

# PMP

## Estudio de Mercado de Salmón Congelado en España

Mayo 2017

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



# I. Tabla De Contenido

<b>II. Resumen Ejecutivo</b> .....	<b>4</b>
1. Códigos arancelarios de Chile (SACH) y código local país destino, España. ....	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. ....	5
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. ....	6
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial. ....	6
5. Análisis FODA .....	7
<b>III. Acceso al Mercado</b> .....	<b>10</b>
1. Código y glosa SACH .....	10
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino. ....	11
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. ....	11
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias. ....	11
5. Regulaciones y normativas de importación .....	12
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país. ....	14
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales. ....	16
<b>IV. Potencial Del Mercado</b> .....	<b>18</b>
1. Producción local y consumo .....	18
2. Importaciones del producto en los últimos tres años por país.....	20
<b>V. Canales de Distribución y Actores del Mercado</b> .....	<b>22</b>
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	22
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. ....	24
3. Posicionamiento del producto en canal analizado.....	26
4. Regulación y evolución de precios.....	26
5. Política comercial de proveedores.....	32
<b>VI. Consumidor / Comprador</b> .....	<b>34</b>
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....	34
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.) .....	36
<b>VII. Benchmarking (Competidores)</b> .....	<b>37</b>
1. Principales competidores .....	37
2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado .....	37
3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales .....	39
<b>VIII. Opiniones de Actores Relevantes en el Mercado.</b> .....	<b>44</b>
<b>IX. Fuentes de información relevantes</b> .....	<b>45</b>
<b>X. Anexos</b> .....	<b>48</b>

*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.*

## II. Resumen Ejecutivo

### 1. Códigos arancelarios de Chile (SACH) y código local país destino, España.

Código SACH	Descripción	Código TARIC (local)	Descripción
0303	Pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.	0303	Pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.
0303.2210 0303.2230	-- Salmones del Atlántico (Salmo salar) y salmones del Danubio (Hucho hucho) --- Enteros --- Medallones	0303.13.0010	Salmones del Atlántico (Salmo salar).
03.04	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados	03.04	Filetes Y Demas Carne De Pescado,(Incluso Picada), Frescos, Refrigerados O Congelados:
0304.2942	Salmones del Atlántico y salmones del Danubio	0304.41.00.10	De salmones del Atlántico
0304.9900	-Los demás: --Los Demás: ---Salmones del Pacífico (Oncorhynchus nerka, Oncorhynchus gorbuscha, Oncorhynchus keta, Oncorhynchus tshawytscha, Oncorhynchus kisutch, Orcorhynchus masou y Orcorhynchus rhodurus), salmones del Atlántico (Salmo salar) y salmones del Danubio (Hucho hucho):	0304.81.00.10 0304.81.00.90	Filetes Congelados de los demás pescados: De salmones del Atlántico (Salmo salar). Los demás.
0304.9943	Trozos de salmones del Atlántico (Salmo salar) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congelados	0304.99.21.13	Los demás pescados de agua dulce: De salmones del Atlántico (Salmo salar).
0304.9944	Las demás carnes de salmones del Atlántico (Salmo salar) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congeladas		

## 2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

El consumo de productos del mar en la dieta de los españoles tiene una importancia destacable, por su consolidada tradición y por el gasto que supone en la canasta de compra de los españoles. España, junto a Japón, registra uno de los consumos más altos a nivel mundial de productos del mar, hecho que se mantiene con el paso de los años pese a que la crisis supuso una disminución en la compra de este grupo de alimentos. Los hogares españoles encabezan la media europea en consumo de pescado con 1.156 millones de kilos de productos pesqueros, gastando en 2015 un total de 8.969 millones de euros<sup>1</sup>. En términos per cápita, en 2015 cada persona en España consumió 25,9 kilos de productos del mar y gasto 201 euros en su compra.

En 2015 el mayor consumo de productos del mar fue la categoría Pescado Fresco con un 45,2% del consumo total (11,7 kilos por persona al año). Los Pescados Congelados representaron el 10,8% del consumo total (2,8 kilos per cápita) que equivale en gasto a 19 euros por persona al año (9,8% del total en productos del mar).

El *Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente*<sup>2</sup> del Gobierno de España y la encuesta de Presupuestos Familiares del *Instituto Nacional de Estadística (INE)*<sup>3</sup> publicaron que las especies de pescados más consumidas por los españoles son: merluza, pescadilla, sardinas, boquerones y salmón entre los pescados frescos y congelados; y el atún entre las conservas de pescado.

### Ranking de consumo de pescado en España



Fuente: <http://www.centreinteractiudelpaix.org/el-mundo-del-pescado/el-pescado-que-mas-se-consume>

<sup>1</sup> [http://www.mercasa.es/files/multimedios/1437669993\\_Distribucion\\_y\\_consumo\\_de\\_productos\\_pesqueros.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1437669993_Distribucion_y_consumo_de_productos_pesqueros.pdf)  
Datos correspondientes a 2015 (últimos publicados)

<sup>2</sup> <http://www.mapama.gob.es/es/>

<sup>3</sup> <http://www.ine.es>

Chile es uno de los principales proveedores para España de productos del mar congelado. 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, que permite que los productos ofrecidos por las empresas chilenas sean una opción reconocida y valorada para un mercado de alta exigencia, como el español.

Chile es el segundo productor de salmón a nivel mundial y siendo éste su principal producto exportado del sector, seguido por la merluza y el pez espada<sup>4</sup>.

En España las importaciones de salmón congelado proceden principalmente de Chile, siendo Noruega el segundo proveedor (según el total de toneladas importadas por este mercado).

Cabe destacar que en el año 2016 el 76% del Salmón del Atlántico importado por España procedía de Chile y alcanzó las 2.322 tons., por un valor total de 9,8 millones de dólares.

### **3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.**

A pesar de que el Salmón es consumido en este mercado, la ausencia de promociones y una limitada identificación del producto, hace que el público en general no relacione el producto con Chile. El Salmón de Noruega y Canadá, son reconocidos en este mercado, ya que ellos realizan campañas de promoción más atractivas.

Se sugiere generar instancias, en las que participen las empresas del sector, para el desarrollo de un trabajo asociativo de promoción en los mercados objetivos. Ejemplo de ello es la marca sectorial “merluza austral”, que implementa un plan de acción de promoción coordinado entre los productores/exportadores, ProChile y con la oficina comercial de ProChile en España.

No dejar de estar presentes en la FERIA CONXEMAR, Vigo, España; principal hito de la industria de productos del mar congelados en dicho mercado y que cada vez congrega a un mayor número de actores internacionales. Este certamen es un punto de encuentro de referencia para la totalidad del sector transformador, distribuidor, importador y exportador de productos del mar congelados.

### **4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.**

Aunque Chile ya cuenta con una muy buena imagen como proveedor de productos del mar en el mercado español, no se debe dejar la realidad de lado, pues otros países productores exportadores se van posicionando con estrategias de precios muy agresivas y, como sucede en la inmensa mayoría de los mercados, el precio es determinante en la decisión de compra. Las empresas deben promocionar los productos pesqueros para afianzar el sector, diferenciarnos en servicio, calidad y oportunidad de entrega, y la mejor estrategia para ello es, sin lugar a dudas, es participar en ferias sectoriales o especializadas, a fin de conocer in situ la competencia, comprender las nuevas tendencias de comercialización y desarrollo

---

<sup>4</sup> <http://www.fao.org>

de productos e incrementar los contactos comerciales. En España, la Feria Internacional de Productos del Mar Congelados CONXEMAR, en la ciudad de Vigo, Galicia; que se realiza anualmente en el mes de octubre, es la más importante en España y la segunda a nivel europeo. También recomendamos la Feria Alimentaria de Barcelona que tiene un importante salón temático de productos del mar. Su próxima edición será en Marzo 2018.

En el caso de que el exportador chileno cuente ya con clientes en España, proponemos, a su vez, realizar visitas al mercado o participar de misiones comerciales. Siempre teniendo en cuenta la estructura de este mercado, donde existe una marcada concentración del canal mayorista (como cliente objetivo) en la Red de Mercados Mayoristas distribuidos en 18 mercados provinciales. En estas estructuras desarrollan su actividad unas 3.500 empresas, de las que en torno a 2.000 son mayoristas instalados en los Mercados de Frutas y Hortalizas, Pescados, Flores y Carnes, y el resto empresas dedicadas a actividades complementarias de mercados, de distribución logística o de atención a los usuarios de las Mercas. Es decir, el objetivo no se concentra solamente en Madrid y Barcelona como principales núcleos poblacionales, sino que hay oportunidades en la mayoría de las regiones y provincias de España.

## 5. Análisis FODA

Estrategias de ingreso al mercado	Factores Internos	
	Fortalezas del producto chileno	Debilidades del producto chileno
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptación del producto a las tendencias/necesidades del mercado a través de innovación en envases y certificaciones.</li> <li>-Aunar esfuerzos públicos y privados para generar mayor promoción y aumentar los volúmenes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La estabilidad económica chilena aumenta su confianza internacional a la hora de hacer negocios.</li> <li>-La imagen positiva de Chile en Europa como proveedor de alimentos.</li> <li>-Los importadores españoles consideran que los proveedores chilenos son confiables.</li> <li>-Acuerdo Chile-UE: 0% arancel frente a 2% de Terceros Países.</li> <li>-Empresas chilenas integrantes de la cadena de producción están comprometidas con la responsabilidad empresarial.</li> <li>-Experiencia consolidada en la logística de productos congelados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El salmón chileno es poco conocido en España.</li> <li>-Noticias negativas en diarios y prensa españoles sobre la situación de los cultivos de salmón en Chile.</li> <li>-La distancia entre ambos mercados dificulta la agilidad de entrega y encarece el producto.</li> <li>-Falta de innovación en el packaging y envase.</li> </ul>

<b>Factores Externos</b>	<p><b>Oportunidades de la industria española</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Buena imagen nutricional de los productos del mar.</li> <li>-El consumidor demanda cada vez mayor cantidad de productos del mar congelados.</li> <li>-Consumidor dispuesto a probar nuevos productos.</li> </ul>	<p><b>Cómo usar las fortalezas del producto chileno para aprovechar las oportunidades del mercado español</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Utilizar la imagen positiva de Chile en Europa como proveedor de alimentos junto con el interés del consumidor español de probar nuevos productos.</li> <li>-Certificar para diferenciarse de sus competidores (orgánicos y consumo responsable).</li> </ul>	<p><b>Cómo resolver las debilidades del producto chileno que limitan el aprovechamiento de las oportunidades del mercado español</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Participación de empresas chilenas del sector en ferias sectoriales europeas, para dar a conocer la oferta exportable de Chile.</li> <li>-Potenciar la promoción internacional del rubro pesquero bajo una “marca país”, buscando difundir el valor del origen.</li> <li>-Obtener certificaciones tanto de producto como de envase<sup>5</sup>.</li> </ul>
	<p><b>Amenazas de la industria española</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La distancia encarece los costos de exportación.</li> <li>-Noruega, país competidor, cuenta con mayor presupuesto para promocionar en Europa su salmón.</li> </ul>	<p><b>Cómo usar las fortalezas del producto chileno para reducir el impacto de las amenazas del mercado español</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar la imagen positiva de Chile en Europa como proveedor de alimentos para que la distancia no sea un impedimento para la exportación de salmón congelado.</li> <li>-Desarrollar una promoción de las características y calidad del producto chileno, diferenciándolo del de otros países.</li> </ul>	<p><b>Cómo minimizar las debilidades del producto chileno que pueden hacer las amenazas del mercado español una realidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se debe buscar la forma de bajar los costos de transporte.</li> <li>-Los esfuerzos de privados se deben unir a los públicos de manera de generar sinergias y mayores presupuestos en las actividades promocionales, para así tener mayor cantidad de marcas y volumen en el mercado.</li> <li>-Contar con todas las certificaciones disponibles para cumplir con las reglamentaciones de los organismos reguladores y utilizar dicha aprobación y certificaciones en la promoción<sup>6</sup>.</li> </ul>

<sup>5</sup> Por ejemplo, hay pesquerías certificadas por el MSC que al certificarse obtienen un estatus de proveedor preferente. <https://www.msc.org/obtenga-la-certificacion/pesquerias/certificacion-pesquerias>

<sup>6</sup> Por ejemplo, hay pesquerías certificadas por el MSC que al certificarse obtienen un estatus de proveedor preferente. <https://www.msc.org/obtenga-la-certificacion/pesquerias/certificacion-pesquerias>





### III. Acceso al Mercado

#### 1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
303	Pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.
0303.22.10	Salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y salmones del Danubio (Hucho hucho).
	- Enteros
03.032.230	- Medallones
	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados.
	Filetes congelados:
	- Los demás:
03.042.942	-- Salmones del Pacífico ( <i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i> ), salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y salmones del Danubio (Hucho hucho):
	-- Salmones del Atlántico y salmones del Danubio
	Los demás:
	- Los demás:
03049943	-- Salmones del Pacífico ( <i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i> ), salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y salmones del Danubio (Hucho hucho):
	--- Trozos de salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congelados
03049944	Las demás carnes de salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y salmones del Danubio (Hucho hucho), congeladas

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

Código Arancelario	Descripción
0303.13.00.10	Salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> )
0304.41.00.10	De salmones del Pacífico ( <i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i> ), de salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y de salmones del Danubio (Hucho hucho): -- Salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ).
0304.99.21	De pescados de agua dulce: - - - - De truchas ( <i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> ); de salmones del Pacífico ( <i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> , <i>Oncorhynchus rhodurus</i> ), salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y salmones del Danubio (Hucho hucho); de carpas; de anguilas ( <i>Anguilla</i> sp.): - Los demás: - - - De pescados de agua dulce:
0304.99.21.13	- - - - De truchas ( <i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> ); de salmones del Pacífico ( <i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> , <i>Oncorhynchus rhodurus</i> ), salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ) y salmones del Danubio (Hucho hucho); de carpas; de anguilas ( <i>Anguilla</i> sp.): - - - - De salmones del Atlántico ( <i>Salmo salar</i> ).

