
Estudio de Mercado Pulpo Congelado en España

Mayo 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Madrid

pro|CHILE

ÍNDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	6
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	9
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	9
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	10
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	10
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	15
1. Estadísticas 2010	15
2. Estadísticas 2009	15

3. Estadísticas 2008	15
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	15
1. Potencial del producto	15
1.1. Formas de consumo del producto	16
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	18
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen)	18
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto	18
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto	20
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	232
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	266
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	28
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	29
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	33
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	35
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	36

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

0307.5910

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Pulpos (Octopus spp) congelados

Código FAO: OCZ

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

Código Taric: 0307.59.10.00



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento (R) / Decisión (D)
Erga omnes	Derecho terceros países	8 %	R 2658/87
SPG	Preferencias arancelarias	2,8 %	R 732/08

Fuente: Taric

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Reglamento(R) / Decisión (D)
Chile	Preferencias arancelarias	0 %	D 0979/02 Acuerdo de Asociación Chile – UE

Fuente: Taric

Documentos necesarios para poder acogerse al régimen arancelario preferencial bilateral que beneficia a Chile, según lo dispuestos en el Acuerdo de Asociación Chile – Unión Europea:

a) Prueba de origen :

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

Los certificados de circulación EUR1 se expiden en Chile por la Dirección de Relaciones Económicas Internacionales - DIRECON - del Ministerio de Asuntos Exteriores. Esta Dirección también es responsable de la concesión, seguimiento y supervisión de las autorizaciones a los exportadores autorizados. Asimismo, es competente para efectuar los controles posteriores realizados a petición de una autoridad aduanera de la Comunidad.

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

b) Validez:

Las pruebas de origen tienen una validez de 10 meses.

c) Exentos de presentar pruebas de origen:

La prueba de origen no será necesaria en el caso de que el valor de los productos importados sea inferior a 500 euros o 1.200 euros¹ si es que los productos forman parte del equipaje personal.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Nombre		Origen	Derechos
Islandia	IS	Espacio Económico Europeo (Bilateral)	2,4 %
Noruega	NO	Espacio Económico Europeo (Bilateral)	2,4%
Liechtenstein	LI	Espacio Económico Europeo (Bilateral)	8%
Suiza	CH	EFTA (Bilateral), Terceros	8%
Islas Feroe	FO	Ac. Preferencial (Bilateral), Terceros	8%
Moldavia	MD	Ac. Preferencial , Terceros	0%
Sudáfrica	ZA	Acuerdo Preferencial (Bilateral),SPG, Terceros	8%
Méjico	MX	Ac. Preferencial (Bilateral), SPG, Terceros	0%

Fuente: Taric

4. OTROS IMPUESTOS

Impuesto sobre el valor añadido – IVA: 8%

Existe una exención del IVA para las importaciones definitivas de la subpartida arancelaria 0307.59.10.00 efectuadas en los puertos por los armadores de buques de los productos de pesca que procedan directamente de sus capturas, en el mismo estado en que se capturaron o sometidas operaciones destinadas exclusivamente a preservarlas para su comercialización, tales como limpieza, troceado, clasificación y embalaje, refrigeración, congelación o adición de sal. Dichos productos no deberán haber sido objeto de una entrega previa a la importación. Según Ley 37/1992 (BOE 29-12-1992 www.boe.es).

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

En Unión Europea (UE) las normas de importación de los productos de la pesca y acuicultura están armonizadas, es decir, todos los países del bloque aplican las mismas condiciones de importación y certificaciones requeridas a

¹ Nota informativa: Tipo de cambio medio 2010 euro / dólar: 1 € = 0,75 US\$. Fuente Banco Central.

países terceros. En el caso de España el Ministerio de Sanidad y Consumo es el responsable de verificar los requisitos de higiene alimentaria de los productos pesqueros importados desde países terceros.

Dentro de las normas generales para la importación de los productos de la pesca se resalta la obligatoriedad de que los productos pesqueros importados por la UE están sujetos a una certificación oficial, fundada en el reconocimiento por la UE de la autoridad competente del tercer país, en el caso de Chile, el Servicio Nacional de Pesca – SERNAPESCA (Decisión 2006/766/CE, modificada por la Decisión 2009/951/EU y la lista de los países se han incluido en el anexo II (productos pesqueros) de la citada). Este reconocimiento formal de la fiabilidad de la autoridad competente constituye un requisito previo para exportar a la UE. Es por ello que SERNAPESCA dispone de atribuciones y recursos legales adecuados que garantizan las inspecciones y controles a lo largo de toda la cadena productiva cubriendo los aspectos relacionados con la higiene, salud pública y salud animal para los productos de la acuicultura.

SERNAPESCA es la que negocia con la UE las condiciones de exportación de los productos pesqueros. Otras partes interesadas o empresas privadas que deseen exportar a la UE, han de contactar con SERNAPESCA.

Como elementos específicos, para la exportación de productos pesqueros, el país de origen del recurso debe figurar en el listado de países admisibles para el producto en cuestión, y Chile sí figura. Solo se permitirán importaciones de los establecimientos y buques autorizados (por ejemplo, plantas de transformación, buques, congeladores o buques factoría o almacenes frigoríficos) inspeccionados por SERNAPESCA, el que determina que cumplen todos los requisitos comunitarios. La Comisión Europea con estos antecedentes configura y mantiene una lista de establecimientos autorizados a la exportación de productos del mar.

Listado de Establecimientos de Chile autorizados por la UE actualizada el 03/04/2011:
https://webgate.ec.europa.eu/sanco/traces/output/FFP_CL_es.pdf

Los pescados importados que se comercializan en España, son controlados por las autoridades sanitarias de los puestos de inspección fronterizos, donde se comprueba que proceden de países y establecimientos autorizados por la Unión Europea así como el cumplimiento de la legislación europea. Estas inspecciones incluyen controles físicos, realizando análisis de laboratorio. Si se detectan sustancias no autorizadas, además de rechazar inmediatamente el producto, se intensifican los controles de las siguientes expediciones de la misma procedencia, pudiendo la UE adoptar medidas de salvaguardia, con nuevas inspecciones sobre el terreno y en última instancia se puede prohibir las importaciones. Sin perjuicio de los controles a que pueda ser sometido en frontera, las Comunidades Autónomas también pueden realizar inspecciones cuando el pescado está ya en los canales de comercialización en España.

Dado lo anterior, los requisitos sanitarios de importación, se explican desde tres puntos de vista: las ubicaciones objeto de control sanitario, los productos objeto de control sanitario y los procedimientos de control sanitario.

1. Ubicaciones donde se efectúa el control sanitario de los productos: en la Comunidad Europea existen múltiples instalaciones en las fronteras autorizadas para el control de productos de la pesca procedentes de países

terceros, de acuerdo con la Decisión 2001/881/CE. Estas instalaciones se denominan Puestos de Inspección Fronterizos (PIF), y en la actualidad existen 299 en la UE-27, de los cuales 40 están ubicados en España (22 puertos y 18 aeropuertos).

2. Productos objeto de control sanitario: en el momento de la importación, se exige el cumplimiento de una normativa específica para los productos de la pesca de terceros países. Se destacan:

2.1. Principios generales de sanidad animal para peces y moluscos: países y zonas de producción autorizados.

2.2. Principios generales de higiene como la trazabilidad y la responsabilidad de las autoridades competentes y los operadores.

2.3. Requisitos de marcado sanitario y etiquetado

2.4. Requisitos de seguridad química: aditivos, saborizantes, contaminantes, residuos (hormonas)

2.5. Requisitos de seguridad biológica: criterios microbiológicos, alimentos irradiados, subproductos

2.6. Medidas especiales de protección frente a determinados países (alertas alimentarias y sanitarias)

2.7. Otros requisitos específicos: etiquetado comercial. Esta normativa es horizontal y abarca a muchos tipos de productos, especificándose en cada caso las particularidades para los productos de la pesca.

