

## ESTUDIO DE MERCADO CENTOLLAS CONGELADAS – ESPAÑA

ProChile Madrid, Marzo 2009

### PRODUCTO

**CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:** 0306 14 21

### DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

- Nombre científico: *Lithodes Antarcticus*
- Nombre común: Centolla del Sur
- Nombre comercial: Chilean King Crab
- Productos/presentación: Cocido – Congelado, Entera – Evíscerada, carne, pinzas, conserva.
- Talla promedio (caparazón): 11,5 cm.
- Principales mercados de destino: Taiwán, República Popular China, Francia, Estados Unidos, Hong Kong, Alemania, Tailandia, España, Brasil, Bélgica.

### CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

Código	Descripción del producto
03	PESCADOS, CRUSTÁCEOS; MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS, ACUÁTICOS
0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y "pellets" de crustáceos, aptos para la alimentación humana
S.C	- Congelados
0306 14	-- Cangrejos (excepto macruros)
0306 14 10	--- Cangrejos de la especie <i>Paralithodes camchaticus</i> , <i>Chionoecetes</i> spp. Y <i>Callinectes sapidus</i>
0306 14 30	--- Buey ( <i>cancer pagurus</i> )
0306 14 90	--- Los demás
0306 14 90 10	----Cangrejos de la especie <i>Geryon affinis</i>
<b>0306 14 90 90</b>	<b>----Los demás</b>

El nombre comercial como se conoce en España es "centolla chilena".

### OBSERVACIÓN

Es importante señalar que la partida arancelaria española, con la cual entra este producto es la 0306.14.90.90 que agrupa Los demás Cangrejos. De este modo, la subpartida española 0306.14.90 incluye la partida SACH 0306.14.21.

## SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

- Régimen de comercio a las importaciones: libre

- Derechos arancelarios:

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Pié de página	Reglamento/ Decisión
Erga omnes	Derecho terceros países	7,5 %		<a href="#">R9822610</a>
<b>Chile</b>	<b>Preferencias arancelarias</b>	<b>0 %</b>		<a href="#">D0209790</a>

Fuente DG Fiscalidad y Unión Aduanera [Taric](#)

## ARANCEL GENERAL

Todos los productos asimilados a esta subfamilia, ingresan bajo la categoría de **Terceros países** (aquellos que no poseen acuerdos o normativas preferenciales) gravan un **7,5%** de arancel según R9822610.

Bajo el Sistema de Preferencias Generalizadas – **SPG** - que la UE concede el acceso libre de derechos o una reducción arancelaria para determinados productos importados de los países beneficiarios el arancel aplicado es del **2,6%**.

## ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

El régimen arancelario preferencial en virtud del Acuerdo de asociación suscrito entre Chile y la Unión Europea, hace que el producto (0306 14 90 90) ingrese con un **0,0%** de arancel (según reglamento número D0209790).

## OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

### Acuerdo preferencial

- Arancel 2,2%: Islandia y Noruega.
- Arancel 0%: México y Moldavia.

### Mediterráneo

- Arancel 0%, para los estados signatarios: Argelia, Líbano, Marruecos, Túnez, Turquía, Albania, Bosnia – Herzegovina, Croacia, Montenegro, Macedonia, Kosovo y Serbia.

### ACP: Estados del CARIFORUM

- Arancel 0%, para los estados signatarios: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, República Dominicana, Granada, Guyana, Jamaica, San

Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y Las Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago.

**Ceuta y Melilla**

- Arancel 0%

**SPG**

- Arancel 2,6%
- Arancel 0%: Armenia, Azerbaiyán, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Paraguay, El Salvador, Bolivia, Ecuador, Colombia, Georgia, Sri Lanka, Mongolia, Perú y Venezuela.

**SPG -PMD**

- Arancel 0%

**OTROS IMPUESTOS**

Impuesto de valor agregado (IVA) reducido a los productos alimenticios: **7,00%**.

