

ESTUDIO DE MERCADO CENTOLLA CONGELADA – BÉLGICA

ProChile Bruselas, Abril 2009

PRODUCTO

Código sistema armonizado chileno SACH: 0306.1410

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Centollas congeladas

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

0306 14 10 Cangrejos de las especies Paralithodes camchaticus, Chionoecetes spp. y Callinectes sapidus

0306 14 30 Buey (Cancer pagurus)

0306 14 90 Los demás

Fuente: http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

Todos los productos que integran este subsector asimilados a esta categoría, bajo la normal general de ingreso de terceros países (aquellos que no poseen acuerdos o normativas preferenciales) ingresan gravando un 7.5%

Arancel Chile	0%
Arancel para países terceros:	7,5%

Fuente: DG Fiscalidad y Unión Aduanera Taric

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Acuerdo de Asociación EU - Chile

Más información: www.direcon.cl/index.php?accion=ue

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

ACUERDO PREFERENCIAL	SGP
México 0 %	Costa Rica 0 %
MEDITERRANEOS	Guatemala 0 %
Argelia 0 %	Nicaragua 0 %
Líbano 0 %	Honduras 0 %
Marruecos 0 %	Panamá 0 %
Túnez 0 %	El Salvador 0 %
Turquía 0 %	Bolivia 0 %
Albania 0 %	Colombia 0 %

Croacia 0 %	Ecuador 0 %
Serbia 0 %	Georgia 0 %
Jordania 0 %	Sri Lanka 0 %
LOME 0 %	Mongolia 0 %
	Moldavia 0 %
	Perú 0 %
	Venezuela 0 %

OTROS IMPUESTOS: IVA = 21%

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Requisitos de ingreso:

Normativa de comercialización

Las importaciones de productos destinados al consumo humano deben responder a los criterios fijados por la Comisión Europea. Para las centollas, deben cumplir con el Reglamento de Base 0979/02 publicado en el Diario Oficial de la CE No. L352 página 0001 del 30/12/2002.

a) Requisitos específicos para centolla congelada 0306 14

- Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano
- Control sanitario de productos pesqueros no destinados al consumo humano
- Etiquetado del pescado
- Productos de producción ecológica

b) Requisitos generales para todos los productos

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

c) Autoridad competente en Bélgica:

AFSCA - Federal Agency for the Safety of the Food Chain - www.afsca.be
 Bd. Simon Bolivar 30
 B-1000 Brussels
 Tel: (+32) 2 208 34 11
 E-mail: info@afsca.be

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

Año 2007: Importación a Bélgica de Centolla Congelada (0306 16)

	2007	Importación Valor (1000 EUR)	Importación Volumen (1000 kg)	Participación en el mercado
1	Países Bajos	895,14	71,9	15%
2	Madagascar	854,05	265,4	15%
3	China, República Popular de	669,12	103,4	11%
4	Estados Unidos	668,21	36,4	11%
5	Nigeria	637,57	126,5	11%
6	Viet Nam	552,6	112,1	9%
7	Francia	390,27	39,3	7%
8	Reino Unido	347,14	30,4	6%
9	Pakistán	335,17	122,7	6%
10	Dinamarca	161,1	8,9	3%
18	Chile	2,38	0,3	0%
	Total INTRA-EUR27	2016,85	162,2	34%
	Total EXTRA-EUR27	3836,69	797,3	66%
		5853,54	959,5	100%

Año 2006: Importación a Bélgica de Centolla Congelada (0306 16)

	2006	Importación Valor (1000 EUR)	Importación Volumen (1000 kg)	Participación en el mercado
1	Nigeria	2751,94	244	31%
2	Madagascar	1264,01	411,2	14%
3	Países Bajos	883,81	49,2	10%
4	Luxemburgo	875,58	77,3	10%
5	Viet Nam	749,57	171,1	8%
6	Francia	672,22	67,1	8%
7	Estados Unidos	536,53	38,1	6%
8	España	225,49	17,1	3%
9	Dinamarca	163,24	9,1	2%
10	Argentina	131,12	6	1%
21	Chile	4,36	0,5	0%
	Total INTRA-EUR27	3062,59	238,8	35%
	Total EXTRA-EUR27	5808,68	952,3	65%
		8871,27	1191,1	100%

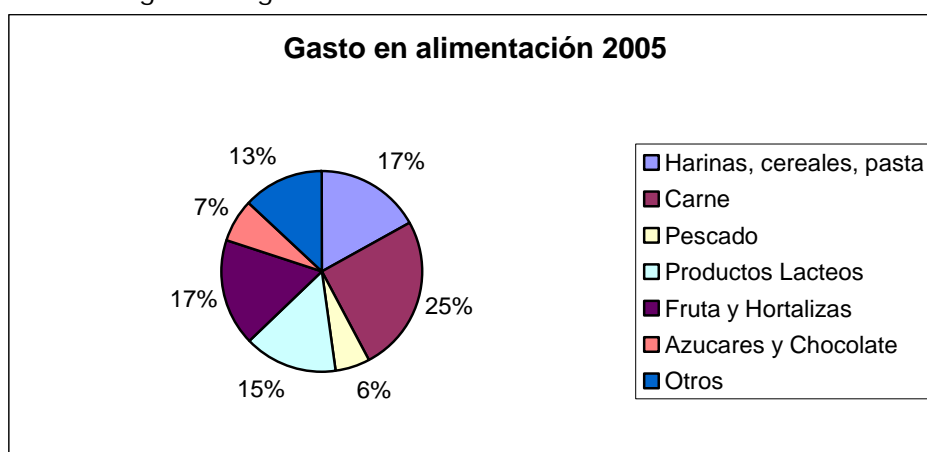
Año 2005: Importación a Bélgica de Centolla Congelada (0306 16)

