en el comercio de alimentos

Evitar:

- las prácticas fraudulentas o engañosas;
- la adulteración de alimentos, y
- cualquier otra práctica que pueda inducir a engaño al consumidor.

B. LEGISLACIÓN VERTICAL O SECTORIAL SOBRE IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS, CON FINES DIVERSOS

Existe una serie de disposiciones que establece normas específicas de identificación de los productos alimenticios (en algunas de las cuales la finalidad no es proteger la seguridad alimentaria), entre las que cabe destacar:

Pescado y productos de la pesca:

Real Decreto 1380/2002, de 20 de diciembre, de identificación de los productos de la pesca, de la acuicultura y del marisqueo congelados y ultracongelados (BOE 3.01.2003).

Desarrolla algunas disposiciones del Reglamento (CE) no 104/2000 del Consejo, de 17 de diciembre de 2000 por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los de productos de la pesca y la Ley 3/2001, de 25 de marzo, de Pesca marítima.

Esta disposición regula la información contenida en el etiquetado de estos productos con información precisa de la especie y de su origen, no sólo en cuanto a zona de captura, sino también en cuanto al método de producción, la captura o el cultivo marino, así como de sus características esenciales.

Toda la información obligatoria, ha de acompañar al producto en las diversas fases de comercialización, desde la primera exposición a la venta hasta el consumidor final, incluyendo el transporte y la distribución.

Real Decreto 121/2004, de 23 de enero, sobre la identificación de los productos de la pesca, de la acuicultura y del marisqueo, vivos, frescos, refrigerados o cocidos (BOE 5.02.2004).

Desarrolla las disposiciones del Reglamento (CE) no 104/2000 del Consejo, de 17 de diciembre de 2000 por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los de productos de la pesca y la acuicultura, así como el Reglamento (CE) no 2065/2001 de la Comisión, de 22 de octubre que desarrolla el anterior citando una norma de carácter prioritario para que el consumidor posea una adecuada información sobre el producto que va a consumir.

Las exigencias en etiquetado son similares a las expuestas anteriormente.

Disposición adicional primera. Trazabilidad del producto, establece que:

1. A los efectos de poder conocer la trazabilidad de un producto, la información exigida en lo relativo a la denominación comercial y científica, al método de producción ya a la zona de captura deberán estar disponibles en cada fase mediante el etiquetado o envasado del producto o por cualquier otro documento comercial adjunto a la mercancía, incluida la factura, sin perjuicio de presentar las informaciones obligatorias del etiquetado.
2. En el caso de que el producto envasado se destine a la venta directa al consumidor, toda la información obligatoria deberá facilitarse a través del etiquetado.

Reglamento (CE) 2406/1996 del Consejo de 26 de noviembre de 1996, por el que se establecen normas comunes de comercialización para determinados productos pesqueros (D.O.C.E: no L 334 de 23.126.1996).

Las normas comunes de comercialización para los productos de la pesca tienen por objeto mejorar la calidad de los productos y la calidad en gran medida se determina por el grado de frescura (que se fijará para cada lote homogéneo puesto a la primera venta).

También definen para estos productos una serie de características comerciales armonizadas mediante la clasificación en función del peso o talla de los productos (al igual que para las categorías de frescura, cada lote deberá ser homogéneo en lo que se refiere al calibre de los productos).

Estas normas comunes de comercialización se aplican durante la primera venta de los productos pesqueros.