Exención del IVA para las importaciones definitivas 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 37/92 BOE 29-12-92.

**BARRERAS DE INGRESO**

Requisitos específicos para 0306 14 90		Gravámenes interiores	
<input type="checkbox"/> Control de calidad (importación)	CONCAL	<input type="checkbox"/> IVA y otros derechos	<u>ES</u>
<input type="checkbox"/> Inspección sanitaria (importación/transito) para productos destinados a uso o consumo humano	SAVE		
<input type="checkbox"/> Inspección sanitaria para el tránsito	TSANT		
Requisitos generales para todos los productos			
<input type="checkbox"/> Factura comercial	<u>EU</u>	<input type="checkbox"/> Declaración del valor en aduana	<u>EU</u>
<input type="checkbox"/> Documentos de transporte	<u>EU</u>	<input type="checkbox"/> Seguro de transporte	<u>EU</u>
<input type="checkbox"/> Lista de carga	<u>EU</u>	<input type="checkbox"/> Documento Único Administrativo (DUA)	<u>EU</u>

Resumen	
<p>⇒ Síntesis de los procedimientos de importación <b>EU/ES</b></p>	<p>⇒ IVA <b>EU/ES</b></p> <p>⇒ Impuestos sobre consumos específicos <b>EU/ES</b></p>

### **Inspección sanitaria (importación/transito) para productos de la pesca destinados al consumo humano - SAVE -. Inspección sanitaria para el tránsito - TSANT -**

La importación de productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano deben cumplir con requerimientos sanitarios generales, relacionados con:

1. Aprobación sanitaria del país de origen: La Comisión Europea de Salud junto con el Directorio General de Protección al Consumidor, aplican un procedimiento de evaluación sobre los terceros países importadores de productos de la pesca, en donde se realiza un examen por parte de un equipo de expertos de la Oficina Alimentaria y Veterinaria (FVO). Una vez aprobado, el tercer país, se añadirá a la lista de países autorizados para esa categoría de producto. Las listas positivas de los países se publican en la Decisión 2006/766/EC (**OJ L-320 18/11/2006**) y para períodos establecidos, bajo la regulación nº 2076/2005 (**OJ L-338 22/12/2005**), en Anexo I y Anexo II .
2. Autorización para exportar del establecimiento: Además de la aprobación país, la pesca y los productos de la acuicultura sólo podrán ser importados a la UE si han sido expedidos y preparados en establecimientos que aparecen en una lista aprobada por la Dirección General de Salud y Protección a los Consumidores. La lista de establecimientos aprobados está disponible en:  
[http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/establishments/third\\_country/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/establishments/third_country/index_en.htm)
3. Certificados de salud: Las importaciones de productos de la pesca y de la acuicultura a la Unión Europea deben ir acompañadas de un certificado de salud firmado por la autoridad competente del tercer país exportador, que certifique que los productos en cuestión son aptos para ser exportados a la UE (**Sernapesca**).

Existen diferentes modelos de certificado establecidos en la legislación de la UE, que varían de acuerdo a cada categoría de producto, especies animales en cuestión y / o condiciones especiales en materia de salud que pueden estar establecidas para esos productos.

Cuando los productos pesqueros se importen directamente de un buque pesquero o congelador, un documento firmado por el capitán podrá sustituir el certificado sanitario.

4. Control de salud: Una vez que arriban los productos acompañados de sus respectivos certificados, deben ser revisados por funcionarios veterinarios de acuerdo con las provisiones colocadas en la directiva del Consejo, 97/78/EC (**OJ L-24 30/01/1998**). Aplicando los procedimientos colocados por la comisión (EC) 136/2004 (**OJ L-021 28/01/2004**), teniendo el resultado de la inspección reflejado en el **Documento de entrada común veterinario (CVDE)**

## Legislación

- La normativa de la Centolla Congelada, se basa en la siguiente legislación:

1. Real Decreto 1977/1999, de 23/12/1999, sobre control veterinario de productos provenientes de terceros países (BOE 29/12/1999)
2. Orden SCO/3566/2004, de 07/10/2004, al alero del documento oficial para el control sanitario de productos para el uso o consumo humano (BOE No 266 de 04/11/2004)
3. Orden 20/01/1994, sobre control sanitario de productos importados para el consumo humano (BOE No 30 de 04/02/1994).
4. Ley 8/2003, 24/04/2003, sobre salud animal (BOE No 99 de 24/04/2003)

- Normativas aplicadas:

- **Normativa comunitaria**

1. REGLAMENTO (CE) N° 1263/1999 de 21 de junio de 1999: Define al IFOP, derogando al anterior Reglamento (CEE) n° 2080/1993, de 20 de julio.
2. REGLAMENTO (CE) N° 1260/1999 de 21 de junio de 1999: Disposiciones generales sobre los Fondos Estructurales.
  - 2.1 REGLAMENTO (CE) N° 1447/2001 de 28 de junio de 2001: Modifica el apartado 3 del artículo 29 del Reglamento (CE) n° 1260/1999. Modulación de la participación financiera a 01-01-2003.
3. REGLAMENTO (CE) N° 438/2001 de 2 de marzo de 2001: Establece disposiciones de Aplicación del Reglamento (CE) N° 1260/1999 en relación con los Sistemas de Gestión y control de las ayudas otorgadas con Cargo a los Fondos Estructurales.
  - 3.1 REGLAMENTO (CE) N° 2355/2002 de 27 de diciembre de 2002: Modifica el artículo 7 del Reglamento (CE) n° 438/2001. (Pista de Auditoría)
4. REGLAMENTO (CE) N° 1159/2000 de 30 de mayo de 2000: Información y Publicidad de los Fondos Estructurales, en aplicación al Reglamento (CE) n° 1260/1999
5. REGLAMENTO (CE) N° 1685/2000 de 28 de julio de 2000: Establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n° 1260/1999 del Consejo (...)
  - 5.1. REGLAMENTO (CE) N° 448/2004 DE LA COMISION de 10 de marzo de 2004: Modifica el Reglamento (CE) n° 1685/2000 y deroga el Reglamento (CE) n° 1145/2003.
6. REGLAMENTO (CE) N° 448/2001 de 2 de marzo de 2001: Establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n° 1260/1999 en relación con el procedimiento para las correcciones financieras de las ayudas de los Fondos Estructurales.