3. Procedimientos que se efectúan en el control sanitario: en los Puestos de Inspección Fronterizos, se verifica el cumplimiento de la normativa aplicable a ese producto, se lleva a cabo siguiendo el procedimiento establecido en la Directiva 97/78/CE (disposición incorporada al ordenamiento jurídico español mediante el RD 1977/1999).

3.1. Control Documental: supone la comprobación de los certificados veterinarios. También se comprueban otros documentos que acompañan a la partida (Factura comercial, Conocimiento aéreo (Air Bill) o Conocimiento marítimo (Bill of Lading), Declaración sumaria aduanera, etc.). Se expone:

3.1.1. Procedimiento de control documental para los productos de la pesca procedentes de países terceros

3.1.2. Procedimiento adicional de control documental en el caso de transbordos o descargas

3.1.3. Modelos de documentos

3.2. Control de Identidad: implica la verificación de la correspondencia entre los documentos y el producto en sí, por inspección visual. Aquí se comprueban las marcas sanitarias, pesos.

3.3. Control Físico: requiere la comprobación del propio producto, por medio de inspección simple o toma de muestras y análisis de laboratorio.

La subpartida arancelaria 0307.59.10.00, no tiene vinculadas restricciones cuantitativas (contingentes, así como precios mínimos o máximos de importación).



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

REQUISITOS GENERALES

> Factura Comercial	> Declaración del valor de aduana
> Documento Único Administrativo (DUA)	> Documentos de transporte
> Seguro de transporte	> Lista de carga

REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA LA SUBPARTIDA 0307.59.10

<p>> CONCAL: Control de calidad a la importación, efectuado por los servicios del SOIVRE, según establece la Orden PRE/3026/2033 (BOE 01/11/2003), modificada por la Orden ITC/2869/2009 (BOE 28/10/2009).</p>	<p>> SANIM: Inspección sanitaria (control documental, de identidad y/o físico) previo a la importación (despacho a libre práctica). Las partidas deben declararse y controlarse antes de su despacho a libre práctica. Salvo que se indique lo contrario, esta medida afecta a todos los productos destinados a uso o consumo humano encuadrados bajo el código NC correspondiente.</p> <p>> SANITIN: Control sanitario a la introducción en el territorio de la UE. Esta medida afecta a todos los productos sujetos a controles veterinarios de conformidad con la Decisión 2007/275/CE.</p>
<p>> PEIL: autorización pesquera para el control de la pesca ilegal. El despacho a libre práctica está supeditado a la presentación de un certificado de captura, según lo establecido en el Reglamento CE 1005/2008 L-286. Dicho documento se consignará en la casilla 44 del DUA con la clave C673. El certificado de captura tendrá que ser presentado ante la Secretaría General del Mar, que emitirá la autorización de importación (Código de casilla 44DUA: 1311).</p>	<p>> TSANT: Inspección sanitaria en tránsito</p>

> **Etiquetado:** 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 nº 3, de 3 de enero de 2003), y el Real Decreto 1702/2004, de 16 de julio, por el que se modifica el anterior (BOE nº 172, de 17 de julio de 2004), en los que se detalla la información que debe constar en el etiquetado de estos productos.

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

Las distintas administraciones locales vinculadas al proceso de importación son:

- Control de calidad: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría General de Comercio Exterior, Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica de Comercio Exterior
Paseo de la Castellana, 162. 28071 Madrid
Tel: (+34) 913 493 754 - Fax: (+34) 913 493 740
E-mail: sgsoivre.sssc@mcx.es Website: <http://www.comercio.mityc.es/comercio>

- Control sanitario: Ministerio de Sanidad y Política Social, Dirección General de Salud Pública y Sanidad Exterior, Subdirección General de Sanidad Exterior - SGSE
Paseo del Prado, 18-20. 28014 Madrid
Tel: (+34) 901 400 100 - Fax: (+34) 913 601 343
E-mail: saniext@msc.es Website: <http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/home.htm>

- Control sobre pesca ilegal: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Dirección General de Recursos Pesqueros y Acuicultura, Subdirección General de Asuntos Pesqueros Comunitarios
C/Velázquez, 144. 28071 Madrid
Tel: (+34) 913 476 035/ 6036 - Fax: (+34) 913 476 037
E-mail: indrn_pes@marm.es Website: www.mapa.es/en/pesca/infopesca.htm

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS

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.

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.

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

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

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

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

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

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

c) Los productos de la pesca, la acuicultura y el marisqueo congelados y ultracongelados presentados al consumidor final **sin envasar:** según detalla el punto 3 del artículo 3° del Real Decreto 1380/2002, y será

expuesta en una tablilla o cartel sobre el producto o próximo a él, y habrá de incluir las siguientes especificaciones:

- Denominación comercial de la especie
- Método de producción
- Zona de captura o cría
- Forma de presentación: entero, filetes y otros
- Denominación: " Producto congelado"
- Precio por Kg de peso neto
- Precio por Kg de peso neto escurrido
- Porcentaje de glaseado (si es >5%)

d) Productos **ultracongelados**: El Real Decreto 1109/1991, por el que se aprueba la Norma General relativa a los alimentos ultracongelados destinados a la alimentación humana, (BOE nº 170, 17/07/1991). Este caso particular es aplicable a los productos definidos como:

- "los productos alimenticios que hayan sido sometidos a un proceso adecuado de congelación denominado "congelación rápida" o "ultracongelación", que permita rebasar tan rápidamente como sea necesario en función de la naturaleza del producto la zona máxima de cristalización",
- y "la temperatura de los productos en todas partes, tras la estabilización térmica, se mantenga sin interrupción a temperaturas iguales o inferiores a -18°C",
- y "que sean comercializados de modo que indiquen que poseen esta característica".

Las menciones que deben constar en el etiquetado de estos productos cuando están destinados al consumidor final, restaurantes, hospitales comedores y colectividades similares, además de las citadas en los anteriores apartados dedicados a la identificación de los productos pesqueros, según estuviesen envasados o no, son las siguientes:

- Fecha de duración mínima
- Periodo de almacenamiento
- Temperatura de conservación y/o equipo conservación exigido
- Menciones "Ultracongelado" o "congelado rápidamente", acompañando a la denominación de venta
- Leyenda "No congelar de nuevo tras la descongelación"

Cuando no estén destinados al consumidor final, restaurantes, hospitales, comedores y colectividades similares, las **únicas indicaciones obligatorias** serán las siguientes:

- Menciones "Ultracongelado" o "congelado rápidamente", acompañando a la denominación de venta
- Cantidad neta, expresada en unidad de masa
- Lote

- El nombre o la razón social o la denominación del fabricante o envasador, o el de un vendedor establecido en el interior de la Comunidad Europea, y en todos los casos, su domicilio.

Ejemplo de etiqueta destinada al consumo final:



Pescado congelado.

La etiqueta, cartel o tablilla que acompañe a estos productos debe incluir la información siguiente:

ZONA DE PROCEDENCIA O DE CRÍA:
Nos indica la zona geográfica del océano o mar donde han sido capturados los pescados, o la zona de cría para los productos procedentes de acuicultura.

DENOMINACIÓN COMERCIAL:
Nos permite identificar fácilmente la especie del pescado. Las denominaciones empleadas son las oficialmente recogidas en la legislación vigente. En los productos congelados envasados deberá incluirse la denominación científica de la especie.

MODO DE PRESENTACIÓN:
Informa sobre la forma de presentación o el tratamiento del producto:

- Eviscerado
- Con cabeza: c/c
- Sin cabeza: s/c
- Fileteado: FI
- Con Piel
- Sin Piel
- Otros

P.V.P. NETO ESCURRIDO:
Para productos congelados sin envasar.

PORCENTAJE DE GLASEADO:
No obligatorio cuando sea inferior al 5%.