## 3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código Arancelario	Arancel Chile	Arancel Países Terceros	Arancel SPG
0303.13.00.10	0%	2%	0%
0304.41.00.10	0%	2%	0%
0304.81.00.10	0%	2%	0%
0304.99.21.13	0%	8%	4,5%

## 4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

Código Arancelario	IVA
0303.13.00.10	10%
0304.41.00.10	10%
0304.81.00.10	10%
0304.99.21.13	10%

Legislación Europea – Derechos arancelarios:





Reglamento	Entrada en vigor	Diario Oficial
D0979/02	01-02-2003	L 352 Reglamento de base

## 5. Regulaciones y normativas de importación

Acto	Entrada en vigor	Diario Oficial
<b>Reglamento (CE) nº 104/2000</b> <sup>7</sup> Se establece la organización común de mercados en el sector de los productos de la pesca y de la acuicultura	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
<b>Reglamento (CE) nº 1759/2006</b> <sup>8</sup> modificación del Reglamento (CE) Nº 104/2000, por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los productos de la pesca y de la acuicultura.	2.12.2006	DO L 335, 1.12.2006
<b>Reglamento (CE) nº 1258/2010</b> <sup>9</sup> Reglamento por el que se fijan los precios de orientación y los precios de producción de la Unión Europea de determinados productos de la pesca de acuerdo con el Reglamento (CE) Nº 104/2000 para la campaña de pesca 2011	1.1.2011	DO L 343, 29.12.2010

Fuente: <http://eur-lex.europa.eu>

Requisitos específicos de la Unión Europea para productos de la pesca (CLICK+CTRL para abrir los archivos):

- [Procedimiento Control Documental de productos de la pesca](#) 
- [Guía para los controles veterinarios sobre las partidas de productos de la pesca procedentes de terceros países](#) 
- [Condiciones de Importación del pescado, marisco y otros productos de la pesca en la UE](#) 
- [Control de los contaminantes en alimentos](#) 
- [Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal](#)  
(Sólo aplicable a la acuicultura)
- [Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano](#)
- [Control sanitario de productos pesqueros no destinados al consumo humano](#)

<sup>7</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex:32000R0104>

<sup>8</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1759&from=ES>

<sup>9</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1759&from=ES>

- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos
- Control de la pesca ilegal  
(Excluidos los productos de la acuicultura obtenidos a partir de crías o larvas)
- Voluntario - Productos de producción ecológica

Fuente: Requisitos para la introducción e importación de productos de la pesca

<http://www.msssi.gob.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/controlesSanitarios/procedControl/home.htm>

Inspecciones:

**CONCAL:** Control de calidad (importación).

**IVETER:** Inspección veterinaria (importación).

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

**SANIM:** Inspección sanitaria (importación).

**TSANT:** Inspección sanitaria para el tránsito.

**TVETER:** Inspección veterinaria para el tránsito.

Fuente: [www.taric.es](http://www.taric.es)

#### **IVETER**

Estos productos deberán ser inspeccionados por Sanidad Animal<sup>10</sup>, si los productos van destinados a la alimentación animal. La importación de los productos de origen animal referidos en la Decisión 2007/275/CE L-116 (04-05-2007) (CELEX 32007D0275) está sujeta a control en los puestos de inspección en frontera (PIF) de conformidad con la Directiva 1997/78/CE L-24 (30-01-1998) (CELEX 31997L0078).

#### **TVETER**

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<sup>11</sup>, según lo establecido en la Orden PRE/3026/2003 (BOE 01-11-2003), modificada por la Orden ECC/2566/2015 (BOE 03-12-2015).

#### **PEIL**

Según lo establecido en la Decisión 2014/170/UE L-91 (27-03-2014) (CELEX 32014D0170), queda prohibida la importación de productos de la pesca capturados por buques que enarboleden pabellón de Camboya, así como la exportación a estos países.

<sup>10</sup> <http://www.mapama.gob.es/es/pesca/temas/default.aspx>

<sup>11</sup> Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones. <http://www.soivre.org/>

En la actualidad el Servicio lo forman los Centros de Inspección de Comercio Exterior, donde se recogen las normas generales y específicas que han entrado en vigor el día 01.04.92, dependen del Ministerio de Industria y Turismo. Algunas de sus funciones son: la inspección de la calidad comercial, el examen documental, el control de los productos de importación y exportación, informar sobre las deficiencias observadas, expedir certificados, iniciar expedientes sancionadores, etc.

## 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<sup>12</sup>, 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.

## PEIL

Esta medida no se aplicará a los productos de la pesca capturados en aguas dulces.

## SANIM / TSANT

Países excluidos: No están sujetos a las inspecciones sanitarias de importación y tránsito los productos de origen animal originarios de Andorra, Islandia, Islas Feroe, Liechtenstein(\*), Noruega, San Marino y Suiza(\*), según el Anexo I de la Orden 20-01-1994 (BOE 04-02-1994) modificada por la Resolución 10-01-2017 (BOE 03-02-2017).

(\*) Salvo en lo relativo a las importaciones de carnes procedentes de países que no prohíban la utilización de hormonas para estimular el rendimiento de los animales.

## 6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.

- **Real Decreto 1380/2002 de 20 de diciembre de identificación de productos de la pesca, de la acuicultura y del marisqueo congelados y ultracongelados.**<sup>13</sup>

Información obligatoria del etiquetado de los productos congelados y ultracongelados:

- Especie
- Zona de captura o procedencia
- Metodo de producción

- **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.**<sup>14</sup>

Actualización de nformación obligatoria del etiquetado de los productos congelados y ultracongelados:

- Especie
- Zona de captura o procedencia
- Metodo de producción

---

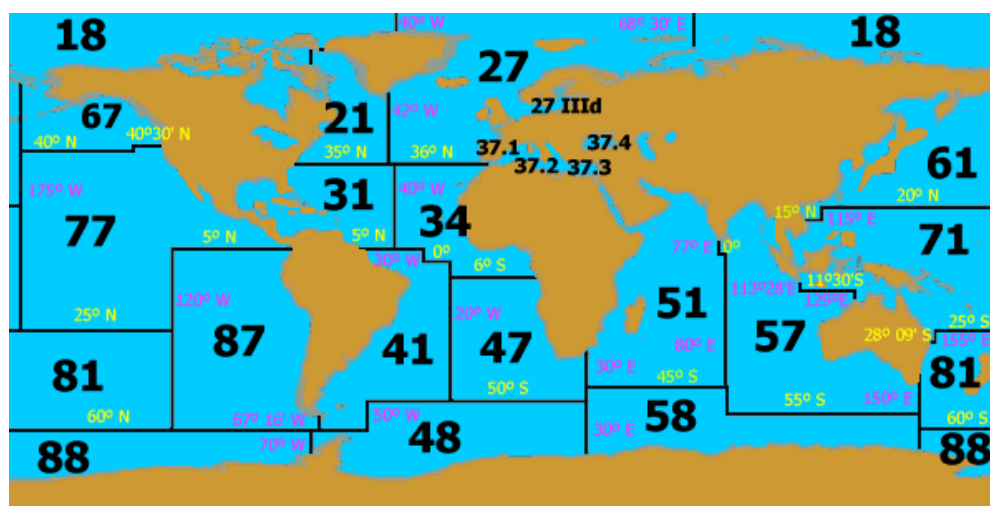
<sup>12</sup> Pertenciente al Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

<sup>13</sup> <http://pesca2.com/fao/img/etiquetado.pdf>

<sup>14</sup> [http://pesca2.com/fao/img/etiquetado\\_2004.pdf](http://pesca2.com/fao/img/etiquetado_2004.pdf)

## ZONAS FAO DE PESCA

En el siguiente mapa se muestran las distintas zonas FAO de capturas, las zonas que están marcadas por números, para diferenciar donde ha sido capturado el pescado, siempre y cuando el mismo lleve la etiqueta identificativa correspondiente.



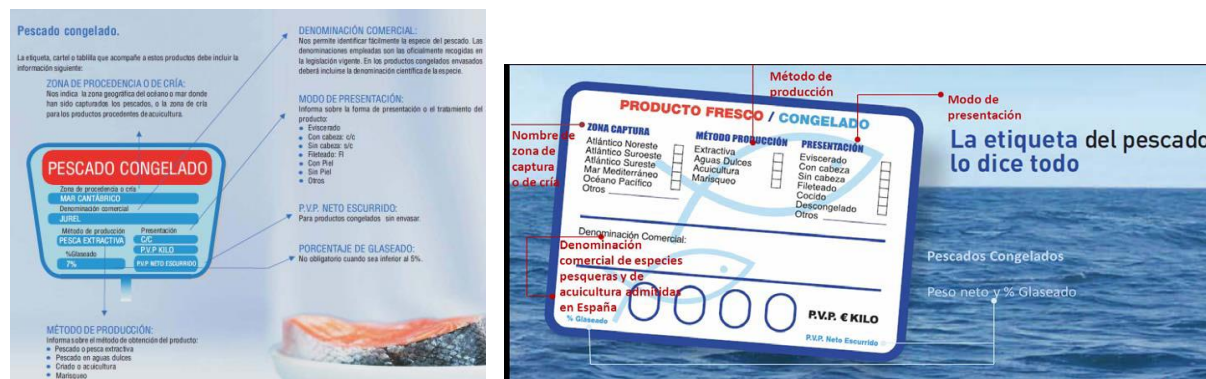
DEFINICION DE LA ZONA	ZONA CORRESPONDIENTE
Zona FAO n. 21	Atlántico Noroeste/Nor-Occidental
Zona FAO n. 27	Atlántico Noreste/Nor-Oriental
Zona FAO n. 27. IIIId	Mar Báltico
Zona FAO n. 31	Atlántico Centro-Oeste/Centro-Occidental
Zona FAO n. 34	Atlántico Centro-Este/Centro-Oriental
Zona FAO n. 41	Atlántico Suroeste/Sudoccidental
Zona FAO n. 47	Atlántico Sureste/Sudoriental
Zona FAO n. 37.1, 37.2 e 37.3	Mar Mediterráneo
Zona FAO n. 37.4	Mar Negro
Zona FAO n. 51 e 57	Océano Índico
Zona FAO n. 61, 67 71, 77, 81 y 87	Océano Pacífico
Zona FAO n. 48, 58 y 88	Antártico

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 ultracongelados (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 distribución.**

Fuente: [www.magrama.gob.es](http://www.magrama.gob.es)

Las menciones que deben estar indicadas en el etiquetado de estos productos cuando se encuentren congelados o ultracongelados, serán diferentes según el producto esté o no envasado.

Para más detalles ver el **ver anexo N°1**.



## 7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

La *Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición* (AECOSAN)<sup>15</sup> 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.

Para más detalles sobre trazabilidad ver el **ver anexo N°2**.

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

### 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>

<sup>15</sup> [www.aecosan.msssi.gob.es](http://www.aecosan.msssi.gob.es)



- 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) N° 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](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=DOUE-L-2013-82971)
- Reglamento (CE) N° 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](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>

## IV. Potencial Del Mercado

### 1. Producción local y consumo

#### Producción

La flota pesquera española capturó durante el último ejercicio computado cerca de 808.850 toneladas de productos pesqueros que se destinaron a su consumo congelado, por un valor de 41.741.5 millones de euros. Estas cifras indican un importante crecimiento del 29,5% en volumen y el 46,4% en valor. Las principales especies desembarcadas son:

- Atún bonito y agujas con un 60% del total.
- Bacalaos, merluzas y eglefinos, con el 14,45% del total.
- Peces costeros diversos, con el 5,86% del total
- Moluscos, sobre todo calamar, jibia y pulpos, con el 99,85% del total
- En Crustáceos las gambas y camarones coparon un 55,25% del total y los Cangrejos y Centollos un 43,13% del total.

España es una potencia pesquera significativa, las capturas de su flota pesquera se acercaron a los 1,24 millones de toneladas, por un valor de 2.750 millones de euros, mientras que la producción acuícola supuso alrededor de 285.140 toneladas y unos 473 millones de euros. Estas cifras suponen en a España ser el primer productor de la UE, tanto en lo referente a capturas como producción acuícola.

Fuente: [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)

#### Consumo

Los productos del mar tienen una notoria participación en la conducta alimentaria de los hogares españoles. Los datos del consumo como las estadísticas del gasto, constatan las cifras elevadas en el consumo de los productos de la pesca en el sector alimentario. Durante el año 2015, los hogares españoles consumieron alrededor de 1.155 millones de kilos de productos pesqueros y gastando más de 8.900 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 25,9 kilos de consumo y 201 euros de gasto (ver cuadro).

Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca ha caído 0,9 kilos por persona y el gasto ha aumentado 4,8 euros per cápita. En el periodo 2011-2015, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2013 (27,2 kilos y 202,9 euros por consumidor). En la familia de productos del mar, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2011-2015 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2011, el consumo de conservas de pescado aumenta y, por el contrario, en pescado fresco y congelado, y en mariscos, moluscos y crustáceos, se produce un descenso.

Fuente: [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)

## Consumo y gasto en pesca de los hogares españoles en 2015

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CAPITA	TOTAL	PER CAPITA
	(Millones Kilos)	(Kilos)	(Millones euros)	(Euros)
<b>Total Pesca</b>	<b>1.155,2</b>	<b>25,9</b>	<b>8.968,6</b>	<b>201,00</b>
Pescados	645,1	14,5	4.633,0	103,9
Pescados Frescos	519,4	11,7	3.785,3	84,8
Pescados Congelados	125,7	2,8	847,7	19,0
Salmón	62,4	1,4	558,7	12,5
Salmón Fresco	58,2	1,3	502,4	11,3
<b>Salmon Congelado</b>	<b>4,2</b>	<b>0,1</b>	<b>56,7</b>	<b>1,3</b>

Fuentes: [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)

El consumo más notable corresponde al pescado fresco (11,7 kilos por persona y año), lo que representa un 45,2% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,5 kilos per cápita y 17,37% de consumo) y del marisco y molusco fresco (4 kilos per cápita y 15,44% del consumo total). Los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan menor consumo, alcanzando los 2,9 kilos por persona al año (11,2% del consumo total de productos de la pesca), al igual que **los pescados congelados, que suponen 2,8 kilos per cápita y el 10,81% del consumo total.**

En relación al gasto, el pescado fresco concentra el 42%, con un total de 84,8 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 20,4% y un total de 41 euros por persona. Seguidamente por el marisco y molusco fresco, que alcanza el 14,13% del gasto total en productos de la pesca (28,4 euros por persona); y los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos, con un porcentaje del 13,83% y 27,8 euros por persona. **Los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y supone el 9,45% y 19 euros por persona y año.**

Dentro del total del “pescado congelado” consumido en este mercado, en primer lugar se encuentra la merluza y la pescadilla un 32% de kilos consumidos, seguido por el Bacalao congelado con un 14,3%. En lo que a salmón congelado se refiere, el consumo de este producto fue un 3,6% de kilos, pero en este mercado tiene más incidencia el salmón fresco representando el 6% del total de kilos de pescado fresco consumido, siendo el 2º en importancia después de la Merluza y Pescadilla que copan el 20,5% de kilos consumidos. En cambio entre los pescados y mariscos en conserva el salmón ahumado tiene menos repercusión, con 6,4 millones de kilos consumidos o lo que es lo mismo un 3,2% del total del subsector, queda muy por detrás del atún (52% de la cuota de consumo), mejillones (choritos) con un 6,5% de la cuota de consumo, o la Sardina con un 6% de la cuota de consumo.

### Anexo Nº 3 - Evolución del consumo y gasto

## 2. Importaciones del producto en los últimos tres años por país.

### Importaciones españolas de la partida 0303.13.00.10

PESCADO CONGELADO, (EXCEPTO LOS FILETES Y DEMAS CARNE DE PESCADO DE LA PARTIDA Nº 0304):

Salmónidos, excepto los despojos comestibles de pescado de las subpartidas 0303 91 a 0303 99:

Salmones del Atlántico (*Salmo salar*).

País	2014			2015			2016		
	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg
Chile	1798,97	8986,97	5,00	3060,49	10155,95	3,32	2322,02	9801,35	4,22
Noruega	197,21	1498,85	7,60	431,15	2449,65	5,68	224,59	1762,30	7,85
Islandia	0,00	0,00		0,04	0,33	8,61	42,27	300,37	7,11
Países Bajos	0,00	0,00		0,99	6,80	6,89			
Dinamarca	0,00	0,00		42,50	165,42	3,89			
China	19,68	92,71	4,71						
Países y territorios no determinados. Intracomunitarios.	0,004	0,69	172,73						

Fuente: [http://datacomex.comercio.es/principal\\_comex\\_es.aspx](http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx)

### Importaciones españolas de la partida 0304.81.00.10

Filetes Congelados de los demás pescados

De salmones del Atlántico (*Salmo salar*).

País	2014			2015			2016		
	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg
Chile	610,73	5.748,48	9,41	986,30	6.689,17	6,78	1.360,91	10.524,93	7,73
Alemania	18,11	301,69	16,66	29,88	389,41	13,03	42,56	562,31	13,21
Noruega	60,96	826,89	13,56	95,11	935,19	9,83	45,14	555,72	12,31
Polonia		0,00					18,63	248,41	13,34
Francia	2,03	26,49	13,06	0,28	3,03	10,81	3,83	35,47	9,26
Suecia	1,20	9,83	8,2						
Estonia (d.01/01/92)				0,45	4,96	11,02			
Vietnam	0,03	0,91	33,7						
China	24,00	93,16	3,88	0,20	2,60	12,85			

Fuente: [http://datacomex.comercio.es/principal\\_comex\\_es.aspx](http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx)

### Importaciones españolas de la partida 0304.41.00.10

Filetes y Demás Carne de Pescado,(Incluso Picada), Frescos, Refrigerados o Congelados:  
De salmones del Atlántico

País	2014			2015			2016		
	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg
Chile	162,85	2090,43	12,84	166,21	1.539,09	9,26	184,11	2.044,67	11,11
Noruega	0,58	16,26	27,81	4,62	113,84	24,65	6,65	182,86	27,49
China	0,004	0,11	27,57						

Fuente: [http://datacomex.comercio.es/principal\\_comex\\_es.aspx](http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx)

### Importaciones españolas de la partida 0304.81.00.90

Los demás.

País	2014			2015			2016		
	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg
China	2.456,55	10.227,38	4,16	2.336,77	10.534,69	4,51	2.889,90	11.851,51	4,1
<b>Chile</b>							6,26	28,67	<b>4,58</b>
Estados Unidos	65,65	283,44	4,32	0,48	7,45	15,58	5,02	95,11	18,95
Francia				1,44	18,67	12,97	4,66	48,42	10,38
Alemania	0,46	4,21	9,14	2,88	23,14	8,04	3,70	35,78	9,68
Dinamarca							0,96	20,21	21,05
Países y territorios no determinados.Intraco.							0,13	1,91	15,17
Noruega				0,05	0,61	11,96			
Groenlandia	1,41	12,13	8,6						
Argentina	0,01	0,03	2,34						

Fuente: [http://datacomex.comercio.es/principal\\_comex\\_es.aspx](http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx)

### Importaciones españolas de la partida 0304.99.21.13

Los demás pescados de agua dulce:  
De salmones del Atlántico (Salmo salar).

País	2014			2015			2016		
	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg	Ton	Miles US\$	US\$/Kg
Chile	663,92	7.096,12	10,69	57,06	575,73	10,09	191,62	1.814,08	9,47
Noruega				0,002	0,03				

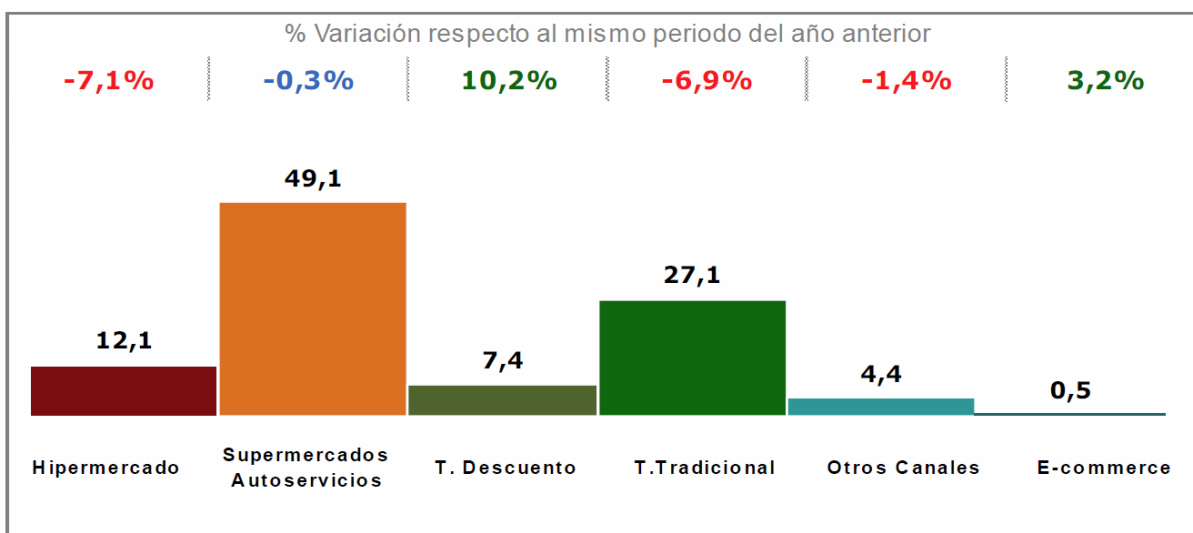
Fuente: [http://datacomex.comercio.es/principal\\_comex\\_es.aspx](http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx)

# V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

## 1. Identificación de los principales actores en cada canal

Según el Informe del Consumo de Alimentación en España 2015<sup>16</sup> publicado por el *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*<sup>17</sup>, el 49,1% del pescado que se compran para consumo doméstico se adquieren en el supermercado y autoservicio<sup>18</sup> (ejemplo: La Sirena), teniendo una variación relativamente estable (-0,3%). Las compras en tiendas de descuento (ejemplo: Dia, Lidl, etc.) tuvieron un incremento en la compra pescado del 10,2%, pese a que actualmente representa solo el 7,4% de las compras. La tienda tradicional (ejemplo: Pescaderías Coruñesas) es un canal con un peso muy significativo en la categoría, con una cuota del 27,15%, con una variación negativa del 6,9% durante el periodo 2014-2015

### % Distribución por canales: Total pescado



Fuente: Informe del Consumo de Alimentación en España 2015

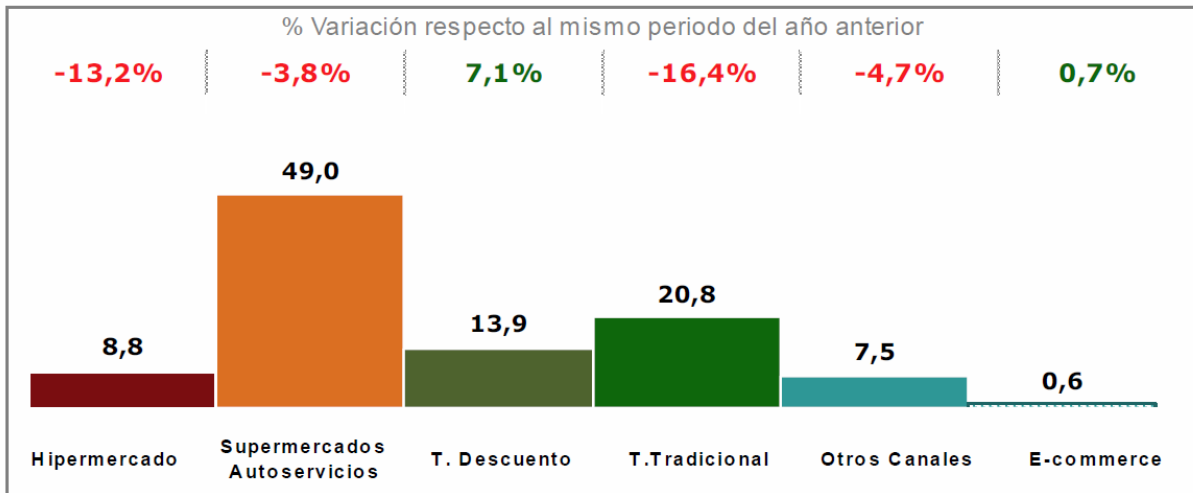
Los hogares españoles también eligen el supermercado y autoservicio para la compra de pescado congelado con el 49,0% de las compras. Si bien su variación en este año es decreciente (-3,8%) respecto al año 2014. El único canal que creció es la Tienda Descuento (ejemplo: Día, Lidl, etc.) con una variación positiva del 7,1% y un peso proporcional de la categoría del 13,9%.

<sup>16</sup> [http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informeconsumoalimentacion2015\\_tcm7-422694.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informeconsumoalimentacion2015_tcm7-422694.pdf)

<sup>17</sup> <http://www.mapama.gob.es/es/>

<sup>18</sup> Tienda donde el cliente puede elegir y recoger personalmente las mercancías que desea adquirir, a diferencia de las tiendas departamentales.