7. REGLAMENTO (CE) N° 2792/1999 de 17 de diciembre de 1999: Texto Consolidado. Define las modalidades y condiciones de las intervenciones con finalidad estructural en el sector de la pesca.
  - 7.1 REGLAMENTO (CE) N° 2792/1999 de 17 de diciembre de 1999: Reglamento original sin consolidar, por el que se definen las modalidades y condiciones de las intervenciones con finalidad estructural en el sector de la pesca.
8. REGLAMENTO (CE) N° 2369/2002 de 20 de diciembre de 2002: Modifica los artículos 1, 2, 3, 7-12, 16, 18, 19, 22, y 23 y los anexos I a IV y suprime los artículos 4-6 del Reglamento (CE) n° 2792/1999. (Incluido en el texto consolidado).
9. REGLAMENTO (CE) N° 366/2001 de 22 de febrero: Establece disposiciones de aplicación de las intervenciones definidas por el Reglamento (CE) N° 2792/1999. Incluye el balance de ejecución, notificación de ayudas estatales, información sobre las Sociedades Mixtas, nomenclatura de los Ejes/medidas/acciones e indicadores de ejecución.
10. REGLAMENTO (CE) N° 1227/2001 de 18 de junio de 2001: Establece las excepciones a ciertas disposiciones del Reglamento (CE) n° 2792/1999, relativo a la no renovación del acuerdo de pesca con Marruecos que finalizó en 1999. Sólo para el año 2001.
11. REGLAMENTO (CE) N° 1681/1994 de 11 de julio de 1994: Relativo a las irregularidades y la recuperación de las sumas mal abonadas en el marco de la financiación de las políticas estructurales, así como la organización de un sistema de información en esta materia.
12. REGLAMENTO (CE) N° 2561/2001 de 17 de diciembre: Fomenta la reconversión de los buques y los pescadores dependientes hasta 1999 del Acuerdo de pesca con Marruecos.
13. REGLAMENTO (CE) N° 2370/2002 de 20 de diciembre de 2002: Establece una medida comunitaria urgente para el desguace de buques pesqueros.
14. REGLAMENTO (CE) N° 2371/2002 de 20 de diciembre de 2002: Sobre la conservación y la explotación sostenible de los recursos pesqueros. (Reforma de la política pesquera común).
15. REGLAMENTO (CE) N° 1438/2003 de 12 de agosto de 2003: Establece las normas de aplicación de la política comunitaria de las flotas pesqueras definida en el Capítulo III del Reglamento (CE) 2371/2002.
16. REGLAMENTO (CE) N° 2372/2002 de 20 de diciembre de 2002: Establece medidas específicas para compensar a los sectores pesquero, marisquero y acuícola españoles afectados por los vertidos de fuelóleo del petrolero Prestige.
17. TRATADO CONSTITUTIVO DE LA COMUNIDAD EUROPEA (Sólo artículos 87, 88 y 89, relacionados con las Ayudas otorgadas por los Estados, y el artículo 280, sobre la actuación de los Estados Miembros ante el fraude ilegal).

18. DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE LAS AYUDAS ESTATALES EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA AGRICULTURA: Incluye los principios de aplicación, un análisis para las distintas categorías de ayudas, y las medidas de procedimiento. Incluye 2 Anexos con la información que debe facilitarse en las notificaciones efectuadas en virtud del apartado 3 de artículo 88 del Tratado CE.
19. REGLAMENTO (CE) 1105/2003, del Consejo, de 26 de mayo de 2003, que modifica el Reglamento 1260/1999 por el que se establecen disposiciones generales sobre los fondos estructurales.
20. REGLAMENTO (CE) 1145/2003, de la Comisión, de 27 de junio de 2003, que modifica el Reglamento (CE) 1685/2000 en lo relativo a las normas sobre cofinanciaciones subvencionables por parte de los Fondos Estructurales.
21. REGLAMENTO (CE) nº 448/2004 de la Comisión, de 10 de marzo de 2004, que modifica el Reglamento (CE) nº 1685/2000 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 1260/1999 del Consejo en lo relativo a la financiación de gastos de operaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y por el que se deroga el Reglamento (CE) nº 1145/2003.
22. REGLAMENTO (CE) nº 1421/2004 del Consejo, de 19 de julio de 2004, que modifica el Reglamento (CE) nº 2792/1999 por el que se definen las modalidades y condiciones de las intervenciones con finalidad estructural en el sector de la pesca. DOUE 6.08.2004

- **Normativa española básica**

1. REAL DECRETO 376/2003, de 28 de marzo: Establece la estructura orgánica del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
2. LEY 3/2001, de 26 de marzo: Ley de Pesca Marítima del Estado.
3. LEY 38/2003, de 17 de noviembre: Ley General de Subvenciones.
4. REAL DECRETO LEGISLATIVO 2/2000, de 16 de junio: Aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.

- 4.1 Modificación del Real Decreto 2/2000.

5. LEY 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.
6. RESOLUCION de 1 de marzo de 2002: Sobre aspectos de gestión del Marco de Apoyo Comunitario del Objetivo 1 y los DOCUP del Objetivo 2.
7. Real Decreto 518/2005, de 6 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 3448/2000, de 22 de diciembre, por el que se establece la normativa básica de las ayudas estructurales en el sector pesquero, el Real Decreto 1048/2003, de 1 de agosto, sobre ordenación del sector pesquero y ayudas estructurales, y el Real Decreto 1473/2004, de 18 de junio, por el que se establecen medidas de carácter

socioeconómico en el sector pesquero y se modifica el Real Decreto 3448/2000, de 22 de diciembre. .