	2005	Importación Valor (1000 EUR)	Importación Volumen (1000 kg)	Participación en el mercado
1	VietNam	692,87	156,3	18%
2	Países Bajos	670,4	57,7	17%
3	Francia	484,24	31,7	13%
4	China, República Popular de	409,99	130	11%
5	Reino Unido	389,12	32	10%
6	Madagascar	337,87	114,8	9%
7	Estados Unidos	219,49	11,3	6%
8	Luxemburgo	146,92	5,2	4%
9	India	103,13	36,1	3%
10	Alemania	89,86	6,4	2%
	Chile			0%
	Total INTRA-EUR27	1964,38	148,2	51%
	Total EXTRA-EUR27	1896,77	490,1	49%
		3861,15	638,3	100%

Fuente: Eurostat

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Según la Encuesta del Presupuesto del Hogar de 2005, el consumo de pescado en Bélgica es marginal: representa únicamente el 5,53% (menos de 207,63 euros por hogar por año) de la alimentación de un hogar medio belga. La mayor proporción de consumo es la de carnes rojas (947 euros), con casi el 25% del gasto en alimentación. Vemos mejor estas diferencias en el gráfico siguiente:



La parte del gráfico correspondiente al pescado se ha señalado en amarillo. De esta manera se ve que representa aún menos que los azúcares y chocolate o que la partida "otros" en la que se incluyen las salsas y sopas de sobre y otros preparados.

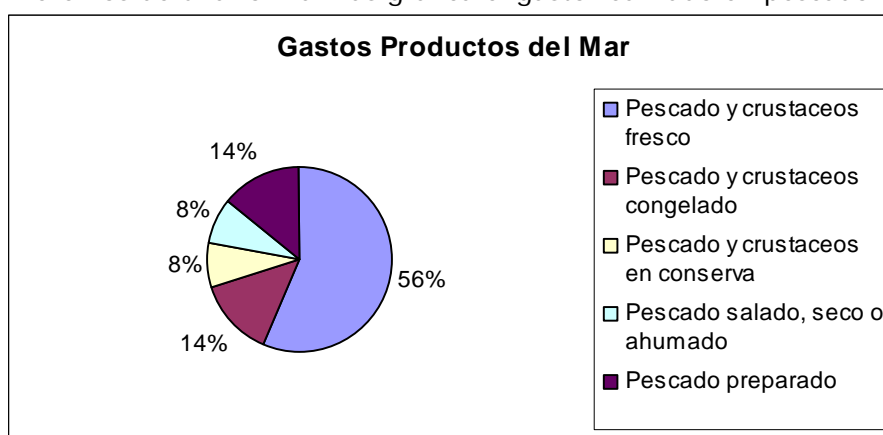
Aún podemos ver más de la Encuesta del Presupuesto del hogar, separando los diferentes tipos de pescado que se consumen en Bélgica, y el gasto que supone para cada hogar. Viendo el consumo de cada tipo de pescado. El que supone mayor gasto es el pescado

fresco (116,54 euros) y representa más de la mitad del gasto en pescado. No obstante últimamente el consumo de pescado congelado empieza ganar terreno en el mercado.

Los gustos del consumidor belga se resumen en lo siguiente: el producto del mar más consumido es el mejillón, importado sobre todo de Holanda, y camarones y entre los pescados, bacalao y el salmón fresco. Salvo el pescado fresco, los demás tipos de pescado (sea congelado, en conserva, salado, ahumado o preparado) obtienen porcentajes similares de gasto por cada hogar.

El bacalao salado se encuentra dentro de la partida de pescado salado, seco o ahumado, pero hay que señalar que el pescado verdaderamente representado en este epígrafe es el ahumado, concretamente el salmón.

A continuación veremos de una forma más gráfica el gasto realizado en pescado:



Además de la disminución de la cantidad de pescados y mariscos disponibles en las aguas belgas y europeas, el aumento de la demanda por parte de los consumidores y de la industria de transformación, hace que Bélgica tenga que abastecerse cada día más de los países fuera de la UE.

En Bélgica como en otros mercados existe cada vez más una mayor preocupación de los por tener una alimentación sana. Ya son habituales las campañas que incentivan el consumo de alimentos sanos entre la población. Estas campañas no sólo se han mantenido sino que se han ido intensificando, con el apoyo y compromiso de las autoridades correspondientes que están muy preocupadas por los problemas de obesidad y otras enfermedades ligadas a malos (o poco sanos) hábitos alimenticios.