MÉTODO DE PRODUCCIÓN:
Informa sobre el método de obtención del producto:

- Pescado o pesca extractiva
- Pescado en aguas dulces
- Criado o acuicultura
- Marisqueo

Example Label Content:

PESCADO CONGELADO

Zona de procedencia o cría: **MAR CANTÁBRICO**

Denominación comercial: **JUREL**

Método de producción: **PESCA EXTRACTIVA**

Presentación: **C/C**

%Glaseado: **7%**

P.V.P. KILO

P.V.P. NETO ESCURRIDO

Fuente: Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos (FROM) y Gobierno de la Comunidad de Madrid

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (miles kg.)	Monto (miles US\$)	% Participación en el Mercado sobre el monto
Marruecos	16.552	120.777	55
Mauritania	3.803	23.520	11
China	2.957	17.750	8
Chile (10º/30)	663	2.638	1
<i>Subtotal</i>	<i>23.975</i>	<i>164.685</i>	<i>75</i>
Total	36.123	220.644	100

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (miles kg.)	Monto (miles US\$)	% Participación en el Mercado sobre el monto
Marruecos	20.023	127.653	54
Mauritania	9.158	50.064	21
China	3.710	17.720	7
Chile (8º/33)	1.188	4.340	2
<i>Subtotal</i>	<i>34.079</i>	<i>199.777</i>	<i>84</i>
Total	43.375	237.254	100

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad (miles kg.)	Monto (miles US\$)	% Participación en el Mercado sobre el monto
Marruecos	23.239	229.627	65
Mauritania	4.475	37.105	10
Portugal	2.374	20.000	6
Chile (5º/39)	1.334	7.749	2
<i>Subtotal</i>	<i>31.422</i>	<i>294.481</i>	<i>83</i>
Total	42.776	353.701	100

Fuente: Datacomex para la subpartida 0307.59.10.00 (posibilidad de actualización a través de: http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx)

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

El pulpo es posiblemente el más popular de los cefalópodos, de gran valor culinario. En las pescaderías españolas se puede comprar fresco, cocido y congelado, siendo en este último caso imprescindible, entre otras referencias, que se identifique claramente su origen.

En cuanto al pulpo fresco, refrigerado las importaciones apenas suponen entre un 5 – 10 % de la oferta de la Red de Mercas (mercados mayoristas de España), destacando los orígenes más representativos de Francia, Marruecos y Portugal. Así pues, en este formato las entradas de oferentes nacionales son las grandes protagonistas, con las lonjas de Andalucía, Galicia, Cataluña o Valencia a la cabeza que, en conjunto, suministrarían más del 80% del producto. Situación bien distinta en el pulpo congelado, donde el 80 % del género responde al producto exterior, con cuotas muy destacadas de países africanos y asiáticos.

España es el tercer importador mundial de pulpo congelado, solo por detrás de Japón e Italia. Marruecos es el principal abastecedor mundial, seguido muy de cerca por Mauritania. En 2010, las cantidades importadas a nivel mundial evidenciaron una caída con respecto a la registrada en 2009. El precio medio del pulpo importado de estos principales orígenes se desplomó en 2009 y se recuperó algo el año pasado. Las oscilaciones de precio del pulpo procedente de estos dos países influyen considerablemente sobre las exportaciones del resto de los países.

En lo relativo al consumo, la recesión económica ha modificado el comportamiento de los consumidores, que se han vuelto más racionales, más atraídos por la marca de distribución y menos propensos a comer fuera del hogar. Unas tendencias que, debido a la duración y profundidad de la crisis, se podrían mantener incluso después de la recuperación económica. Esto se explicaría principalmente en aquellos mercados donde el gasto del consumidor ha sido excesivo previo a la crisis impulsado por el endeudamiento, como es el caso de España.

Por otra parte, el nivel de penetración de los productos congelados en España es alto. Un dato de interés es que en este país dos de cada diez comidas y cenas son en base a productos congelados. Los congelados son un sector con un buen potencial de crecimiento y por tanto requiere innovación más allá de la mejora continua. Las vías de expansión son varias: mercados emergentes, submercados donde se aprecia la calidad de los productos, captar cuota de la competencia.

El pulpo es una especie que se captura durante los doce meses del año.



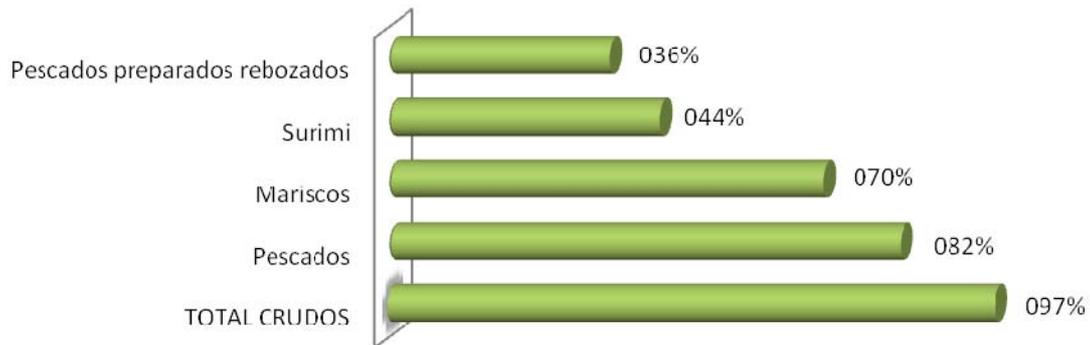
Por tipología del producto la más apreciada es el pulpo común (*Octopus vulgaris*). Algunas referencias cifran en unas 100.000 tn. las capturas de esta especie a nivel mundial. Es el más abundante y comercializado, principalmente fresco o cocido, ostentando un gran prestigio culinario. En España se encuentra principalmente en el litoral gallego y es éste la referencia que más aprecia el consumidor español, considerándolo sin parangón.

Las otras especies comestibles más comunes o susceptibles de ser sustitutivas, aunque de menor valor comercial son: el pulpo almizclado (*Eledone moschata*), localizado en el Mediterráneo. En España en la costa catalana – levantina y Baleares principalmente y de menor tamaño que el anterior y, el pulpo blanco (*Eledone cirrosa*) que se encuentra en el Atlántico y algo en el Mediterráneo, también más pequeño que el común y su comercialización en España suele ser en conserva, destino habitual para casi todos los ejemplares de pequeño tamaño. Por último, el pulpo patudo (*Octopus macropus*) que habita en el Mediterráneo, Atlántico y Pacífico.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Según el último estudio publicado por el FROM, respecto al tipo de producto adquirido, el español comprador de productos del mar congelados prefiere los productos al natural, al pescado rebozado. Los resultados indican que 8 de cada 10 consumidores han comprado pescado crudo congelados en los últimos meses (ver gráfico).

Penetración de compra por tipo de productos del mar



Fuente: FROM

El pescado congelado es el producto que se consume con más frecuencia, casi 4 veces al mes, mientras que los crustáceos, mariscos y moluscos congelados una vez al mes y es en este último grupo donde se engloba el pulpo.

Atendiendo al comportamiento de compra se observa que la media de adquisición mensual de los productos del mar congelados es de casi dos veces al mes. Por su parte los compradores de pescado crudo congelado son los que acuden con más frecuencia a la compra (2,2 veces al mes).

El estudio señala que estos consumidores de pescado congelado realizan su compra de forma compulsiva, ya que solo el 40% se detiene a mirar el producto, la etiqueta, etc. La compra más directa se produce en la selección de surimi y el pescado preparado rebozado (68% o 65% respectivamente).

Los resultados del estudio evidencian una serie de hechos, destacando el perfil del comprador de productos pesqueros congelados, que mayoritariamente es de sexo femenino, con una edad de entre 31 y 45 años, que trabaja la jornada completa, cuyo hogar está formado por entre 3 y 4 personas y no convive con niños menores de 15.

Otros aspectos destacables sobre el proceso de compra, son que el 56% de encuestados estaba realizando una compra de productos puntuales que necesitaba en ese momento, frente a un 44% que realizaba una compra de carga, para tener una reserva de congelados en casa.

Además, tan solo un 23% de compradores de productos del mar llevaba lista de la compra, frente a un 77% que no la llevaba, y casi un 90% de los encuestados trasladan el producto a casa sin bolsa térmica.