- **Normativa española de IFOP**

1. REAL DECRETO 3448/2000, de 22 de diciembre: Establece la normativa básica de las ayudas estructurales en el sector pesquero. (Para los Capítulos III, IV, V, VIII, consultar el Real Decreto 1048/2003 de 1 de agosto).

1.1 CORRECCION de errores del Real Decreto 3448/2000.

1.2 REAL DECRETO 235/2002, de 1 de marzo: Modifica el Real Decreto 3448/2000. Incluye cuadro de porcentajes de financiación.

2. REAL DECRETO 1048/2003, de 1 de agosto: Ordenación del sector pesquero y ayudas estructurales. Deroga parcialmente el Real Decreto 3448/2000.

3. ORDEN APA/2222/2003, de 1 de agosto: Establece las bases reguladoras y la convocatoria de ayudas a las sociedades mixtas. Incluye los modelos de solicitudes de subvenciones y el modelo de solicitud de pago de subvenciones destinadas a sociedades mixtas.

4. ORDEN APA/2223/2003, de 1 de agosto: Establece las bases reguladoras y la convocatoria de la concesión de ayudas con finalidad estructural, en el sector de la pesca, en las ciudades de Ceuta y Melilla.

4.1 CORRECCION Orden APA 2223, de 1 de agosto de 2003.

5. ORDEN de 21 de marzo de 2000: Ayudas financieras para la realización de proyectos pilotos de pesca experimental.

5.1 ORDEN de 8 de febrero de 2001 por la que se modifica la Orden de 21 de marzo de 2000, sobre ayudas financieras para la realización de proyectos piloto de pesca Experimental.

6. ORDEN de 30 de mayo de 2001: Establece determinados aspectos de gestión de las ayudas estructurales al sector pesquero del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, correspondientes al año 2001

## **REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO**

En relación con el punto anterior, el ingreso del producto debe complementarse con las siguientes aplicaciones legales.

### **Etiquetado para productos del mar:**

Los productos del mar que se comercializan en la Comunidad Europea están sujetos tanto a las normas generales de etiquetado para los productos alimenticios, como también a las normas generales de etiquetado para los productos de la pesca y a las normas específicas de etiquetado para determinados productos del mar sujetos a normas de comercialización.



1. Normas generales de etiquetado para productos alimenticios:

El etiquetado de este tipo de productos, de acuerdo al Consejo Directivo 2000/13/CE (OJ L-109 06/05/2000), debe cumplir con las siguientes condiciones:

- *Nombre del producto bajo el cual será vendido*, ni el nombre de la marca ni el de fantasía puede substituir el nombre genérico, solo puede ser usado como complemento a este. Las condiciones físicas (Congelado, ahumado, etc.) deben ser incluidas ya que la omisión de estas puede confundir al comprador.
- *Peso neto* de los productos pre empaquetados.
- *Fecha mínima de durabilidad*, en el orden de día, mes y año precedida por la frase “consumir antes de”, o “consumir durante” según las características del producto.
- *Condiciones especiales de almacenamiento o uso*.
- *Marca o nombre de la empresa y dirección del fabricante, empaquetador o vendedor* establecido en la Comunidad Europea.
- *Número de lote*, precedido por la letra L.

Además de estas normas, existe información adicional que puede incluirse de forma voluntaria, siendo ésta la más exacta posible sin inducir a confusión al consumidor. Un ejemplo de esto puede ser la información nutricional, esta deberá ir en un formato estandarizado según el Consejo Directivo 90/496/CEE (OJ L-276 06/10/1990).