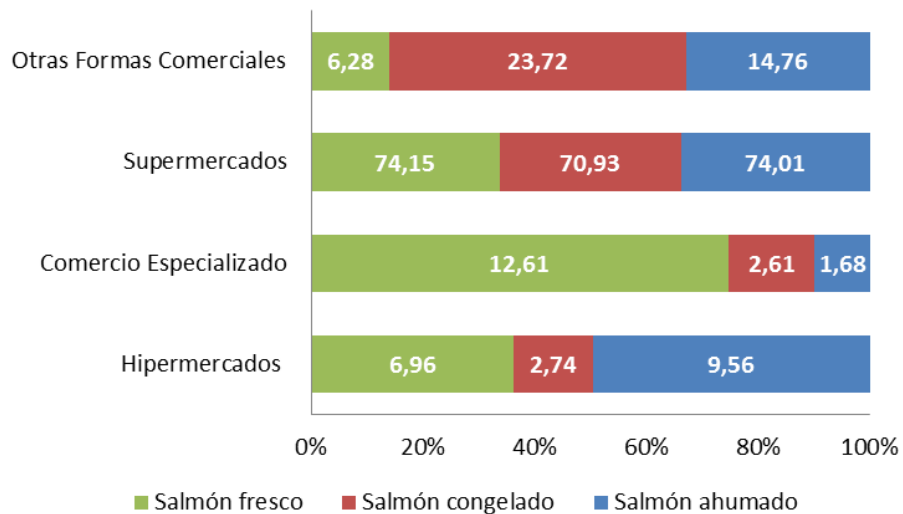
## % Distribución por canales: Pescados congelados



Fuente: Informe del Consumo de Alimentación en España 2015

El salmón congelado se comercializa mayoritariamente en supermercados. Según la información publicada<sup>19</sup> por el *Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente de España*<sup>20</sup>, en su base de datos de consumo y comercialización y distribución alimentaria, panel de consumo alimentario, el salmón preferiblemente se consume en fresco y en ahumado, teniendo menos repercusión el salmón congelado. Se incluye cuadro en el que figuran las cuotas de mercado en la comercialización del salmón.

### Cuota de mercado (%) en la comercialización por tipo de pescados en España 2015



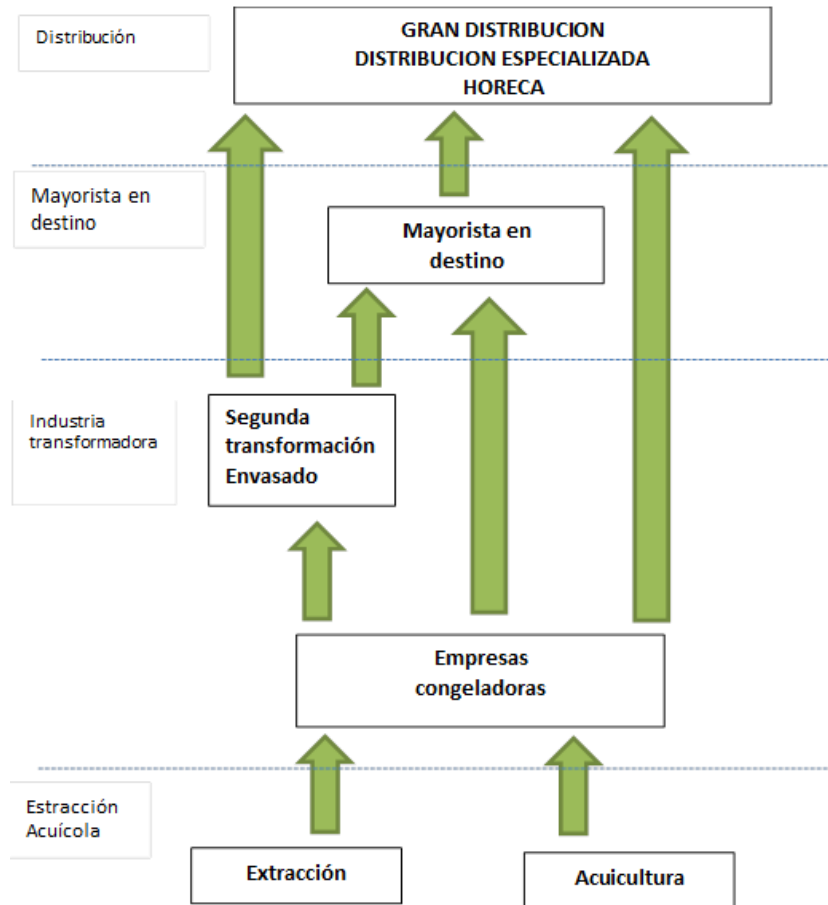
<sup>19</sup> <http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/>

<sup>20</sup> [www.mapama.gob.es](http://www.mapama.gob.es)

## 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.

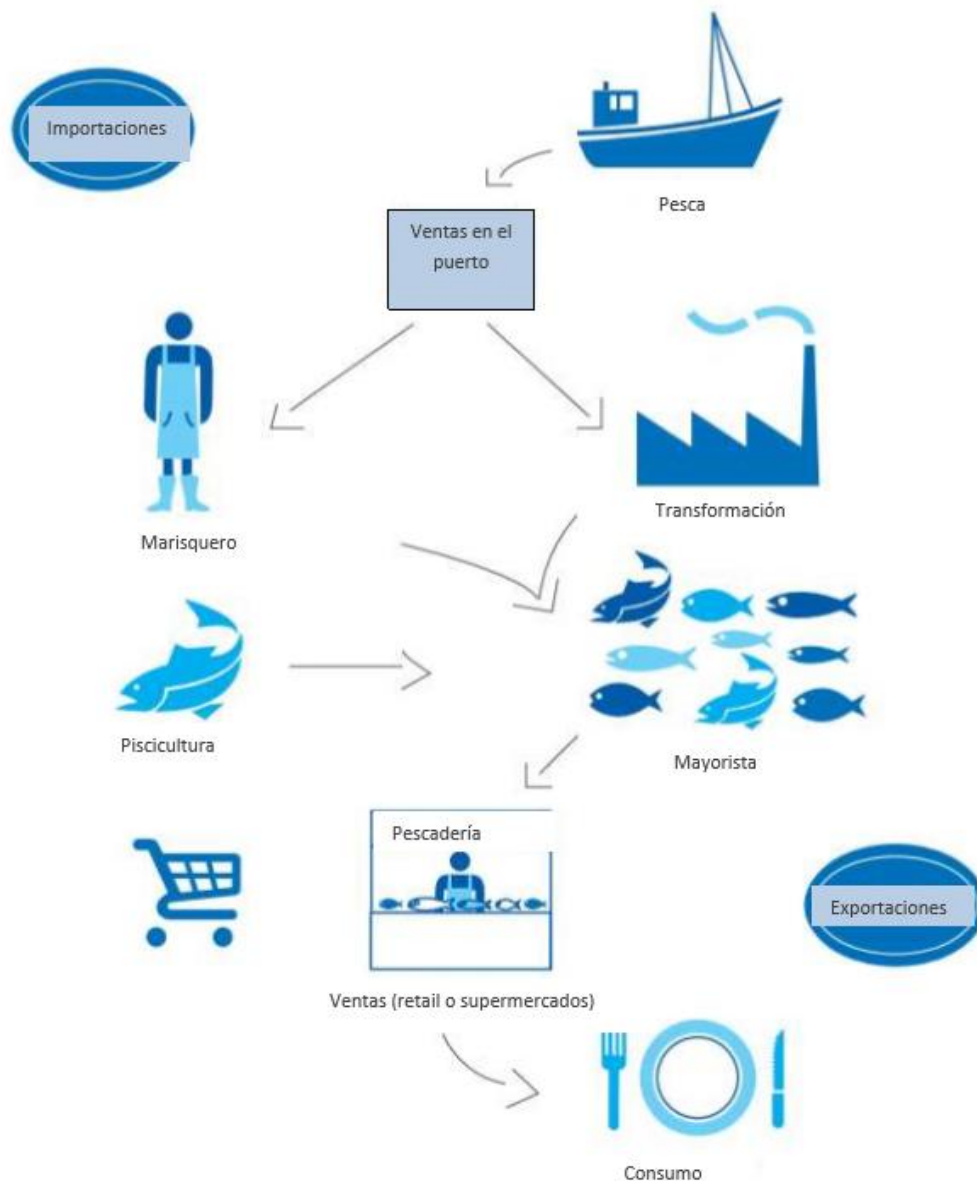
El producto de la pesca congelada está necesariamente vinculado a la primera transformación que se realiza en los buques factoría, aunque su manipulación será posterior. Lo anterior, determina cada una de las cadenas de producción y distribución, y determina los vínculos entre ellas.

### Estructura Industrial de los productos de la pesca congelados



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





Es destacable 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 algunos casos esta parte de la cadena cuenta con red de tiendas e incluso marcas propias. Suelen estar situadas en la red de Mercas<sup>21</sup> (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.

<sup>21</sup> La Red de Mercas es la Red de Mercados Mayoristas de España. En cada provincia hay un Merca.

### 3. Posicionamiento del producto en canal analizado.

Chile es uno de los principales proveedores para España de productos del mar congelado, reconocido por su alta calidad y confiabilidad, debido a las excelentes condiciones ambientales y sanitarias para su producción.

En España el Salmón congelado es principalmente de origen chileno, seguido por el Salmón Noruego, teniendo la mayor cuota de mercado de importaciones ante su principal competidor, con un 89,6 % contra un 8,6% de Noruega. El producto ocupa un importante espacio dentro de los supermercados, principalmente en la sección de productos del mar. La calidad del producto es apreciada por el consumidor, sin embargo no perciben la procedencia del producto y por eso muchas veces desconocen que el producto que están consumiendo es de origen chileno

### 4. Regulación y evolución de precios.

La Organización Común de Mercados (OCM), política de la UE destinada a gestionar el mercado de los productos de la Pesca y acuicultura, es uno de los pilares de la política pesquera común.

Sus disposiciones de la pesca deben adaptarse a la evolución y a los cambios en las actividades del sector pesquero, con el fin de garantizar una gestión sostenible de los recursos marinos. Desde hace varias décadas contribuye a atenuar los efectos de las variaciones de la oferta y la demanda en interés de los pescadores, empresas de transformación y los consumidores.

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.

Con el fin de evitar perturbaciones del mercado debidas a ofertas procedentes de países a precios bajos, la importación de algunos productos en el territorio aduanero comunitario, solo es posible si se respeta un precio de referencia fijado anualmente por la Comisión

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM:l66002>

Régimen de precios e intervenciones: el objetivo del régimen es mantener los precios en el mercado a un determinado nivel y evitar las caídas bruscas como consecuencia del exceso de oferta. Anualmente se regulan, para cada tipo o especie de producto, una serie de precios que se utilizan como referencia para desencadenar las distintas intervenciones realizadas a iniciativa de las OP o de la Administración Pública:

- Organizaciones de Productores (OP): fijan el precio de retirada para cada producto que comercializan. Por debajo de este precio la OP no oferta producto al mercado. La OP compensa a sus asociados con una indemnización por las cantidades no comercializadas.
- Organismos públicos: se regulan distintos tipos de precios por grupos de producto (precio de orientación, precio de retirada comunitario, precio de venta comunitario y precio de producción comunitaria). Exceptuando el precio de retirada, se utilizan como referencia para desencadenar las distintas intervenciones. Estas consisten en compensaciones financieras a las OP para aplicar medidas que reduzcan la oferta de pescado en el mercado: retiradas de producto, almacenamiento temporal, realización de una primera transformación de los productos frescos para retrasar su puesta en mercado o, en el caso de los túnidos, ventas a la industria conservera.

- Intercambios comerciales: todos los productos importados, amparados por la OCM, están sujetos al arancel aduanero común. No obstante, y con el fin de abastecer a la industria conservera, los derechos de importación de algunos productos se reducen o anulan temporalmente en el marco de un contingente arancelario. Las importaciones de dichos productos están condicionadas al respeto de un precio de referencia fijado por la UE. La OCM de pesca centra sus actuaciones en los productos frescos. Su repercusión sobre la actividad, funcionamiento y estrategias de la industria conservera es reducida. Además de las normas de calidad y de información al consumidor, los mecanismos con mayor incidencia en las conserveras son la ayuda a la transformación para los túndidos y la regulación de contingentes arancelarios con derechos de importación nulos o reducidos. Ambas medidas favorecen el suministro de materia prima para la industria a precios más bajos.

Organización Común de los mercados: La OCM en el sector de los productos de la pesca y la acuicultura afecta tanto a las capturas en el mar o en aguas interiores como a los productos de la acuicultura. En ella se incluyen el pescado vivo, fresco o refrigerado, congelado, seco, salado, ahumado o en salmuera así como los crustáceos, los moluscos, las harinas, los polvos, etc. El sistema de regulación del mercado en la U.E. se basa en cinco elementos:

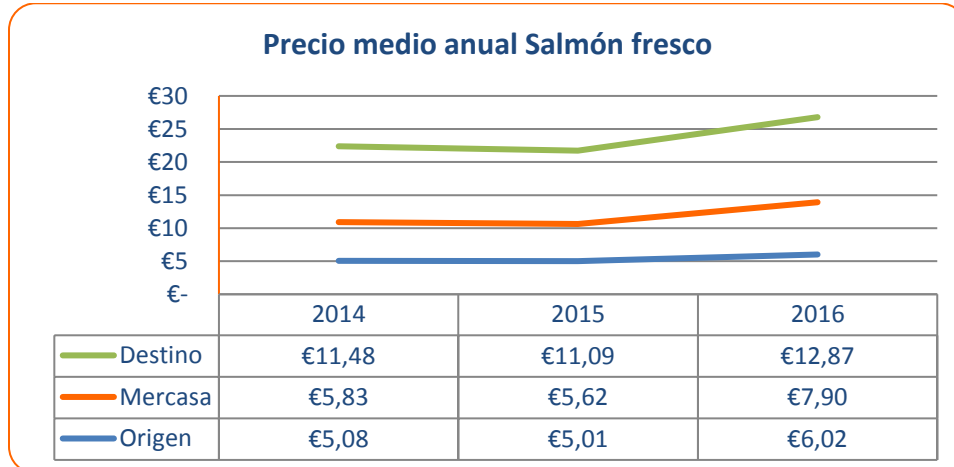
- Normas comunes de comercialización: clasificación por categoría de calidad, talla o peso, embalaje, presentación y etiquetado.
- Información del consumidor: nombre comercial de la especie, método de producción (pesca en agua dulce, en mar o de cría), y zona de captura.
- Organizaciones de productores.
- Régimen de precios e intervenciones.
- Regulación de los intercambios con los terceros países.