Para los crustáceos congelados chilenos, el Acuerdo de Asociación Comercio Chile-EU genera un beneficio ya que desde el primer día de vigencia del acuerdo quedaron libres de arancel, lo que mejorara de manera importante su competitividad en este mercado. No obstante es importante tomar en cuenta que muchos competidores también tienen un arancel preferencial (ver tabla arriba).

El volumen limitado de consumo de productos del mar por el consumidor final no significa que no hay oportunidades para los exportadores chilenos. Estas oportunidades se encuentran en el sector de alimentos procesados en cual Bélgica juega un rol importante por el mercado europeo y mundial. En este momento Bélgica es el segundo exportador de alimentos procesados en el mundo.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Todos los países proveedores de centolla congelada están presentes en la feria European Seafood en Bruselas. Canadá, Tailandia, Francia,... están presentes con un pabellón nacional donde los productores nacionales presentan sus productos. En este evento muchos profesionales belgas (compradores, distribuidores,...) y también el sector Horeca (restaurantes, supermercados,...) vienen visitar sus proveedores y están en la búsqueda de alternativas o productos nuevos.

Durante el año pasado Canadá promocionó en varias actividades gastronómicas sus jaibas. Estas actividades obtuvieron mucha cobertura en la prensa nacional.

Las estrategias genéricas para la promoción de este tipo de productos son:

1. Participación en ferias del rubro de productos del mar o de productos alimenticios en general.
2. Visita a importadores en el mercado de destino.
3. Envío de muestras y realización de seguimiento de la aceptación del producto.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Importadores de productos del mar:

- Mercados mayoristas de productos del mar (Ej. Zeebrugse visveiling, www.zv.be)
- Cadenas de supermercados (que pueden ser importadores directos o comprar a importadores y o distribuidores, para información sobre cadenas de supermercados se recomienda visitar las web sites al final de este documento.
- Mass Merchandisers
- Distribuidores/Agentes/ de productos del mar
- Tiendas y Cadenas de tiendas minoristas de productos del mar y/o productos gourmet
- Otros: empresas procesadoras de productos alimenticios (que utilicen este tipo de productos como materia prima), industria alimenticia, restaurantes y cadenas de restaurantes, hoteles, instituciones, gobierno, etc. (ej. Galana, Pittman Seafood,)

El supermercado domina el mercado del pescado

Los supermercados ocupan un 73% de la venta de pescado fresco, crustáceos y moluscos. En el 92, solo eran un 47%. En los supermercados se compra más pescado de agua dulce, crustáceos y moluscos que pescado marino: más del 78% de las compras de pescado es de agua dulce, crustáceos y moluscos.

A contrario de los últimos 10 años últimamente el numero las tiendas especializadas en pescado ha incrementado de nuevo.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

En los supermercados belgas no se encuentra centolla congelada.

Centolla en conserva:



SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

- Visitar ferias y exhibiciones especializadas en el mercado europeo, para conocer en terreno las tendencias de consumo y tomar contacto con distribuidores o importadores.
- Preparar Información completa, clara y en inglés de la oferta.
- Efectuar degustaciones en puntos de venta.
- Efectuar promociones cruzadas con otros productos (vino, fruta, productos del mar, turismo).
- Enfocarse hacia el cliente, lo que implica conocer sus necesidades y preferencias, como una estrategia para aumentar participación de mercado.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

- **FERIA SEAFOOD- BRUSELAS- BELGICA: 28-30/04/2009 -**
www.euroseafood.com

La feria Seafood es un evento que reúne a los vendedores y compradores de productos del mar de toda Europa y del mundo entero. En este encuentro, más de 1600 expositores de 77 países participan.

- **FERIA SIAL: noviembre 2010 -** www.sial.fr

Feria internacional de los productos alimenticios.

- **HORECA EXPO:** feria de alimentos dirigido al sector Horeca
Maaltekouter 1
9051 Gent (St Denijs-Westrem)
Tel: +32 9 241 92 11
Fax: +32 9 241 94 75
E-mail: horeca@flandersexpo.be
Página Web: www.horecaexpo.be

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

- **Sitios Web de la Unión Europea:**

- **Export Helpdesk** es un servicio en línea, suministrado por la Comisión Europea, para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea.

http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

- **EUR-Lex** ofrece acceso directo y gratuito a la legislación de la Unión Europea. El sistema permite consultar el Diario Oficial de la Unión Europea y, entre otras cosas, incluye los tratados, la legislación, la jurisprudencia y los trabajos preparatorios de la legislación.

<http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>

- **Sitios interesantes:**

- **Pefa**, www.pefa.com, es el mercado de pescado fresco más grande de Europa. A través del sistema de ventas por internet, los compradores pueden comprar pescado directamente en las 13 subastas participantes en Suecia, Dinamarca, Holanda, Bélgica e Italia.

- **Supermercados en Bélgica:**

Colruyt: www.colruyt.be

Delhaize: www.delhaize.be

Makro www.makro.be

Carrefour – GB www.carrefour.be

Mestdagh www.champion.be

ISPC www.ispc-int.com (solamente para profesionales del sector

Horeca)