Los materiales de embalaje que tiene contacto con los productos alimenticios debe cumplir con las disposiciones establecidas por el reglamento 1935/2004 (OJ L-338 13/11/2004).

2. Condiciones legislativas generales para productos del mar están compuestas básicamente por las siguientes normas:

En conformidad con la Reglamento (CE) 104/2000 (OJ L-17 21/01/2000), por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los productos de la pesca y de acuicultura y Reglamento (CE) 2065/2001 (OJ L-278 23/10/2000), que desarrolla el anterior, en lo que respecta a información que debe aportarse al consumidor de productos pesqueros.

La siguiente información debe ser incluida en la etiqueta o en los envases de los productos del mar, o en su defecto en un documento comercial que acompañe al producto:

- Nombre comercial y científico designado a la especie. Con este fin, los Estados miembros de la Comunidad Europea publican una lista con los nombres comerciales aceptados en su territorio.
- Método de producción (Capturado en agua dulce, mar, o acuicultura) indicando la terminología armonizada.
- Zona de captura
  - Capturado en el mar: Una de las aéreas mencionadas en el **Annex** según la regulación 2065/2001.
  - Capturado en agua dulce: Referente al país de origen.

- Acuicultura: Referente al país de cultivo del producto.

La información contenida por las etiquetas debe ser fácil de entender, visible, claramente legible, indeleble y debe aparecer en el lenguaje oficial del miembro de la Comunidad Europea en el que será comercializado.

3. Normas específicas de etiquetado de determinados productos de la pesca:

Las etiquetas de los productos a la armonización de las normas de comercialización establecidas por el Reglamento **(CE) 2406/96 (OJ L-334 23/12/1996)**, deben incluir los siguientes datos:

- País de Origen en caracteres latinos de una altura mínima de 20 milímetros.
- Nombre científico y nombre comercial
- Presentación
- Categoría de fresca y categoría
- Peso neto en kilogramos
- Fecha de clasificación y fecha de expedición
- Nombre y dirección del expedidor
- Lotes de productos debe contener el mismo tamaño y homogéneo.
- La categoría de fresca, tamaño y presentación debe ser clara e indeleble marcado, con caracteres de al menos 5 centímetros, en etiquetas fijadas en los lotes.

La información proporcionada por las etiquetas debe ser fácil de entender, fácilmente visibles, claramente legibles e indelebles y debe figurar en el idioma oficial (s) del Estado miembro donde se comercialice el producto.

4. Formato y contenido de la etiqueta respecto a la información que debe recibir el consumidor final según dicta la normativa española a través del el 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, o refrigerados o cocidos y el 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, modificado parcialmente por el Real Decreto 1702/2004, de 16 de Julio, establecen la normativa básica de etiquetado para productos pesqueros frescos y congelados respectivamente.

- Tamaño de la etiqueta: debe ser al menos de 9,5 x 4 cm
- Contenido obligatorio de la etiqueta de productos pesqueros congelados
  - o Precio por Kg
  - o Denominación comercial de la especie
  - o Denominación "congelado"
  - o Zona de captura o cría
  - o Modo de presentación (Entero, filetes, otros...)
  - o Método de producción (pesca extractiva o acuicultura)
  - o Precio neto escurrido
  - o Porcentaje de glaseado cuando sea mayor al 5%

## **Autoridades competentes**

- La Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores es el ente encargado de garantizar que en toda la Unión Europea se alcance un alto nivel de protección tanto de la salud humana como del consumidor.

Ejerce sus responsabilidades específicas en los ámbitos de salud pública, seguridad alimentaria, norma, controles veterinarios y fitosanitarios. En el ámbito de la importación de moluscos y productos de la pesca, SANCO ejerce sus competencias a través de las Direcciones D, E y F.

- Más información en: [http://ec.europa.eu/food/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/food/index_es.htm)

- La Oficina Alimentaria y Veterinaria (FVO) tiene como tarea garantizar que la legislación comunitaria sobre seguridad alimentaria, salud y bienestar de los animales, en materia fitosanitaria, se apliquen y cumplan de manera correcta.