En cuanto a los aspectos más susceptibles de mejora en relación a la sección de congelados de las tiendas, estos son la facilidad para encontrar el producto que busca, y la indicación de precios y promociones.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

El consumidor digital español ha crecido desde el 2000 a la fecha en un 400% y dentro de las 10 actividades online más valoradas por los españoles está la compra online (10º)².

Sin embargo esta tipología de compra es todavía la actividad que menos frecuencia diaria presenta a pesar de que la búsqueda previa se realiza frecuentemente a través de internet, sobre todo para determinados sectores.

Por otra parte, los mercados electrónicos en España, en tamaño y alcance, son bastante reducidos; sin embargo según los estudios de la Revista Distribución y Consumo³ una excepción es el sitio del mercado de la distribución mayorista de pescado, como es el caso del Portal de Pesca y Pescado Congelado “Pesca2” www.pecado2.com. También han proliferado otros portales de distribución directa al cliente final, como es el caso de www.lonxanet.com especializada en productos del mar gallegos.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

El importador local de pulpo considera que el precio es un referente para la elección del proveedor y origen del recurso.

El producto local y el marroquí, por lo general, tienen un precio más elevado que el importado de Chile o Perú. No obstante, tanto el español como el de Marruecos disponen además de buena calidad, pero también una amplia gama de tamaños que, en el caso de Chile o Perú, es más reducida. Los ejemplares más valorados y demandados por los intermediarios, sobre todo hostelería y pescaderías, son aquellos que superan los 3 kg,

Hoy por hoy, con un mermado consumo interno motivado por la crisis económica que afecta a España, la ventaja competitiva es, sin duda, el precio ante los mismos calibres. Por otra parte, los operadores españoles, aún sin querer generalizar, no comprarían un producto más caro por contar con elementos de producción sostenible; sin embargo, ante las mismas condiciones de precios, si optarían por éste.

Por otra parte el importador, a la hora de seleccionar un proveedor, no diferencia el producto peruano del chileno, lo consideran al mismo nivel y ambos son extraídos de la misma macrozona de captura. En este caso, vuelve a ser el precio el factor clave para exportar al mercado; sin embargo, la apertura de información de precios de las transacciones internacionales hace que entre la competencia se esté al corriente de estos valores, todos saben a cuánto se está vendiendo, por lo que se llega a pujar muy a la baja para hacerse con la operación y perjudicando así

² Fuente: Digital Life de TNS

³ Revista Distribución y Consumo nº41 marzo-abril de 2011

al resto de exportadores sin hacer diferencia en el origen, dichas variaciones provocan elevados cambios en los márgenes que se obtienen en origen.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO

La estacionalidad de los alimentos no es tan rígida como hace dos décadas. Ahora es posible disponer de casi cualquier producto cualquier día del año gracias a los avances tecnológicos de los sistemas de producción y de conservación. No obstante, todo ser vivo tiene su ciclo biológico, lo que explica que podamos hablar de pescados de temporada.

En el caso de los productos del mar, además se han creado reglamentos que ordenan la actividad pesquera, lo que determina que haya unas épocas de consumo preferentes por su mayor disponibilidad, mayor productividad y en consecuencia mejor precio. Sin embargo, la necesaria importación que España tiene de recursos pesqueros permite el suministro del producto durante todo el año.

Según reza el refrán, la mejor época de consumo para el pulpo, y en general para los moluscos, es en los meses con “erre” (de septiembre a abril).

Pulpo: temporada o mejor época de consumo ⁴	
Origen	Temporada
Producto local	Todo el año
Producto de importación	Todo el año

⁴ Fuente: Mercasa: Guía práctica pescados y mariscos.

La estacionalidad global de las ventas de pulpo ⁵	
Porcentaje sobre total del año	
Enero	2,9 %
Febrero	5 %
Marzo	5,5 %
Abril	5,4 %
Mayo	4,8 %
Junio	10,3 %
Julio	10,7 %
Agosto	7,8 %
Septiembre	7,7 %
Octubre	9,3 %
Noviembre	7 %
Diciembre	13,4%

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Datos de consumo en los hogares españoles: Pesca 2010 ⁶					
Producto	Volumen (miles de kg)	Valor (miles de €)	Precio medio kg	Consumo per cápita	Gasto per cápita
Total pesca	1.254.015	8.750.445	6,98	27,3	190,4
Pescados	706.323	4.573.770	6,48	15,3	99,5
Pescados frescos	553.557	3.624.380	6,55	12,0	78,9
Pescados congelados	152.766	949.387	6,21	3,3	20,6
Pulpo congelado	7.372	51.473	6,98	0,1	1,1
Pulpo	1.403	9.735	6,94	0	0,2

⁵ Nota metodológica: la estacionalidad de las ventas se han calculado en base a la comercialización de volúmenes de pulpo congelado durante los cuatro último años en Mercamadrid (principal mercado mayorista de pescado de España y de la Unión Europea).

⁶ Fuente: Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino de España www.marm.es

Las familias españolas gastaron en 2010 un 2,3% menos en alimentación (un total de 67.086 millones de euros) debido fundamentalmente a la caída del consumo, que fue de un 1,1% respecto al volumen de 2009⁷.

Sobre el total de alimentación, los productos de la pesca supusieron el 13% del gasto, con 1,25 millones de toneladas consumidas durante 2010. Esta cifra representa un descenso del 6,9% en volumen y un 6,7% en valor (8.750 millones de euros) ambas en relación al año anterior.

En el último año los productos pesqueros siguieron la misma tendencia decreciente que la mayor parte de los alimentos, salvo el pescado congelado y las conservas de pescado y marisco que lograron romper la tendencia bajista del total del grupo pescados. Así pues, el pescado congelado creció un 0,9% en valor y las conservas un 0,2%.

En lo relativo al consumo de pescado congelado en los hogares españoles, éste aumentó un 2,9% en 2010 y concretamente el pulpo congelado alcanzó un grado de penetración (porcentaje de hogares compradores) superior al 7% respecto a 2009.

En el conjunto de los hogares españoles, el consumo per cápita de productos de la pesca se mantuvo relativamente estable durante el pasado ejercicio, con una media de 27,3 kilos por persona, cantidad que representa un descenso de 2,6 kilos respecto a 2009. Lo mismo sucede con el gasto per cápita, que baja 17,7 euros de media, situándose en 190,49 euros.

En 2010, **las zonas de mayor consumo** per cápita de pescado por comunidad autónoma (división administrativa del territorio español) son Castilla León, Cantabria y Asturias. Sin embargo, este ranking cambia si disgregamos el mercado por consumo de pescado congelado, y es aquí donde Andalucía, Cataluña, Madrid y Valencia despuntan sobre la media nacional (ver tabla).

⁷ Fuente estadística: Panel de Consumo Alimentario 2010 según el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino de España www.marm.es