ANEXO Nº 3: CUADRO COMPARATIVO ESPECIES DE SARDINAS

TIPO DE SARDINA	SARDINA EUROPEA	SARDINA ESPAÑOLA	SARDINA AUSTRAL
NOMBRE CIENTIFICO	Sardina pilchardus	Sardinops sagax	Sprattus fuegensis
PAIS	España	Chile	Chile
FORMA	Pequeño tamaño y forma alargada, con cuerpo esbelto, comprimido y de escamas delicadas. De cabeza puntiaguda, sin escamas con mandíbulas igualadas, la superior posee dientes pequeños o nulos con maxilares que no sobrepasan la parte media del ojo.	Cuerpo esbelto, con escamas delicadas; Espinas dorsales (total): 0 - 0; Radios blandos dorsales (total): 13 - 21; Espinas anales 0.	Cuerpo fusiforme, comprimido, la altura comprendida unas cuatro veces y media en el largo total. Cabeza relativamente pequeña, ojos de tamaño moderado. Boca terminal, protráctil, el extremo posterior llega, estando cerrada a la altura de la mitad del ojo.
COLOR	Coloración externa en el dorso es verde-azulado, mientras que los laterales y la región ventral tienen un tono plateado brillante	La parte superior del cuerpo es de color verde azulado, los costados y el abdomen plateados y la aleta dorsal y la cola son de color gris oscuro	Es de color gris en el dorso, aclarándose en los flanco y blanco en el vientre; las aletas son transparentes
TALLA BIOLÓGICA MEDIA	Talla comprendida entre los 17 y 18 centímetros que alcanzan a los 2 a los 3 años en las especies de importancia pesquera. Son raras las capturas de la sardina de más de 20 cm de longitud y de 3 años de edad, cuando pueden llegar a alcanzar hasta 25 cm.	A diferencia de la anchoveta, es un pez de mayor tamaño y de vida más larga, con una longevidad de 10 a 12 años y una talla de primera madurez sexual equivalente a 26 cm.	Se reproduce en primavera y principios de verano. Los huevos son esféricos, sin gota oleosa y de hábito pelágico, con un diámetro de 1,030 a 1,017 mm
LONGITUD	Miden en torno a los 25 cm.	Miden de 20 a 26 cm	Miden entorno a los 20,5 cm
ALIMENTACION	Se alimentan de plancton, pequeños peces, crustáceos y huevos de otras especies.	La sardina es planctófaga y obtiene su alimento filtrando el agua	Se alimenta con copépodos, eufausidos, misidáceos, anfípodos pelágicos, quetognatos, huevos y larvas de peces
ESPECIES SUSTITUTIVAS	Clupeidos parecidos que pueden llegar a sustituir a S.pilchardus, como son la Alacha (Sardinella aurita) o en los países bálticos, el Espadín (Sprattus sprattus). En Canarias existe también la especie Sardinella maderensis, cuya denominación comercial es Machuelo y que, a veces, sustituye a la sardina. A nivel mundial hay unas 20 especies diferentes que en su conjunto pueden ser consideradas como "tipo sardina"	Mojarrilla, sardineta o la julilla	Saraquita Majarrita y Sardina Común
DIFERENCIAS CON OTRAS ESPECIES SIMILARES	* El color de la zona dorsal es más oscuro * Las escamas son más fácilmente extraíbles * Ausencia de estrías finas en la zona fronto-parietal.	El color de la cola gris oscuro	* Se distingue externamente de la saraquita o majarrita, porque ésta tiene el cuerpo más alto y por la coloración, la saraquita es plateada en el cuerpo, aletas dorsales y caudal con bordes amarillos * De la sardina común se distingue porque esta especie tiene branquias mucho más numerosas

Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

ANEXO Nº4: EVOLUCION DEMANDA

Evolución de la demanda de pescado congelado y en conserva durante el periodo 2010-2014 (%)

Trimestre	CONSUMO 2010-2014	GASTO 2010- 2014
Pescado Congelados	-9,9	-7,0
Merluza/Pescadilla Congelada	-1,1	5,5
Lenguado Congelado	-51,0	-45,9
Bacalao Congelado	9,4	8,8
Salmon Congelado	-1,3	18,1
Otros Pescados Congelados	-15,3	-16,5
Marisco/Moluscos Congelados	-8,9	0,4
Almejas Congeladas	32,2	23,8
Mejillón Congelado	-10,4	-10,0
Calamares Congelados	15,7	30,0
Gambas Y Langostinos Congelados	-14,0	-0,6
Otros Mariscos Congelados	-12,2	-0,8
Conservas Pescado Y Molusco	6,5	17,9
Sardinas	3,3	12,2
Atún	5,9	29,4
Chicharro/Caballa	21,6	24,2
Mejillones	10,4	18,0
Berberechos	1,4	2,3
Almejas Congeladas	-51,6	-38,6
Calamares Congelados	13,8	47,8
Pulpo	-48,1	-36,7
Anchoas	-4,4	-1,0
Salmon Ahumado	7,6	21,8

Trucha Ahumada	22,3	20,8
Otros Ahumados	36,9	39,7
Otras Conservas Pescado	10,4	7,3
Pescado Salado	-10,3	7,8

Fuente: MERCASA. Distribución y consumo. Vol. 3

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.