Fuente: [http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informe\\_pescado\\_tcm7-7947.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informe_pescado_tcm7-7947.pdf)

A continuación, se presentan los precios medios anuales de Origen, Mayorista y de Destino del salmón fresco de los tres últimos años registrados, y el margen de diferencia entre el precio de origen y el precio de destino, luego se muestra la evolución de los precios a lo largo del 2016, precio mínimo y máximo registrado durante ese periodo.

Año: 2016		
Evolución Anual		
Origen	Mayorista	Destino
6,14 € / kg	7,09 € / kg	12,87 € / kg
O < 28,66 % > M	M < 62,91% > D	O < 28,66 % > M
Entre origen y destino se produce un incremento del 109,61%		

Fuente: Boletín Agrario



Fuente: Boletín Agrario

Evolución de los precios del salmón fresco a lo largo del 2016		
<b>Origen</b>		
<b>Media del período:</b>	Registro mínimo:	Registro máximo:
6,14 €	4,66 €	7,67 €
<b>Mayorista</b>		
<b>Media del período:</b>	Registro mínimo:	Registro máximo:
7,90 €	6,83 €	0,31 €
<b>Destino</b>		
<b>Media del período:</b>	Registro mínimo:	Registro máximo:
12,87 €	11,02 €	13,97 €

Fuente: Boletín Agrario

### Precios Mayorista

Producto	Merca	Semana	Máximo	Mínimo	Frecuente	Fecha
Salmón (Congelados)	Barcelona	14	9,1	2,5	6,75	07/04/2017
Salmón (Congelados)	Las Palmas	14	7,9	6,8	7	07/04/2017
Salmón (Congelados)	Valencia	14	5,5	2,2	3,95	07/04/2017
Salmón (Congelados)	Madrid	14	7,21	3,5	4,3	06/04/2017
Salmón (Congelados)	Madrid	14	7,21	3,5	4,3	05/04/2017
Salmón (Congelados)	Las Palmas	14	7,9	6,8	7	05/04/2017
Salmón (Congelados)	Valencia	14	5,5	2,2	3,95	04/04/2017
Salmón (Congelados)	Barcelona	14	9,1	2,5	6,75	04/04/2017
Salmón (Congelados)	Valencia	14	5,5	2,2	3,95	03/04/2017
Salmón (Congelados)	Barcelona	14	9,1	2,5	6,75	03/04/2017
Salmón (Congelados)	Madrid	14	7,21	3,5	4,3	03/04/2017
Salmón (Congelados)	Las Palmas	14	7,9	6,8	7	03/04/2017
Salmón (Congelados)	Valencia	13	5,5	2,2	3,95	01/04/2017
Salmón (Congelados)	Las Palmas	13	7,9	4,85	6	01/04/2017

Salmón (Congelados)	Madrid	13	7,21	3,5	4,3	01/04/2017
Salmón (Congelados)	Barcelona	13	9,1	2,5	6,75	01/04/2017
Salmón (Congelados)	Barcelona	13	9,1	2,5	6,75	31/03/2017
Salmón (Congelados)	Las Palmas	13	7,9	6,8	7	31/03/2017
Salmón (Congelados)	Valencia	13	5,5	2,2	3,95	31/03/2017
Salmón (Congelados)	Madrid	13	7,21	3,5	4,3	30/03/2017
Salmón (Congelados)	Las Palmas	13	6,3	4,85	5	29/03/2017
Salmón (Congelados)	Madrid	13	7,21	3,5	4,3	29/03/2017

Fuente: Mercasa

### Precio broker/trader de pescado congelado

**Filetes de Salmon atlántico T/D,**

Calidad Premium, color de carne 13+, empaque IVP, cajas de 25 kilos.

Tamaño 2-3 lbs	valor USD 9,75 / kg – CFR
Tamaño 3-4 lbs	valor USD 9,85 / kg – CFR
Tamaño 4-5 lbs	valor USD 9,95 / kg – CFR

**Filetes de salmon atlántico T/D,**

Calidad Industrial, color de carne 12-13, empaque IWP, cajas de 25 kilos.

Tamaño 2-3 lbs	valor USD 8,05 / kg – CFR
Tamaño 3-4 lbs	valor USD 8,15 / kg – CFR
Tamaño 4-5 lbs	valor USD 8,25 / kg – CFR

CFR EUROPA, [Consultar otros destinos](#)

Fuente: [www.tapamar.es](http://www.tapamar.es)

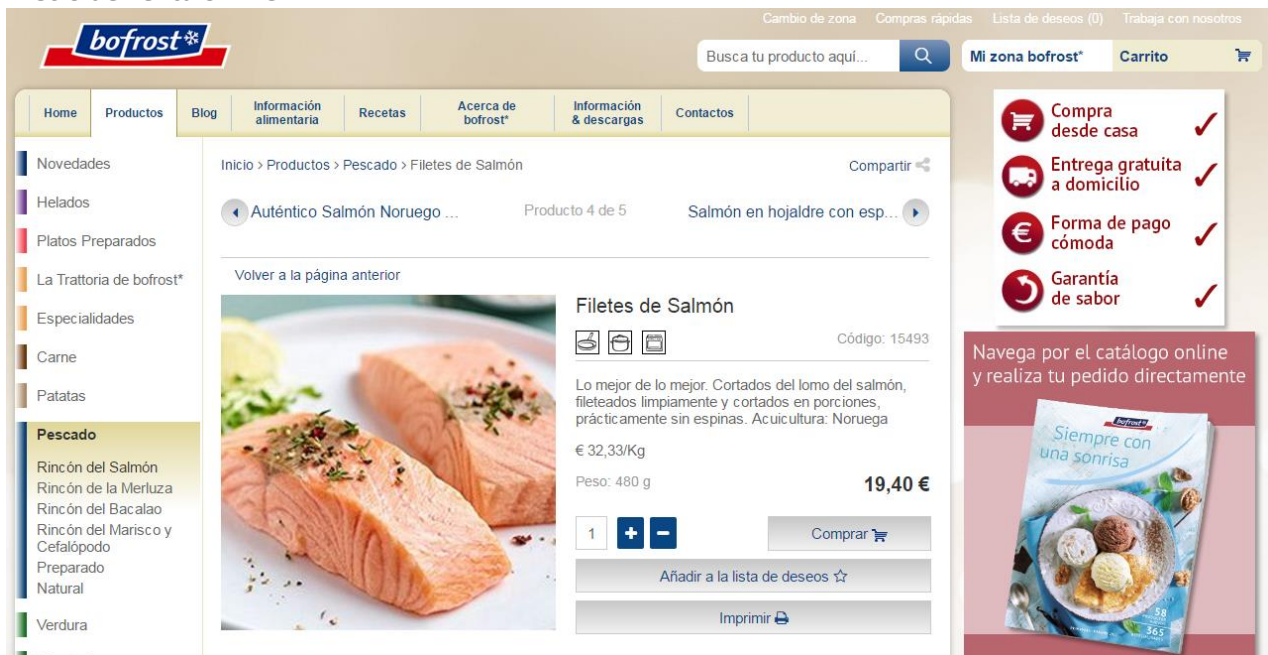
### Precios del salmón congelado en tiendas especializadas (retail)

Producto	Lugar de compra / Descripción / Marca	Precio
	Carrefour Lomos Salmón Carrefour 480 gr.	5,65 €
	Carrefour Lomo Salmón 125 gr.	4,25 €

	<p>Dimar Solomillo de Salmón Salvaje Skin 400 gr.</p>	4,95 €
	<p>Findus Salmón Noruego 300 gr.</p>	7,85 €
	<p>Carrefour Lomo de Salmón Pack 3 x 100 gr.</p>	9,99 €
	<p>La Sirena Lomos de Salmón Noruego Premium Pack 4 x 125 gr</p>	14,99 €
	<p>La Sirena Lomo de Salmón Premium Bolsa al Vacío 150 gr.</p>	4,59 €
	<p>La Sirena Filete de Salmón Bolsa 400 gr.</p>	10,99 €
	<p>La Sirena Rodaja de Salmón Venta al peso</p>	10,69 €/kg
	<p>La Sirena Cola de Salmón Venta al Peso</p>	16,99 €/kg

	El Corte Inglés Suprema de Salmón de Noruega sin espinas Findus Estuche 300 gr.	7,89 €
	El Corte Inglés Lomos de salmón Lumar Estuche 250 gr.	4,95 €
	El Corte Inglés Centros de Salmón Pescanova 2 unidades estuche 300 gr.	7,40 €
	El Corte Inglés Lomos de Salmón sin espinas Royal Bandeja 300 gr.	7,99 €

## Precio de venta online



The screenshot shows the Bofrost website interface. At the top, there is a navigation bar with the Bofrost logo, a search bar, and links for 'Cambio de zona', 'Compras rápidas', 'Lista de deseos (0)', and 'Trabaja con nosotros'. Below the navigation bar, there are tabs for 'Home', 'Productos', 'Blog', 'Información alimentaria', 'Recetas', 'Acerca de bofrost\*', 'Información & descargas', and 'Contactos'. The main content area displays the product 'Filetes de Salmón' with a price of €19,40. The product description includes 'Lo mejor de lo mejor. Cortados del lomo del salmón, fileteados limpiamente y cortados en porciones, prácticamente sin espinas. Acuicultura: Noruega'. The weight is listed as 480 g. There are buttons for 'Comprar', 'Añadir a la lista de deseos', and 'Imprimir'. On the right side, there is a sidebar with a list of benefits: 'Compra desde casa', 'Entrega gratuita a domicilio', 'Forma de pago cómoda', and 'Garantía de sabor'. At the bottom right, there is a promotional banner for 'Siempre con una sonrisa' featuring a bowl of ice cream.

Fuente: <https://www.bofrost.es/es/product/159/154/881.aspx>



## 5. Política comercial de proveedores.

- **Mercado Mayorista - Mercamadrid**

Mercamadrid es un Polígono Alimentario líder en distribución alimentaria, cuya actividad como plataforma de distribución y logística está dirigida exclusivamente a profesionales y colectivos especializados en el sector de la alimentación, consolidado como el mayor mercado europeo de alimentación perecedera. 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 (Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial, por sus siglas en inglés), 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 importar productos 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.

Tapamar no oferta productos que ya estén publicados o aparezcan en la página web principal del proveedor, 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.

# VI. Consumidor / Comprador

## 1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

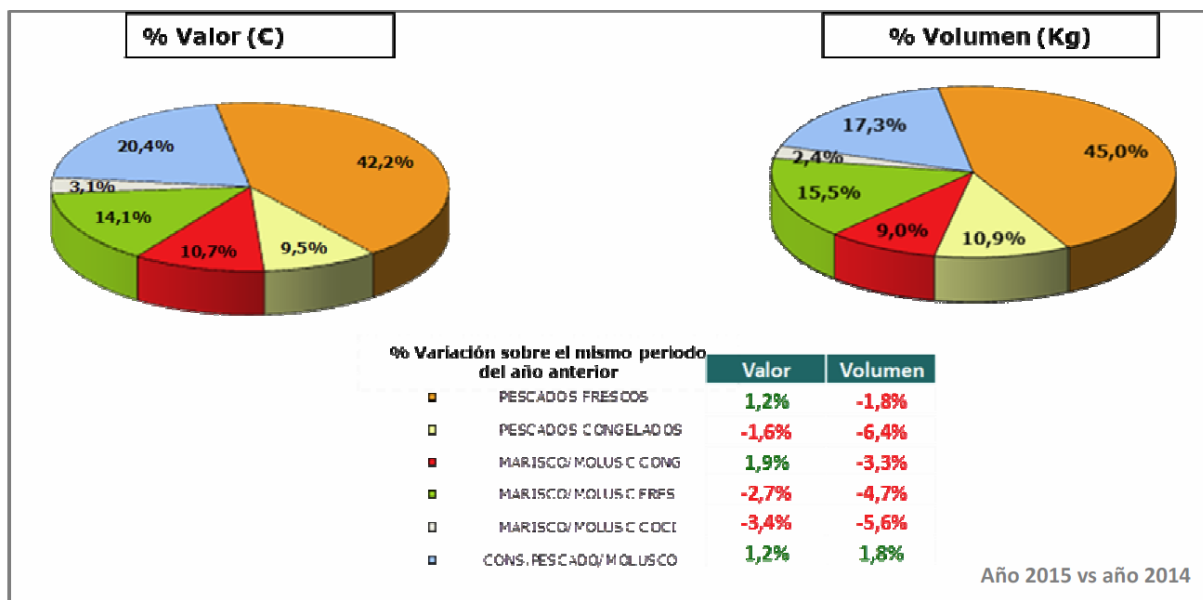
El consumo de productos pesqueros presenta distintos detalles conforme a las características y particularidades en la distribución de los hogares:

- Porcentualmente los hogares de clase alta y media alta consumen más productos del mar que los hogares de clase baja.
- Porcentualmente los hogares sin niños consumen mayor cantidad de productos del mar. Los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos del mar es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos del mar, 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 con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales, las parejas jóvenes sin hijos y entre los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Cantabria y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Canarias y, sobre todo, Baleares.