Consumo y gasto de productos pesqueros por Comunidad Autónoma, 2010⁸

Comunidad Autónoma	Total pesca					Pescado congelado					Pulpo Congelado				
	CPC (kg)	GPC (€)	Volumen (tm.)	Valor (mill €)	Precio medio kg	CPC (kg)	GPC (€)	Volumen (tm.)	Valor (mill €)	Precio medio kg	CPC (kg)	GPC (€)	Volumen (tm.)	Valor (mill €)	Precio medio kg
Cantabria	35,52	251,04	19.928	140.853	7,07	3,88	23,38	2.175	13.119	6,03	0,51	3,71	285	2.087	7,33
Castilla y León	35,09	235,96	91.975	618.365	6,72	3,75	22,30	9.810	58.421	5,96	0,41	2,76	1.104	7.237	6,56
Asturias	33,85	244,09	36.622	264.225	7,21	2,46	16,07	2.656	17.409	6,55	0,39	2,64	427	2.856	6,69
Galicia	31,95	221,26	93.516	647.547	6,92	2,48	15,00	7.281	44.718	6,14	0,57	4,02	1.717	11.727	6,83
País Vasco	31,24	235,93	69.046	521.415	7,55	2,75	19,92	6.040	44.014	7,29	0,06	0,52	155	1.139	7,35
Aragón	29,51	198,85	39.355	265.109	6,74	3,55	21,36	4.765	28.480	5,98	0,06	0,40	73	521	7,13
La Rioja	27,91	194,99	9.017	62.994	6,99	3,54	20,87	1.146	6.739	5,88	0,01	0,09	5	30	6,49
C. La Mancha	27,85	181,08	60.855	395.740	6,50	3,26	19,14	7.107	41.799	5,88	0,06	0,46	144	1.004	6,96
Madrid	27,74	196,81	167.922	1.191.012	7,09	3,33	21,57	20.113	130.647	6,50	0,04	0,41	326	2.459	7,54
Cataluña	27,59	212,52	193.202	1.489.038	7,71	3,09	20,97	21.599	146.853	6,80	0,10	0,80	671	5.518	8,22
Navarra	25,82	188,68	16.413	119.902	7,31	2,54	17,25	1.616	10.961	6,78	0,03	0,29	24	182	7,65
Andalucía	25,69	166,53	211.257	1.369.913	6,48	3,69	21,60	30.403	177.688	5,84	0,06	0,41	517	3.408	6,59
Valencia	24,28	163,52	125.087	842.544	6,74	3,64	22,34	18.729	115.089	6,15	0,11	0,74	536	3.786	7,06
Extremadura	23,64	150,64	25.157	160.193	6,37	3,82	21,25	4.056	22.577	5,57	0,05	0,31	54	344	6,34
Murcia	22,90	157,04	32.590	223.362	6,85	3,05	18,43	4.357	26.224	6,02	0,26	1,91	373	2.695	7,22
Baleares	21,83	161,82	21.796	161.528	7,41	2,96	19,30	2.957	19.276	6,52	0,05	0,41	54	404	7,44
Canarias	18,83	129,33	40.274	276.703	6,87	3,73	21,20	7.957	45.374	5,70	0,42	2,83	906	6.077	6,71

El mayor consumo y gasto per cápita de pulpo congelado se da en las comunidades autónomas de Galicia, Cantabria, Canarias y Castilla León y la menor penetración se da en los hogares de las comunidades autónomas de La Rioja, Navarra, Madrid y Baleares.

El precio medio del pulpo alcanzó en 2010 su valor más alto en Cataluña, Navarra, Madrid y Baleares y en el extremo opuesto se sitúan las autonomías de Extremadura, La Rioja, Castilla León y Extremadura.

Perfil de los hogares consumidores⁹: En España en los hogares compuestos por parejas con hijos pequeños o de mediana edad fueron los que menos productos de la pesca consumieron, llegando en 2010 el consumo per cápita de estos colectivos a 14,8 y 20,2 kilos de productos del mar respectivamente. Esta cifra es incluso menor, por ejemplo que la registrada en el mismo período por los jóvenes independientes, que tuvieron un consumo per cápita de 25,8 kilogramos.

En el extremo opuesto se sitúan los adultos independientes y las personas retiradas, que en 2010 alcanzaron un consumo per cápita cercano a los 50 kg. Les siguen muy de cerca las parejas adultas sin hijos, con 45,6 kg. per cápita, lo que deja entrever que las personas que viven solas o que no tienen hijos a su cargo son las que más consumo de productos del mar realizan a lo largo del año. Resulta llamativo que las personas sin empleo casi duplican las cifras de consumo del conjunto de la población activa.

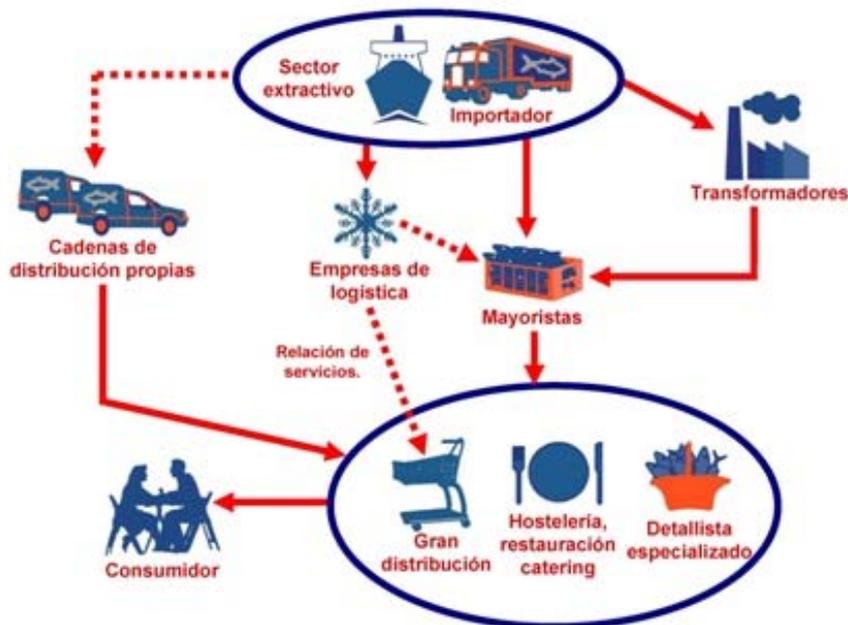
En lo que se refiere al poder adquisitivo de los consumidores españoles, la clase media es la destinataria de la mayor parte de los productos del mar que se consumen en el hogar (más del 50% del total), mientras que las rentas más altas apenas consumieron el 20% de los mariscos y pescados durante el año pasado.

⁸ CPC: Consumo per cápita. GPC: Gasto per cápita.

⁹ Fuente: Revista Conxemar. Marzo 2011

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

a) El circuito comercial del pescado congelado¹⁰ en el canal mayorista:



Sector extractivo: La flota pesquera española está compuesta por unos 11.000 buques, con un arqueo de más de 400.000 GT y alrededor de un millón de Kw de potencia. Por nº de buques la flota más importante es la artesanal, suponiendo un 71% del total. Sin embargo, por arqueo y potencia la flota más importante es la de arrastre dentro de aguas comunitarias. Más del 90% de los buques faenan en el caladero español. El total de la flota captura anualmente entorno a 800.000 Tm de productos pesqueros, siendo aproximadamente un 40% destinados a congelado, aunque este porcentaje es muy variable en función del año.

Importadores: Dado el importante nivel de consumo de productos del mar en España, la producción acuícola y pesquera local no es suficiente para satisfacer la demanda, convirtiendo la balanza comercial en deficitaria. Por tanto, y para cubrir este déficit se hace necesario acudir al producto importado. Dicho producto puede ser desembarcado en puertos pesqueros, o introducido en territorio español por carretera, vía aérea (aeropuerto de Vitoria principalmente) o ferrocarril, a través de los Puestos de Inspección Fronterizos.

¹⁰ Fuente: Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos (FROM) con datos recogidos del Panel de Consumo Alimentario 2010 del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.

Cadena de distribución propia: El sector extractivo, de forma cada vez más habitual, en ocasiones dispone de procesos integrados de producción, elaboración y distribución de productos congelados, dentro de su propia red, a través de la cual aprovisionan a detallistas, principalmente de la gran distribución y cadenas de hostelería y restauración, e incluso a sus propias tiendas de venta al detalle.

Transformadores: Operadores que poseen las instalaciones necesarias para la elaboración del producto y la elaboración del producto final; precocinados, rodajas, aros, filetes, etc.

Empresas de logística: Son empresas de servicios que ofrecen una gestión integrada del producto, desde el almacenamiento y conservación en instalaciones de frío adecuadas al efecto, hasta la distribución del mismo, o la transformación, pero siempre por cuenta de un tercero, no llegando a ostentar la propiedad del producto en ningún momento.

Mayorista: Adquieren el producto congelado, bien ya elaborado, por la industria transformadora, o bien sin elaborar directamente del sector extractivo. En este caso pueden encargar su transformación, por cuenta propia, a empresas de logística y frigoríficas. Sus clientes son minoristas (Horeca, detallistas especializados y gran distribución) u otros mayoristas de distintas poblaciones. Pueden estar ubicados dentro de la red de MERCAS (mercados centrales de destino), con puesto propio en el mercado central, o instalaciones en las ZAC (zonas de actividades complementarias de los Mercas), o bien pueden ser ajenos a dicha red. Lo más habitual en los mayoristas de producto congelado es que estén instalados en las ZAC o fuera de los mercas.