- Más información en: [http://ec.europa.eu/food/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/food/index_es.htm)

- Ministerio de Sanidad y Consumo de España

- Más información en:

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

- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino  
Secretaría General de Pesca Marítima

- Más información en: <http://www.marm.es>

- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio  
Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica Exterior

- Más información en: <http://www.comercio.es>

## **ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)**

### **Importaciones a España**

Como se explicó en el apartado 1.3.1., la partida arancelaria española, con la cual entra este producto es la 0306.14.90.90 que agrupa Los demás Cangrejos. Por lo tanto, la subpartida española 0306.14.90 incluye la partida SACH 0306.14.21.

De este modo, tenemos las siguientes importaciones hacia España, de la partida **0306.14.90**:

- **AÑO 2008 (ordenados por valor)**

PAIS	PESO (Miles de Kgs.)	VALOR (Miles de US\$)	PARTICIPACIÓN DE MERCADO / VALOR	PRECIO MEDIO DE IMPORTACIÓN US\$/kg
URUGUAY	633,4	5.564,1	22,4%	8,8
REINO UNIDO	595,8	3.827,4	15,4%	6,4
CHINA	502,1	2.375,2	9,5%	4,7
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.731,3</b>	<b>11.766,7</b>	<b>47,4</b>	<b>6,8</b>
CHILE (Nº19/33)	17,6	94,9	0,3%	5,4
<b>T O T A L</b>	<b>3.632,3</b>	<b>24.813,2</b>	<b>100%</b>	<b>6,8</b>

- **AÑO 2007 (ordenados por valor)**

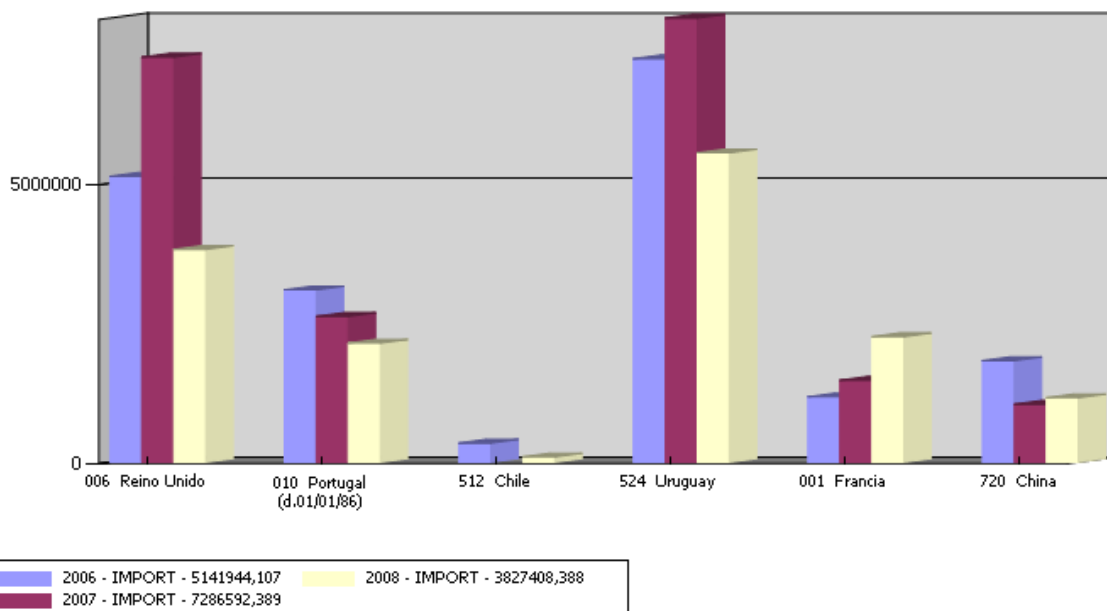
PAIS	PESO (Miles de Kgs.)	VALOR (Miles de US\$)	PARTICIPACIÓN DE MERCADO/VALOR	PRECIO MEDIO DE IMPORTACIÓN US\$/kg
URUGUAY	1.083,0	7.988,6	23,9%	7,4
REINO UNIDO	1.012,8	7.286,9	21,8%	7,2
FRANCIA	317,1	2.621,9	7,8%	8,3
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.412,9</b>	<b>17.897,4</b>	<b>53,7%</b>	<b>7,4</b>
CHILE	0,00	0,00	0,00%	
<b>T O T A L</b>	<b>5.344,0</b>	<b>33.301,3</b>	<b>100%</b>	<b>6,2</b>