Fuente: [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)

El 45% de los pescados consumidos en los hogares corresponden a pescado fresco, siendo así el tipo de pescado con más presencia en el hogar durante el año 2015, con un 20,4% del valor. El segundo tipo de pescado más demandado corresponde a las conservas de pescados y moluscos con el 17,3%, con un 20,4% del valor total.

### Importancia de los tipos de pescado:



Fuente: Informe de consumo de alimentación en España 2015 (Mercasa)

El consumo medio realizado por persona y año de esta categoría a cierre de año 2015 fue de 25,90 kilos, esto supone un 1,9% menos que lo ingerido en el año 2014. El consumo per cápita de pescado fresco es el mayor de la categoría, con una cantidad media por persona y año de 11,64 kilogramos, le siguen los mariscos/moluscos/crustáceos con una cantidad de 6,96 kilogramos.

	TOTAL PESCA	PESCADOS FRESCOS	PESCADOS CONGELADOS	MARISCO MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	CONS.PESCADO Y MOLUSCO
<b>CONSUMO PER CÁPITA (Kg/persona/año)</b>	<b>25,90</b>	<b>11,64</b>	<b>2,82</b>	<b>6,96</b>	<b>4,47</b>

Durante el año 2015 decrece de forma significativa el consumo de **pescados congelados** (incluye los siguientes tipos: merluza/pescadilla congelada, lenguado congelado, bacalao congelado, **salmón congelado**, otros pescados congelados), en un 6,4%. El gasto realizado por los hogares también se reduce en este periodo en un 1,6%. Tal y como ocurre con los pescados frescos, se incrementa el precio un 5,1% cerrando en 6,74€/kilo.

Significativo descenso del consumo per cápita de pescados congelados en comparación con el año 2014, situándose en los 2,82 kilos por persona y año, es decir, un 5,9% menos que en 2014.

El consumo de pescados congelados se realiza en hogares con presencia de hijos de 6 a 15 años, hogares numerosos (más de 4 personas) y cuyo responsable de compra tiene una edad superior a los 50 años. Habitan en ciudades más bien pequeñas de hasta 10.000 habitantes. Canarias, Extremadura, Región de Murcia y Comunidad Valenciana son las comunidades autónomas (CC.AA. por sus siglas) con mayor

consumo. Por el contrario, el Principado de Asturias, Navarra, País Vasco y Cataluña se sitúan como las menos consumidoras de pescado congelado.

## 2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)

Las principales razones por las que el consumidor prefiere adquirir pescado congelado son:

- **Sustentabilidad:** preferencia por productos que no utilicen compuestos peligrosos para el ambiente.
- **Salud:** consumidor es muy consciente de su salud y el salmón es un alimento que represente una fuente natural de vitaminas, proteínas y antioxidantes.
- **Consumo saludable:** hoy en día se pone mucha atención a los productos que se consume, por lo que promover que el salmón es una fuente vital de nutrientes, entre los cuales destacan los ácidos grasos poliinsaturados (de cadena larga Omega-3), que ayudan a prevenir enfermedades cardiovasculares y aportan al buen funcionamiento de las neuronas cerebrales, entre otros beneficios, es un punto positivo que deberá llevar el etiquetado.
- **Producto natural:** el consumidor busca que el producto sea lo más natural, sin conservantes y con transformaciones mínimas. Chile posee una naturaleza única y pura.
- **Consumo responsable:** El consumidor está cada vez más sensibilizado con la calidad, cuidado del medio ambiente.

Así mismo, motivos más básicos son:

- **Larga vida útil:** El pescado congelado puede conservarse meses en perfecto estado, por lo que permite al consumidor realizar compras de forma ocasional.
- **Utilidad ante imprevistos:** tener siempre pescado en el congelador resuelve situaciones imprevistas.
- **Presentaciones para todos los gustos:** El hecho de que se presente con formas diferentes (filetes, ruedas, lomos, troncos, colas, varitas, etc.) y pocas espinas, es un valor añadido de estos alimentos.
- **Precio más económico:** Normalmente 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.
- **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. Además en el pescado fresco no aparece el valor nutricional del producto.  
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.

Fuente: [www.consumer.es](http://www.consumer.es), las propiedades del pescado congelado




## VII. Benchmarking (Competidores)

### 1. Principales competidores

Los principales países competidores de Chile:

- Noruega: es el principal exportador de Salmón fresco al mercado español, y el segundo exportador de producto congelado después de Chile<sup>22</sup>.
- China: es un gran productor y consumidor de Salmón. Según lo publicado en la revista Acua, el salmón cultivado en China podría llegar a competir con Noruega y Chile<sup>23</sup>.
- Islandia: El salmón es la especie más producida en la acuicultura islandesa. El volumen total producido en 2015 fue de aproximadamente 10.000 toneladas. Destaca Eumofa el importante crecimiento de la industria del salmón en los últimos años (si bien muy por debajo de otros países productores). A lo que se añade que se espera que la producción de salmón islandés siga creciendo<sup>24</sup>.  
[http://www.ipacuicultura.com/noticias/en\\_portada/51816/la\\_produccion\\_de\\_salmon\\_en\\_islandia\\_crece\\_a\\_muy\\_buen\\_ritmo\\_en\\_los\\_ultimos\\_anos.html](http://www.ipacuicultura.com/noticias/en_portada/51816/la_produccion_de_salmon_en_islandia_crece_a_muy_buen_ritmo_en_los_ultimos_anos.html)

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

Tienda	Producto	Formato	Marca	Origen	Precio	Foto
El Corte Inglés	Centros de Salmón (congelado)	2 unidades estuche 300 gr.	Pescanova	Chile	7,40 €	
El Corte Inglés	Suprema de Salmón (congelado)	Estuche 300 gr.	Findus	Noruega	7,89 €	
El Corte Inglés	Lomos de Salmón sin espinas (congelado)	Bandeja 300 gr.	Royal	Noruega	8,69 €	

<sup>22</sup> <https://salmon.fromnorway.com/es/>

<sup>23</sup> <http://www.aqua.cl/2016/05/31/salmon-cultivado-en-china-podria-pasar-a-competir-con-el-de-noruega-y-chile/>

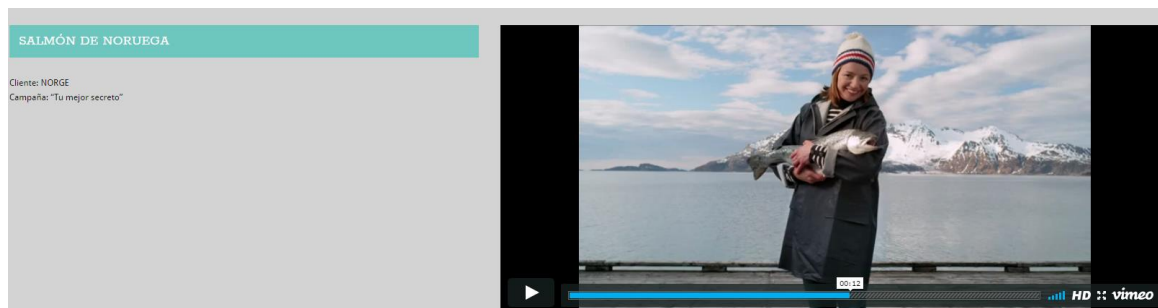
<sup>24</sup> [http://www.ipacuicultura.com/noticias/en\\_portada/51816/la\\_produccion\\_de\\_salmon\\_en\\_islandia\\_crece\\_a\\_muy\\_buen\\_ritmo\\_en\\_los\\_ultimos\\_anos.html](http://www.ipacuicultura.com/noticias/en_portada/51816/la_produccion_de_salmon_en_islandia_crece_a_muy_buen_ritmo_en_los_ultimos_anos.html)

<b>El Corte Inglés</b>	Lomos de Salmón	Bandeja de 250 gr.	Lumar	Alaska	4,95 €	
<b>La Sirena</b>	Rodaja de Salmón	Venta al peso (se venden por unidades y el precio es por Kg)	Sin marca del proveedor	Criado en Chile o Noruega	16,99 €/kg	
<b>La Sirena</b>	Cola de Salmón	Venta al peso (se venden por unidades y el precio es por Kg)	Sin marca del proveedor	Chile	16,99 €/kg	
<b>La Sirena</b>	Lomo salmón premium	Bolsa al vacío 150 gr.	Sin marca del proveedor	Noruega	4,59 €	
<b>La Sirena</b>	Filete de Salmón	Bolsa al vacío 400 gr.	Sin marca del proveedor	Noruega	10,99 €	
<b>La Sirena</b>	Lomos de Salmón noruego premium	Pack 4 x 125 gr. Envoltorio de plástico	Sin marca del proveedor	Noruega	14,99 €	

### 3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales

No se detectaron campañas de promoción específicas para el salmón congelado (privadas o públicas).

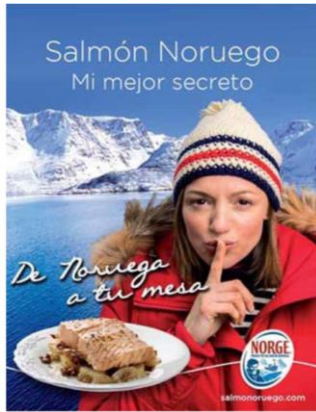
En el caso de salmón fresco, Noruega realizó durante varios años una campaña de marketing para promocionar el consumo del producto en el mercado español. El *Consejo de Productos del Mar de Noruega*, Noruega <sup>25</sup>, realizó un despliegue publicitario en España. Se realizó en los puntos de venta, distribuyendo recetarios y realizando degustaciones en vivo, spots, microespacios<sup>26</sup> y momentos internos<sup>27</sup> en las cadenas de televisión y, también en cines.



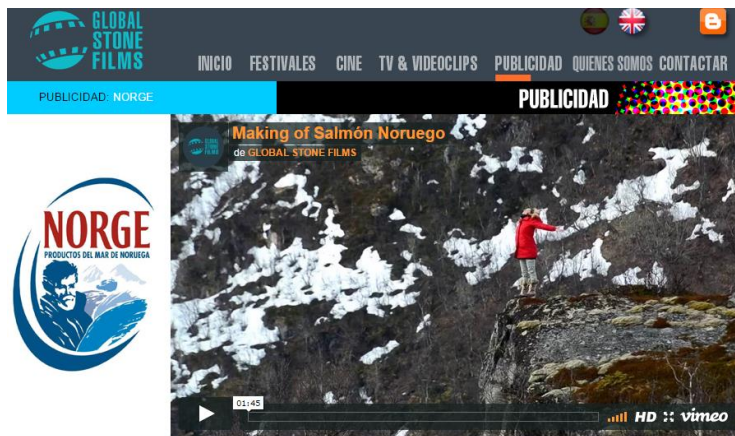
<sup>25</sup> <https://cod.fromnorway.com/es/noruega/consejo-de-productos-del-mar-de-noruega/>

<sup>26</sup> Programas de corta duración en radio o televisión

<sup>27</sup> Formatos para la TV que se emplea en la publicidad no convencional. Tiene una duración de 45 segundos.



28



29

<sup>28</sup> <http://www.enminuscula.es/proyecto/salmon-de-noruega-2/>

<sup>29</sup> <http://www.globalstonefilms.com/SPOTS%20PUBLICITARIOS/NORGE.html>



**NORUEGA PRODUCTOS DEL MAR DE Noruega**

El Atlántico, el Báltico y Arctico del lago de NORUEGA son fuente de los productos del Mar de Noruega, salvaje controlado que garantiza:

- Ingredientes 100% naturales y controlados por expertos profesionales
- Los productos son capturados y procesados por expertos profesionales
- Limpio y puro como el ambiente en esta nación por la garantía del gobierno de Noruega.

Desde este lugar cuando viajar a cualquier país, es mejor poder para preparar la comida, de la Noruega.

**Guía de preparación**  
Descubre la gran variedad de platos de primera calidad, sus diferentes cortes y las distintas formas de cocinarlo. Todo lo que se puede crear con Salmón Noruego.

<b>FILETES</b> 	Cocínalos en plancha, a la parrilla, al horno, al vapor, etc. Es ideal para platos sencillos de preparar en el hogar.	<b>PICADA</b> 	Es un plato básico de Salmón Noruego. Se puede utilizar en ensaladas, salsas, pastas, etc.
<b>CUBOS</b> 	Los cubos congelados son una excelente opción como bocanitas o pasta.	<b>LOMOS</b> 	Cocínalos en sartén, horno, a la parrilla, etc. Son ideales para preparar un asado de Salmón.
<b>SOLIVALLA</b> 	El punto de congelación es el más apropiado para mantenerlos con sus nutrientes, sabor y su forma.	<b>SALMÓN</b> 	Es el plato básico de Salmón Noruego. Se puede utilizar en ensaladas, salsas, pastas, etc.

**Salmón Noruego**  
Mi mejor secreto

De Noruega a tu mesa


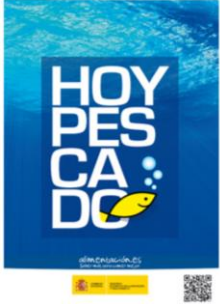


30

En el caso de España, 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 de promoción a cargo del *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*<sup>31</sup>, desarrolla 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.