Gran distribución: Con esta denominación se engloban a supermercados e hipermercados. Su importancia ha crecido en los últimos años, siendo su cuota de mercado aproximadamente del 50% para los supermercados y 13% para hipermercados. La gran distribución de carácter regional generalmente se aprovisiona en la red de Mercas. Sin embargo las cadenas de carácter nacional se aprovisionan, a través de sus centrales de compra, bien de grandes empresas mayoristas, o bien desde el origen directamente, mediante agentes en lonja, o mediante contratos de aprovisionamiento directo con el sector extractivo.

Detallista especializado: Establecimientos de venta directa al consumidor. Incluye tanto aquellas pescaderías implantadas en mercados municipales, como las que se encuentran fuera de ellos. Es un sector atomizado que actualmente está perdiendo peso en la distribución de productos pesqueros frente a la distribución organizada. Su oferta es mayoritariamente de producto fresco y en este sentido se constata una especialización de producto. Suelen aprovisionarse en los mercados centrales de destino, salvo en aquellos casos que por proximidad a la costa se aprovisionan directamente en las lonjas. Su cuota de mercado es en la actualidad del 32%.

Horeca y restauración social y colectiva: El consumo de productos pesqueros fuera del hogar constituye aproximadamente el 20% del total, siendo un canal en crecimiento desde hace años, hasta la llegada de la crisis, siendo 2009 y 2010 años difíciles. La oferta de producto pesquero es principalmente de producto congelado. Los proveedores son muy diversos. Así, las cadenas de hostelería y restauración suelen aprovisionarse de grandes mayoristas, mientras que aquellos establecimientos independientes suelen abastecerse de mayoristas instalados, o

no en mercas, a través de distribuidores, o incluso de establecimientos detallistas. Un caso especial es el de los establecimientos establecidos en zonas de costa, que en algunos casos se abastecen directamente en las lonjas.

Consumidor: El consumo de productos pesqueros en España es de alrededor de 27 Kg por persona y año, lo que supone alrededor del 13% del total de gasto alimentario. Por categorías de productos, el pescado fresco supone el 44% de los productos pesqueros consumidos, el pescado congelado el 12%, las conservas el 15%, y los mariscos, moluscos y crustáceos, frescos, congelados o cocidos el 29% restante. Las comunidades autónomas donde se consume más pescado son las del litoral cantábrico y el centro peninsular. Donde dicho consumo es menor es en los archipiélagos Balear y Canario, y en las del sur y levante peninsular.

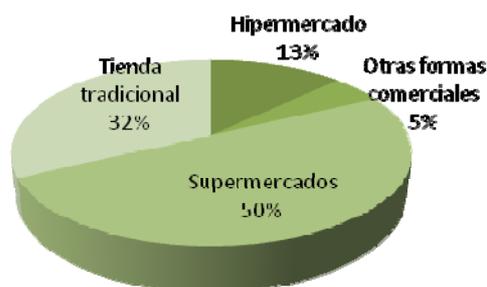
b) Distribución comercial minorista

En cuanto al lugar de compra, el supermercado es el establecimiento elegido por el 50% de las familias españolas a la hora de adquirir productos de la pesca. La tienda tradicional tiene un 32% de la cuota del mercado de distribución; lejos quedan los hipermercados con el 13% del mercado, la venta a domicilio, los mercadillos o los economatos.

El supermercado es también el formato comercial en el que más aumentaron las ventas de pescado fresco y congelado en relación a 2009, en un 12,3%. Por el contrario los hipermercados vieron como en 2010 descendieron su volumen de ventas de pescados frescos en un 5,4% y en menor medida, de los congelados, 0,4%.

Finalmente, en la tienda tradicional cayó el consumo de pescado fresco un 6,8%, pero este descenso se compensó con el aumento del volumen de ventas de pescado congelado, que fue de un 125,5%.

Volumen de ventas de productos del mar por canal, 2010



Fuente: Panel de Consumo Alimentario, Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Pesca

Respecto a la restauración y la hostelería, el 54,4% de las compras se realizan a distribuidores, el 20,9% a los mayoristas y el 15,2% a las tiendas tradicionales; le siguen los supermercados tienen con el 2,9% por último los hipermercados con el 1,5%.

VIII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

- › Cotización del pulpo congelado en los mercados mayoristas - según clasificación/categoría realizada en la red de Mercados Mayoristas¹¹ de España - y correspondiente al precio medio

Congelado	2011 (enero – marzo)	2010	2009	2008
Pulpo gallego	8,5 €/kg.	8,2 €/kg.	9,4 €/kg.	10,1 €/kg.
Pulpo thailandes	5,2 €/kg.	5,1 €/kg.	5,8 €/kg.	5,4 €/kg.
Pulpo Octopus vulgaris	9,5 €/kg.	8,9 €/kg.	8,7 €/kg.	8,3 €/kg.
Precio medio de las tres categorías	7,7 €/kg.	7,4 €/kg.	7,9 €/kg.	7,9 €/kg.

- › Los precios de venta al público o retail¹² corresponden a los **precios medios ponderados nacionales** del pulpo congelado

Precios medios ponderados Euros/kg	2007	2008	2009	2010	2011 (enero-marzo)
Pulpo congelado	12,67 €/kg.	13,05 €/kg.	13,36 €/kg.	13,19 €/kg.	13,21 €/kg.

- › Observaciones y Tendencias

Las líneas de tendencia de los precios anuales, tanto en el canal mayorista como en el minorista, resultan planas.

¹¹ Los precios mayoristas responden a la media de precios cotizados en los Mercas (Unidades de venta mayorista de productos perecederos en España) que comercializan pescado.

¹² Los precios de venta al público o retail vienen dados por los precios medios ponderados nacionales facilitados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Son obtenidos en 27 capitales de provincia a través de la Red de Información de Mercado (32 informadores) tomándose, como mínimo, siete precios por producto: uno en hipermercado, tres en supermercado, dos en tienda tradicional y uno en tienda descuento.

En cuanto a las conclusiones sobre la formación de precios y costes existe una falta de disponibilidad de datos que impide medir cómo varían los precios. Por lo tanto, al no tener información pública sobre el coste de la fase de captura del pulpo, no es factible desarrollar la línea de márgenes brutos del producto dentro de la cadena de comercialización.

No obstante a lo anterior, se podría decir, por la observación efectuada a otros productos que la administración local sí analiza y facilita datos, que los márgenes de los productos frescos a lo largo de toda la cadena de valor suponen en la fase de captura (origen) entre un 45% y un 50% de los costes generados a lo largo de toda la cadena de valor; entorno al 20% - 25% en el mercado mayorista y un 25% - 30% en retail (destino).

A pesar de los elevados costes, los precios que puede alcanzar el pulpo en origen permiten su compensación y la obtención de beneficios para el armador. En este sentido, los costes que cuentan con más peso son transporte, mermas y personal.

Respecto a los precios al consumidor final, éstos pueden oscilar un 20% respecto del valor medio, lo que permite afirmar que la volatilidad de esta variable no es muy elevada. En este sentido, las variaciones de precio que se producen en los eslabones anteriores de la cadena no se trasladan del mismo modo, afectando menos al precio final.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se han detectado campañas de promoción específicas para el pulpo, ni privadas, ni públicas.

Sin embargo, sí existen campañas genéricas que persiguen incentivar y orientar en el consumo de los productos de la pesca y de la acuicultura a la población española. Esta actividad promocional está a cargo del Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos – FROM - ¹³, como organismo autónomo adscrito al Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. El FROM centra sus actividades en el diseño y desarrollo de acciones encaminadas a promocionar el consumo de productos pesqueros, orientar el mercado de estos productos en cuanto a cantidades, precios y calidades, y asistir en sus necesidades técnicas o financieras a asociaciones, cooperativas y empresas del sector.