<sup>30</sup> <http://www.marketingnews.es/gran-consumo/noticia/1085604028005/salmon-noruego-mayor-campana-comunicacion-historia.1.html>

<sup>31</sup> <http://www.alimentacion.es/es/campanas/pescados/>

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

<p>➤ Spot Publicitario "Que Bien Sienta el Pescado Congelado" <sup>32</sup></p> <p>Con esta Campaña se pretende inculcar que el pescado congelado es un alimento natural cuya conservación se prolonga gracias a la acción del frío que mantiene todos sus nutrientes y cualidades. Gracias a la congelación es posible conservar los pescados y mariscos durante meses con su sabor, textura y aroma, así como todas sus vitaminas, minerales, proteínas y ácidos grasos.</p>	
<p>➤ Hoy Pescado <sup>33</sup></p> <p>Con el objetivo de orientar el consumo de productos pesqueros, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, ha elaborado el folleto Hoy pescado, donde se informa de las propiedades nutricionales que poseen en cuanto a su contenido en proteínas, vitaminas, minerales y Omega 3. El pescado, el marisco y sus productos derivados, son la principal fuente natural de ácidos grasos poliinsaturados de cadena larga Omega3, y destacan por su elevado contenido</p>	
<p>➤ Tallas Mínimas <sup>34</sup></p> <p>Con esta campaña se pretende inculcar el respeto a las tallas mínimas.</p>	
<p>➤ Omega 3 <sup>35</sup></p> <p>El Ministerio ha realizado diversas campañas de información acerca del contenido en Omega 3 Natural de los productos de la pesca y la acuicultura</p>	

<sup>32</sup> [http://www.alimentacion.es/es/canal\\_tv/spots/?PageNumber=9&tcmUri=tcm:5-50788](http://www.alimentacion.es/es/canal_tv/spots/?PageNumber=9&tcmUri=tcm:5-50788)

<sup>33</sup> [http://www.alimentacion.es/imagenes/es/Foll\\_desplegable\\_A3\\_ok\\_tcm8-19328.pdf](http://www.alimentacion.es/imagenes/es/Foll_desplegable_A3_ok_tcm8-19328.pdf)

<sup>34</sup> [http://www.alimentacion.es/es/campanas/pescados/tallas\\_minimas/default.aspx](http://www.alimentacion.es/es/campanas/pescados/tallas_minimas/default.aspx)

<sup>35</sup> [http://www.alimentacion.es/es/campanas/pescados/omega\\_3/default.aspx](http://www.alimentacion.es/es/campanas/pescados/omega_3/default.aspx)

<p>➤ Valora Tu Pescado <sup>36</sup></p> <p>Campaña para la valorización de productos de origen pesquero y acuícola</p>	
<p>➤ Pescado Congelado "La Mar de Ventajas" <sup>37</sup></p> <p>Con esta Campaña se pretende inculcar que el pescado congelado es un alimento natural cuya conservación se prolonga gracias a la acción del frío que mantiene todos sus nutrientes y cualidades. Gracias a la congelación es posible conservar los pescados y mariscos durante meses con su sabor, textura y aroma, así como todas sus vitaminas, minerales, proteínas y ácidos grasos.</p>	
<p>➤ Que bien sienta el pescado congelado <sup>38</sup></p> <p>Con esta Campaña se pretende inculcar que el pescado congelado es un alimento natural cuya conservación se prolonga gracias a la acción del frío que mantiene todos sus nutrientes y cualidades. Gracias a la congelación es posible conservar los pescados y mariscos durante meses con su sabor, textura y aroma, así como todas sus vitaminas, minerales, proteínas y ácidos grasos.</p>	
<p>➤ Spot Publicitario: Pescado Congelado, La Mar de Ventajas <sup>39</sup></p> <p>Con esta Campaña se pretende inculcar que el pescado congelado es un alimento natural cuya conservación se prolonga gracias a la acción del frío que mantiene todos sus nutrientes y cualidades. Gracias a la congelación es posible conservar los pescados y mariscos durante meses con su sabor, textura y aroma, así como todas sus vitaminas, minerales, proteínas y ácidos grasos.</p>	

<sup>36</sup> <http://www.alimentacion.es/es/campanas/pescados/valora-tu-pescado/default.aspx>

<sup>37</sup> [http://www.alimentacion.es/imagenes/es/2013\\_congelados\\_mediapagina\\_tcm8-19234.pdf](http://www.alimentacion.es/imagenes/es/2013_congelados_mediapagina_tcm8-19234.pdf)

<sup>38</sup> [http://www.alimentacion.es/imagenes/es/Publirecetas\\_42pag\\_BAJA\\_tcm8-19233.pdf](http://www.alimentacion.es/imagenes/es/Publirecetas_42pag_BAJA_tcm8-19233.pdf)

<sup>39</sup> [http://www.alimentacion.es/es/canal\\_tv/spots/?PageNumber=9&tcmUri=tcm:8-20710](http://www.alimentacion.es/es/canal_tv/spots/?PageNumber=9&tcmUri=tcm:8-20710)

## VIII. Opiniones de Actores Relevantes en el Mercado.

ProChile consultó la opinión empresas del sector y la Asociación de Mayoristas de Productos del Mar<sup>40</sup>. Las conclusiones son las siguientes:

### 1.- Importadores/Exportadores Españoles de Productos del Mar

- Han trabajado con productos del mar de Chile.
- Reconocen la calidad del Salmón Congelado de Chile.
- Han importado en algún momento Salmón Congelado de Chile, pero dejaron de hacerlo por un tema de precio.
- En estos momentos trabajan con producto de Alaska y Noruega, proveedores tradicionales de este producto.
- Opinan que Chile sin duda tiene buenos productos pesqueros que se ajustan a las necesidades del mercado local.
- El Salmón de Chile, no es tan demandado como el Salmón del norte de Europa.

### 2.- Asociación de Mayoristas de Productos del Mar

- La Asociación nos informa que se importa mucho Salmón congelado, principalmente de Noruega.
- El producto chileno se conoce y se ha trabajado en alguna ocasión, pero se encarece mucho el precio por la distancia a la hora de traerlo a España.
- Trabajan sobre todo con Noruega por tema de proximidad.
- El producto chileno tendría más potencial en este mercado, si fuera ofrecido a precios más bajos.

---

<sup>40</sup> [www.conxemar.com](http://www.conxemar.com)

## IX. Fuentes de información relevantes.

- **Mercasa**

[www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)

Paseo de La Habana, 180, 28036, Madrid.

Mercasa es una empresa pública de la Administración del Estado, cuyos accionistas son la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, a través del Fondo Española de Garantía Agraria (FEGA).

Mercasa presta servicio público al conjunto de la cadena alimentaria, de manera especial en el escalón mayorista de alimentación fresca, a través de la Red de Mercas; pero también de cara a la producción agraria y pesquera, facilitando la comercialización mayorista procedente de origen; al comercio minorista en todos sus formatos, a la hostelería independiente u organizada, y a las empresas de restauración social.

Mercasa ha promovido y gestiona junto a los Ayuntamientos respectivos la Red de Mercas, que cuenta con 23 Unidades Alimentarias, grandes complejos de distribución mayorista y servicios logísticos, que cubren toda la geografía española.

Asimismo, Mercasa gestiona una Red propia de Centros Comerciales que responde a la vocación de servicio público como instrumento de apoyo a la vertebración del pequeño comercio detallista en zonas especialmente necesitadas o de nueva expansión urbana. Adicionalmente, responde a la demanda de aquellos Ayuntamientos, cuyos municipios requieren de apoyo público y que se concreta en zonas donde no concurre la iniciativa privada.

- **Boletín Oficial del Estado**

[www.boe.es](http://www.boe.es)

Av. de Manoteras, 54, 28050, Madrid.

El Boletín Oficial del Estado (BOE) es el diario oficial español dedicado a la publicación de determinadas leyes, disposiciones y actos de inserción obligatoria. Su edición, impresión, publicación y difusión está encomendada, en régimen de descentralización funcional, a la Agencia Estatal.

- **Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**

[www.magrama.gob.es](http://www.magrama.gob.es)

Paseo de la Infanta Isabel, 1, 28014, Madrid.

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España (en ocasiones designado por el acrónimo Magrama) fue un departamento ministerial con competencias en materia de lucha contra el cambio climático, protección del patrimonio natural, de la biodiversidad y del mar, agua, desarrollo rural, recursos agrícolas ganaderos y pesqueros, y alimentación. Existió con

esta denominación desde 2011 hasta 2016, que ha pasado a la denominación Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA).

- **Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad**

[www.aesan.mspes.es](http://www.aesan.mspes.es)

Paseo del Prado, 18, 28014, Madrid.

El Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad de España es el actual departamento ministerial con competencias en política sanitaria, política social e igualdad

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

[www.comercio.gob.es](http://www.comercio.gob.es)

Paseo de la Castellana, 162, 28046, Madrid.

Pertenece al Ministerio de Economía y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio, la Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica de Comercio Exterior, es la encargada del control de calidad comercial, a través de los servicios de Inspección SOIVRE.

SOIVRE: Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones. En la actualidad el Servicio lo forman los Centros de Inspección de Comercio Exterior, donde se recogen las normas generales y específicas que han entrado en vigor el día 01.04.92, dependen del Ministerio de Industria y Turismo. Algunas de sus funciones son: la inspección de la calidad comercial, el examen documental, el control de los productos de importación y exportación, informar sobre las deficiencias observadas, expedir certificados, iniciar expedientes sancionadores, etc.

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

[www.conxemar.com](http://www.conxemar.com)

Avda. Beiramar, 29, 36202, Vigo (Pontevedra).

Conxemar es la Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de la Pesca y Acuicultura está consolidada como un instrumento de unión fundamental en el sector del congelado en nuestro país.

Las 219 empresas asociadas a las que representa suman, en conjunto, una facturación anual cercana a los 7.584 millones de euros y más de 15.481 empleos

- **Internacional de Productos del Mar Congelados (CONXEMAR)**

[www.conxemar.com](http://www.conxemar.com)

IFEVI - Avenida do Aeroporto, 772, 36318, Vigo (Pontevedra)

La Feria Internacional de Productos del Mar Congelados (CONXEMAR), sirve de encuentro a la totalidad del sector transformador: Mayoristas, importadores, exportadores, transformadores, fabricantes, distribuidores, frigoríficos, maquinaria, industria auxiliar (frío, embalajes, plásticos, etc.), que se realiza en la ciudad de Vigo, España; anualmente en el mes de octubre.

La feria se encuentra consolidada entre las dos más importantes del mundo con una superficie expositiva actual de 31.500 m<sup>2</sup>.

- **Mercamadrid**

[www.mercamadrid.es](http://www.mercamadrid.es)

Avda. de Madrid s/n, 28053, Madrid.

Unidad Alimentaria para el abastecimiento y distribución de alimentación fresca, gestionada por la empresa mixta Mercamadrid, S.A.

Accionistas de Mercados Centrales de Abastecimientos de Madrid, S.A. (Mercamadrid):

Excmo. Ayuntamiento de Madrid: 51,13%

Empresa Nacional MERCASA: 48,63%

Otros (Gremios y Usuarios): 0,24%

Mercamadrid, S.A. está adscrita al Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo del Ayuntamiento de Madrid.

Mercamadrid es una de las Unidades Alimentarias referentes en el panorama internacional, gracias no solo a las infraestructuras y servicios disponibles, sino muy especialmente, gracias a la importante actividad y dinamismo que las empresas instaladas están demostrando en los últimos tiempos.

Concentra una de las ofertas más amplias y diversas de alimentación fresca, con los mejores productos procedentes de más de 40 países y la posibilidad de distribuirlos a los cinco continentes en tiempos y procesos muy competitivos. Todo en un único espacio, que trabaja día y noche para abastecer una demanda que excede a lo local, con más de 12 millones de consumidores y un ámbito de influencia de 500 km.

Reúne tanto a los Mercados Centrales de Pescados, Frutas y Hortalizas de Madrid, como al Mercado de Carnes, a empresas polivalentes especializadas en el sector alimentario y a un amplio rango de empresas de servicios: frío industrial, conservación, logística, transportes, manipulación, etc.

Este mercado de mercados se ha consolidado como el mayor mercado europeo de alimentación perecedera y el segundo a nivel mundial con respecto al Mercado Central de Pescados, después del Tsukiji de Tokio.

Dispone de 222 hectáreas al servicio de las 800 empresas instaladas en su superficie.

# X. Anexos

## Anexo Nº 1: Normativa Etiquetado

### a) Glaseado:

Si el producto presenta glaseado (agua que se utiliza para recubrir los productos congelados a fin de preservarlos de la oxidación y la deshidratación) superior al 5% 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:

- Precio por kilogramo de peso neto.
- Precio por kilogramo de peso neto escurrido.
- Porcentaje de glaseado.

### b) Productos de la Pesca, la Acuicultura y el Marisqueo. Congelados y Ultracongelados. Envasados:

El tamaño adecuado de la etiqueta (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 3º 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<sup>41</sup>, 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 del 20 de diciembre de 2002 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>

---

<sup>41</sup> [www.mapama.es](http://www.mapama.es)

## 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<sup>42</sup>, 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*<sup>43</sup> 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 pienso<sup>44</sup>s 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.

---

<sup>42</sup> Comida para los peces.

<sup>43</sup> [www.efsa.europa.eu/](http://www.efsa.europa.eu/)

<sup>44</sup> Comida para los peces.

## **Reglamento No 178/2002, 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.

## **Legislación Vertical o Sectorial sobre Identificación de Productos, con fines diversos**

Existe una serie de disposiciones que establecen 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 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 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).

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](mailto: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.

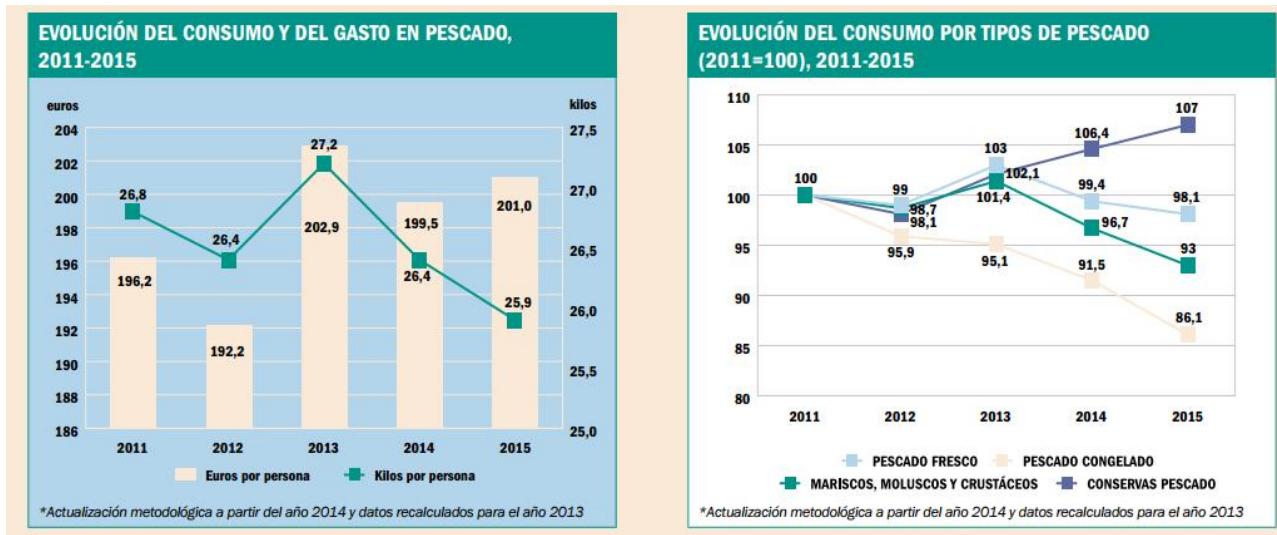
C/Velázquez, 144. 28071 Madrid

Tel: 913 476 035/ 6036

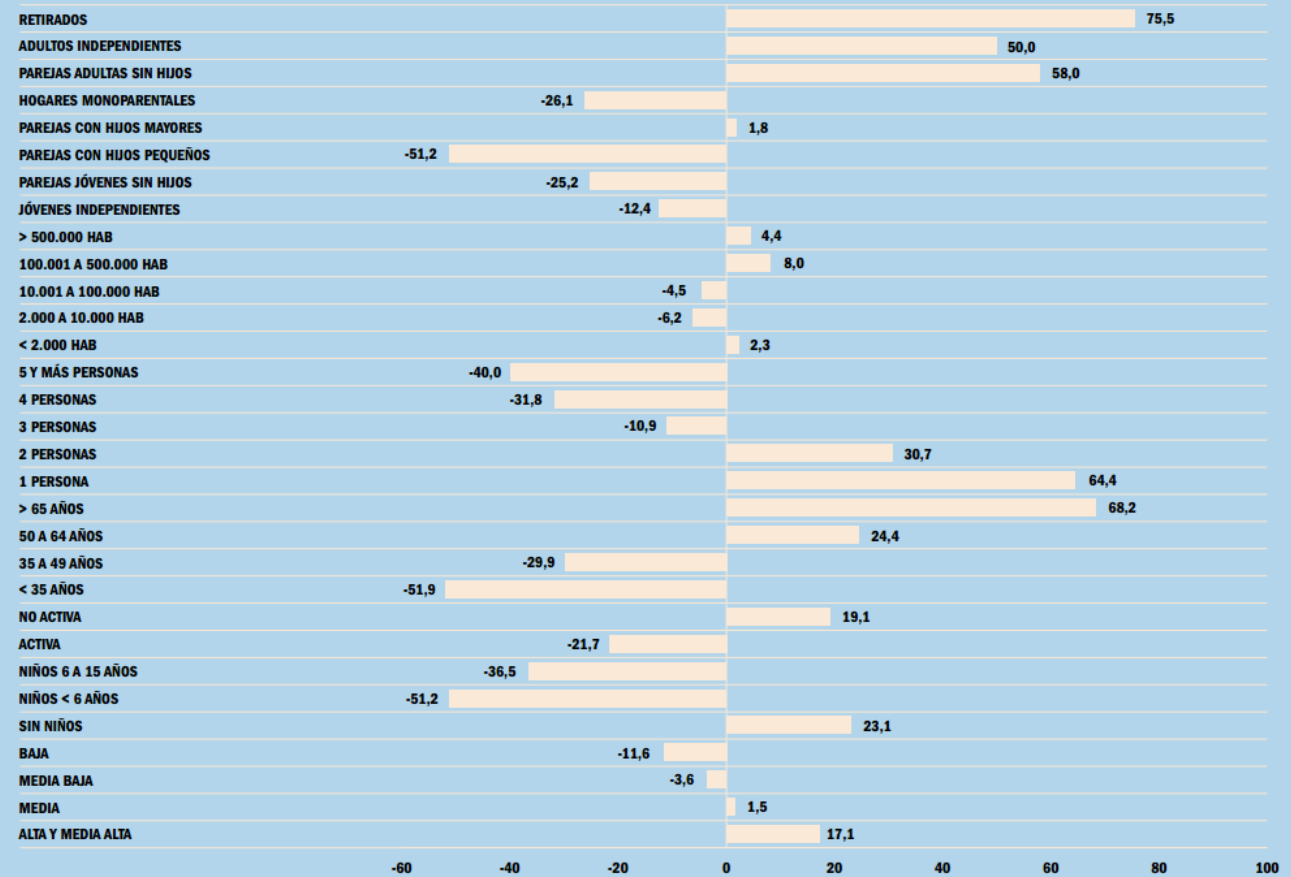
E-mail: [indrn\\_pes@marm.es](mailto:indrn_pes@marm.es)

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

## Anexo Nº 3 - Evolución del Consumo y Gasto en Pescado

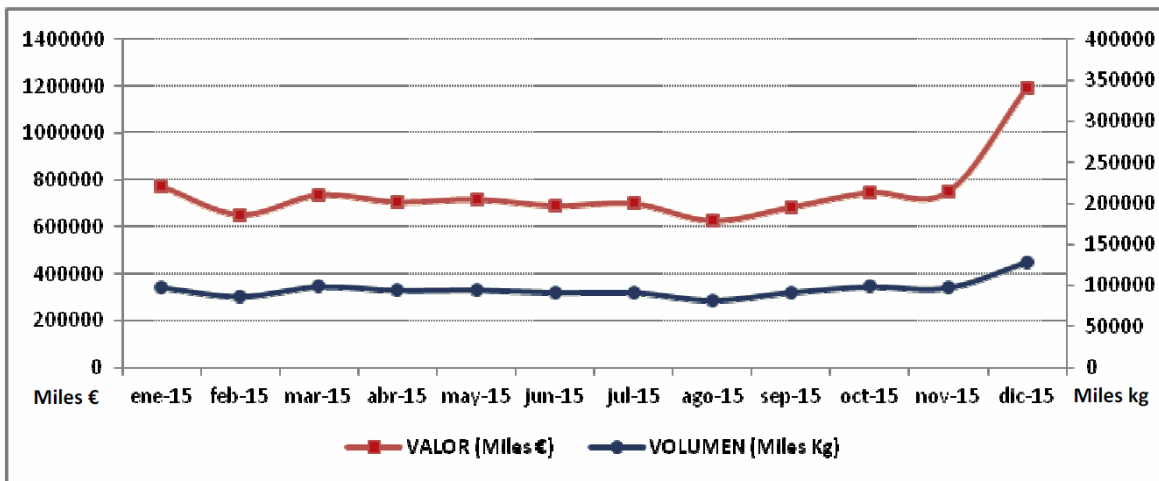


### DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PESCA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



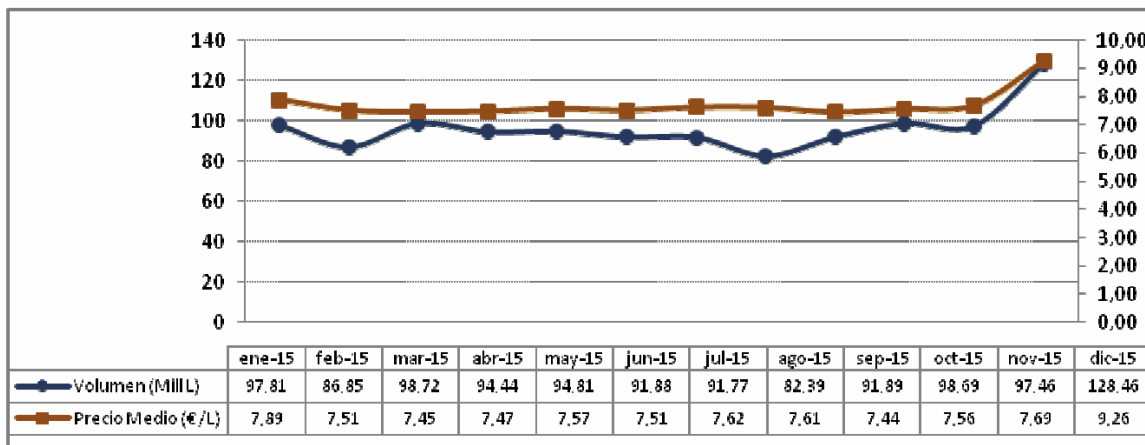
	TOTAL PESCA	% Variación Vs. Mismo periodo año anterior
<b>VOLUMEN (Miles Kg)</b>	1.155.167,99	-2,4%
<b>VALOR (Miles €)</b>	8.968.600,43	0,3%
<b>CONSUMO X CAPITA</b>	25,90	-1,9%
<b>GASTO X CAPITA</b>	201,05	0,8%
<b>PARTE MERCADO VOLUMEN (Kg)</b>	3,94	-0,04
<b>PARTE MERCADO VALOR (€)</b>	13,38	-0,08
<b>PRECIO MEDIO €/Kg</b>	7,76	2,7%

Evolución mensual de total gasto y total compras. (Enero-Diciembre 2015)



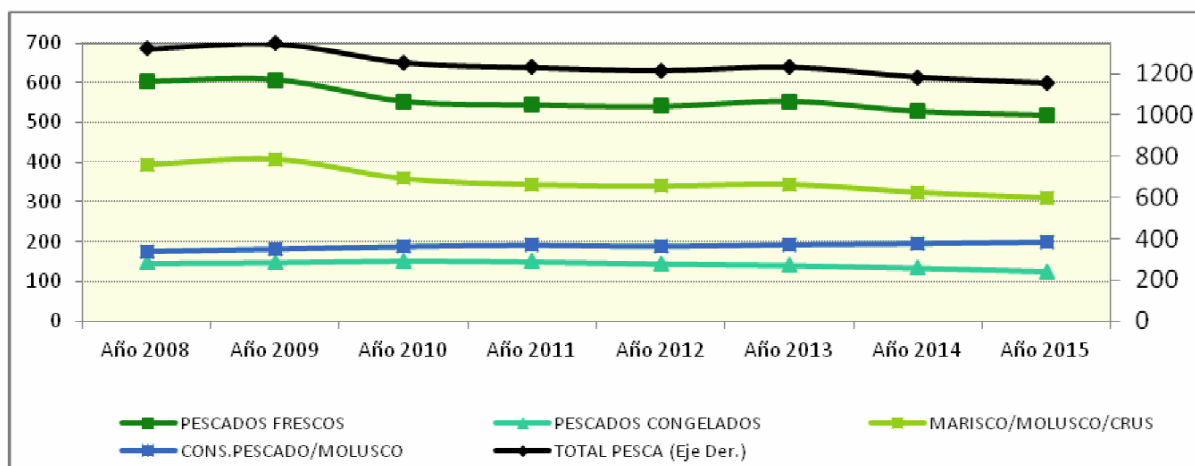
La categoría pescados (incluye pescado fresco, congelado, mariscos, moluscos, crustáceos y conservas de pescados y moluscos), incrementa su volumen y su valor en los últimos meses del año coincidiendo con el periodo navideño.

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg). (Enero-Diciembre 2015)



Se observa el incremento del precio medio así como del volumen en el último mes del año, coincidiendo con las fiestas navideñas.

### Evolución anual de total compras (millones kg). (Desde año 2008 hasta año 2015) <sup>40</sup>



En el cuadro anterior, la lectura del eje de la izquierda se corresponde con los siguientes tipos: pescados frescos, conservas de pescado/molusco, pescados congelados, marisco/molusco/crustáceo, y la lectura del eje de la derecha se corresponde con el total pesca.

Fuente: Informe de consumo de alimentación en España 2015 (Mercasa)