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

<ul style="list-style-type: none"> • <u>Plan de recuperación del atún rojo (2010)</u> • <u>Población infantil (2010)</u> • <u>Etiquetado</u> • <u>El pescado fresco o congelado, siempre etiquetado</u> • <u>Población Infantil (FROM Radio)</u> • <u>Pescado Azul: ¡Salud!</u> • <u>Acuicultura Marina: Dorada, Lubina y Rodaballo</u> • <u>Trucha</u> • <u>Conservas de pescado y marisco</u> • <u>Atún</u> • <u>Mejillón</u> • <u>Pescados y mariscos congelado</u> • <u>Pezqueñines</u> • <u>Campaña genérica: ¡Qué bien te sienta el pescado!</u> • <u>Campaña de imagen del sector pesquero</u> • <u>Plan de recuperación del atún rojo (2009)</u> • <u>Histórico de otras campañas</u> 	
--	--

¹³ Fuente: FROM

<http://from.mapa.es/es/consumo/campanasPromocionales/campanasPromocionales.aspx?publi=85>

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

✓ El producto en la **cadena mayorista**:



Pulpo (*Octopus vulgaris*) crudo congelado
IQF individualmente o en bloque



Formato: caja de menos de 30 kg.
Envase: bolsa de plástico transparente
Embalaje: Caja de cartón
Paletización: eurpalet



Pulpo (*Octopus vulgaris*) cocido al vacío congelado
Cocción, envasado al vacío y congelación posterior
IQF unidades envueltas en bolsa plásticas



Formato: caja 5-8 kg.
Envase: bolsa de plástico transparente
Embalaje: Caja de cartón
Paletización: eurpalet

	<p>Formato: caja Envase: bolsa de plástico transparente Embalaje: caja cartón Paletización; europalet</p>
<p>Pata de pulpo (<i>Octopus vulgaris</i>) cocida congelada IQF unidades envueltas en bolsa plásticas</p>	

Fuente: empresa Terranova (www.terranova-je.com)

Formatos y categorías más usuales en venta mayorista ¹⁴		
Anteriores		
Sin clasificar	Envase y peso	Transporte
Crudo, fresco o congelado	Caja de madera o cartón de unos 20 kg. Piezas de 3 a 4 kg, unas 6 o 7 unidades/caja.	En camión de toldo, con cartolas fijas en los laterales para evitar el desplazamiento de la carga.
Actuales		
Clasificado	Categoría	Envase y peso y transporte
	<p><u>Crudo:</u> Extra: + 4 kg./pieza Grande: 3 - 4 kg./pieza Mediano: 2 - 3 kg./pieza Pequeño: 1 a 2 kg./pieza y – 1 kg.</p> <p><u>Cocido:</u> Las clasificaciones responden a los códigos* T00, T0, T1, T2, T3 o T4, según los pesos y tamaños, envasados o no al vacío. Además existen los despieces, trozos y patas, envasados al vacío.</p> <p>Nota: las categorías grandes especialmente con destino a la restauración, suelen ser congelados sin cocer. Los pequeños, principalmente cocidos y con fecha de caducidad.</p>	<p>Crudo, en caja poliespán de 10 kg. Los grandes en hielo y agua. Transporte en camión frigorífico a 0º/5º. El congelado tipo tailandés suele estar envasado en cajas o pastillas de 2 kg. El tipo gallego en caja de cartón entre 12 y 25 kg. y las semiconservas en cajas de 5 a 6 kg.</p>

¹⁴ Mercasa: Guía práctica pescados y Mariscos

*Clasificación	Pulpo cocido fresco o envasado al vacío	
	Calibre/talla	Formatos
T00	+2,8 kg./pieza	1 pieza/caja
T0	2,2 a 2,8 kg./pieza	1 pieza/caja
T1	1,7 a 2,2 kg./pieza	1 pieza/caja
T2	1,2 a 1,7 kg./pieza	2 piezas/caja
T3	0,7 a 1,2 kg./pieza	6 piezas/caja
T4	0,3 a 0,7 kg./pieza	10 piezas/caja
Los despieces al vacío, trozos y patas, en sobres o bolsas entre 250 y 600 gr.		

✓ El producto en el **retail**:

- Supermercados La Sirena www.lasirena.es (visualización 28/04/11)

 <p>Patas grandes de pulpo cocido congelado Bolsa 300 g Oferta 8,69 €/unidad</p>	 <p>Pulpo entero congelado Unidad 600 g 8,5 €/unidad</p>
 <p>Pulpo troceado cocido congelado Bandeja 300 g 7 €/unidad</p>	

- Supermercados El Corte Inglés (visualización 28/04/11)

 <p>Pulpo entero crudo congelado. Marca Aliada Bandeja 900 g. neto escurrido 7,89 €/unidad (8,77 €/kg.)</p>	 <p>Pulpo entero crudo congelado. Marca Elmar Bandeja 1000 g neto escurrido 9,25 €/unidad (9,25 €/kg.)</p>
--	--

- ✓ **Puntos de venta:** supermercados sección congelados



X ■ SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Hacia dónde apunta el mercado: En el último estudio publicado por la consultora Nielsen (marzo 2011) sobre el reporte global de las marcas blancas, se destaca que, en los principales mercados mundiales, existe una tendencia ascendente en el consumo de productos de marcas de distribuidor, un crecimiento impulsado por la recesión económica, por la conciencia de ahorro del consumidor y la excelente relación calidad – precio.

La citada consultora, en otro estudio relacionado con el envejecimiento de la población mundial y su efecto en las tendencias de consumo, destaca la importancia cada vez mayor de consumidor de mediana y avanzada edad y la necesidad del retail de potenciar sus estrategias comerciales hacia este perfil de consumidor. El envejecimiento poblacional no es una tendencia a corto ni medio plazo, sino que es una directriz permanente que continuará a lo largo de la segunda mitad del siglo XXI.

De ambos estudios publicados por la consultora Nielsen, podemos extraer como tendencia, que el precio sigue, y parece será, el factor más importante en la decisión de compra del consumidor. En el caso de la penetración de las marcas de distribuidor la motivación de compra principal es la relación calidad - precio, y en el de la población envejecida los ingresos por jubilación no te garantizan el mismo nivel económico. Por esto es por lo que la **demanda muestra un desplazamiento hacia los productos que ofrecen un mejor precio y una gran flexibilidad**, como es el caso de los productos congelados.

Exportación responsable como oportunidad de diferenciación: Un referente en el sector de la alimentación en España, El Corte Inglés, pone en marcha una política de compra sostenible y responsable de productos pesqueros solicitando a sus proveedores, entre los que se encuentra Chile, que eviten la captura de productos procedentes de poblaciones sobreexplotadas o vulnerables, amenazadas, en peligro, con información insuficiente sobre el estado de stocks o protegidas por los reguladores. A su vez, el grupo también promoverá las artes de captura no agresivas y la reducción de las de arrastre indiscriminado. Trabajaré a su vez con sus proveedores en la mejora de la trazabilidad de los productos desde el momento de su captura hasta que llega al consumidor final. Esta iniciativa desarrollada por El Corte Inglés debiera consolidarse como una directriz a seguir por todos los operadores del mercado español, al igual que ya existen en otros países, donde existe conciencia de la importancia que la cadena de valor de los productos de mar tienen a la hora de contribuir a la sostenibilidad y pervivencia de las especies marinas al mismo tiempo que se garantiza la demanda futura del consumidor y la continuidad de todas las industrias relacionadas con la pesca.

El exportador chileno de productos del mar, como parte integrante de la cadena de valor de estos recursos, debiera hacer eco de esta tendencia y sumarse a ella, el mercado apunta hacia un consumo sostenible que pasa por contar con proveedores responsables.

Monitorear el mercado: La evolución de la venta mundial del recurso depende de las cuotas de pesca establecidas por las autoridades marroquíes y mauritanas con el fin de proteger el recurso. Sin embargo, en ocasiones, como sucedió en 2009, a fin de contrarrestar la difícil situación económica, la autoridad mauritana permitió una mayor cuota de captura de pulpo, lo que supuso una sobre-oferta que provocó la caída en los precios. Otro ejemplo se da a primeros de 2011 que las escasas capturas en el Norte de África provocaron un incremento del precio local. Por lo tanto, la situación internacional del pulpo hace que el recurso sea susceptible de análisis constantes para determinar el atractivo de los mercados objetivos, aspecto éste en el que la red externa de ProChile puede apoyar al exportador.

Caso del pulpo congelado: El pulpo es un producto altamente consumido y popular, de baja estacionalidad, con una notable presencia en el mercado a lo largo de todo el año, presentando una demanda estable.

La deficitaria balanza comercial española de pulpo congelado pone de manifiesto la importancia del comercio internacional de este recurso. En este escenario amigable, tanto para la fase de penetración, como de consolidación debemos mostrar seriedad en el cumplimiento de los acuerdos comerciales con el cliente. En este aspecto, la experiencia constata que el mayor daño que puede hacerse a la exportación de un producto - llegando a perjudicar la buena imagen país que en España se tienen de Chile -, es la falta de compromiso, pues si bien es un sector muy atomizado, para estos casos, el boca a boca se convierte en una herramienta letal.

En el último ejercicio (2010), el volumen de exportación de pulpo congelado procedente de Perú ha superado al originario de Chile. De hecho, las exportaciones peruanas han crecido más de un 400%, buscando alcanzar las cantidades enviadas en 2008; y se vuelve a poner de manifiesto la importancia del precio, ya que el precio medio de importación (2010) del pulpo congelado del Perú es más bajo que el procedente de Chile.

Ante una demanda internacional muy sensible al precio, es comprensible que a medida que los envíos peruanos crecen, la participación de las ventas chilenas en el total de las importaciones españolas de pulpo congelado disminuya (mercado maduro de baja elasticidad de crecimiento en la demanda). Estamos ante una fuerte competencia que deja de manifiesto la necesidad de diferenciación y de tener la disposición a desarrollar un poder asociativo que haga al recurso pesquero y la industria vinculada más competitiva.

Consideramos que el mejor escaparate para un sector como el de productos del mar es la feria especializada. Desde estos espacios se observa de forma más precisa las tendencias del mercado, patrones de consumo y demanda, y en definitiva autoanalizar la capacidad de adaptación al dinamismo de los mercados.

ProChile participa como cabecera en las principales ferias del sector a nivel mundial e invita a los exportadores nacionales a formar parte de estas iniciativas, sin dejar de mencionar las facilidades y el valor agregado que otorga la institución. La Oficina Comercial de ProChile en Madrid recomienda prioritariamente la participación en la Feria Conxemar y/o Alimentaria. Estos eventos son claves para estar a la vanguardia de las tendencias, para profundizar y mejorar su modelo exportador, facilitar la apertura de nuevos mercados.

Otra acción de promoción sugerida, y en la que ProChile apoya a través de su amplia red externa, es la misión comercial, mediante la cual podrá prospectar el mercado o consolidarse en él. Esta opción es recomendada para aquellas empresas que ya conozcan el mercado objetivo.

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

La feria recomendada para la participación del sector es Conxemar, líder indiscutible a nivel local y la segunda en importancia en Europa¹⁵.

Nombre	Lugar	Fecha	Sectores	Periodicidad	Web
XIII Feria Internacional de Productos del Mar Congelados: Conxemar	Vigo	4-6 Octubre / 2011	Mayoristas, importadores, exportadores, transformadores, fabricantes, distribuidores, frigoríficos, maquinaria, industria auxiliar, acuicultura	Anual	http://www.conxemar.com/feria.htm
Alimentaria	Barcelona	26-29 marzo / 2012	Fabricantes, distribuidores, importadores y exportadores de productos alimenticios diversos, entre los que están productos del mar. Cuenta a su vez con un salón específico: Interpesca	Bienal	http://www.alimentaria-bcn.com/

¹⁵ Fuente: Revista Conxemar

XIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

> **Boletín Oficial del Estado – BOE -:** www.boe.es dispone de un campo de búsqueda desde donde consultar, entre otras, todas las referencias legales citadas en este documento.

> **Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino –** www.marm.es

> **Procedimiento y tramitación de las importaciones e introducciones de mercancías y sus regímenes comerciales:** Circular de 1 de marzo de 2010, de la Secretaría General de Comercio Exterior, relativa al procedimiento y tramitación de las importaciones e introducciones de mercancías y sus regímenes comerciales: <http://www.boe.es/boe/dias/2010/03/10/pdfs/BOE-A-2010-3997.pdf>

> **Guía del correcto etiquetado de los productos de la pesca y de la acuicultura:** http://www.marm.es/es/pesca/temas/comercializacion-y-mercados-de-los-productos-de-la-pesca/GU07_tcm7-7044.pdf

> **Importación de productos pesqueros:**

1. La importación en territorio español de productos de la pesca requerirá que estos productos vayan acompañados del certificado de captura y de la información relativa al transporte, conforme a lo previsto en el anexo II y apéndice del Reglamento (CE) nº 1005/2008 del Consejo, de 29 de septiembre de 2008, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 12.4 de dicho reglamento.
2. En caso de importación indirecta de productos no transformados, además del certificado de captura, el importador presentará los documentos preceptuados en el artículo 14.1 b) del Reglamento 1005/2008 del Consejo, de 29 de septiembre de 2008. Constituirán pruebas documentales de que los productos no han sido transformados, los documentos a los que se refiere el artículo 8 de la Orden ARM/2077/2010.
3. En caso de importación indirecta de productos transformados, además del certificado de captura, el importador presentará los documentos preceptuados en el artículo 14. 2 del Reglamento 1005/2008 del Consejo, de 29 de septiembre de 2008.

> **Manual de Interpretación de la Legislación en determinados productos de la pesca y la acuicultura,** publicada por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de Guía básica para la interpretación de la legislación relativa al paquete de higiene en determinados productos de la pesca y de la acuicultura y sus diferentes presentaciones. En la página 166 de la publicación se incluye lo relativo al pulpo, indicadores permitidos y referencias legislativas de contaminantes abióticos (metales pesados, hidrocarburos aromáticos policíclicos, contaminantes organocloratos, plaguicidas, residuos de medicamentos veterinarios), normas de muestreo y control oficial de contaminantes, contaminantes bióticos y aditivos permitidos. http://www.marm.es/es/pesca/temas/comercializacion-y-mercados-de-los-productos-de-la-pesca/GU10_tcm7-7047.pdf

> **Revista "FEP España"** supone un canal de información útil para el sector pesquero, colaborando a la divulgación y difusión de las diferentes experiencias que respecto a la aplicación del Fondo Europeo de la Pesca se vayan poniendo en marcha en España. Dirigida tanto a los posibles beneficiarios de las ayudas como a todos aquellos que puedan sentir algún interés por el sector pesquero. Periodicidad cuatrimestral.

http://www.mapa.es/es/pesca/pags/FEP/revista/rev_numero.asp?codrevista=REP

> **Revista "Pesca Internacional"** divulga desde el propio sector, de forma objetiva y en su defensa, las noticias de primera mano e informaciones de mayor actualidad política y empresarial del sector marítimo-pesquero.

<http://www.arvi.org/revista.asp>

> **Revista Conxemar** contenidos específicos del sector de los productos del mar congelados.

http://www.conxemar.com/ediciones_publicadas.htm

> **Estudio "La compra de productos del mar congelados"**. Descargar estudio:

<http://from.mapa.es/es/estudiosTecnicos/estudiosTecnicosDetalle.aspx?id=tcm:85-39765&publi=85>

Aviso: Se ha procurado asegurar la mayor precisión de los datos contenidos en este documento. La exactitud total de la información sólo puede ser garantizada mediante consulta directa de sus fuentes oficiales.

Documento Elaborado por: Gloria García de Vega Ameiro / g.garciadevega@prochile.net