- **AÑO 2006 (ordenados por valor)**

PAIS	PESO (Miles de Kgs.)	VALOR (Miles de US\$)	PARTICIPACIÓN DE MERCADO/VALOR	PRECIO MEDIO DE IMPORTACIÓN US\$/kg
URUGUAY	992,5	7.257,6	24,9%	7,3
REINO UNIDO	793,4	5.141,9	17,6%	6,5
PORTUGAL	469,8	3.099,0	10,6%	6,6
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.255,7</b>	<b>15.498,5</b>	<b>53,3%</b>	<b>6,9</b>
CHILE (Nº14/35)	30,3	342,8	1,1%	11,3
<b>T O T A L</b>	<b>4.237,7</b>	<b>29.065,9</b>	<b>100%</b>	<b>6,9</b>

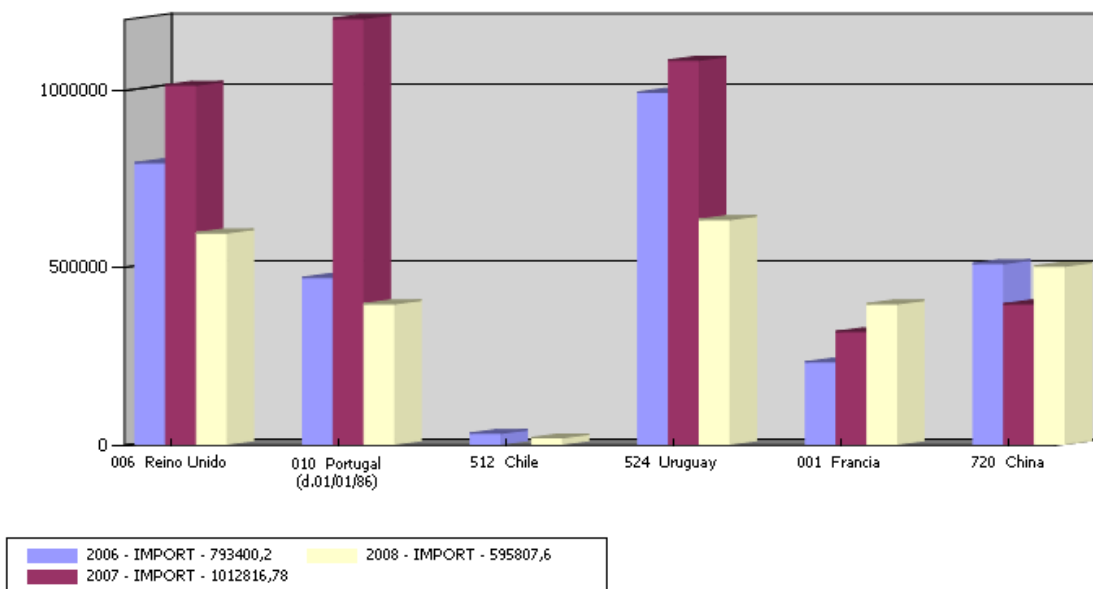
Fuente: [www.comercio.es](http://www.comercio.es) / Datacomex

**Evolución importaciones principales actores y Chile para Centolla Congelada (dólares)  
Períodos 2006, 2007 y 2008 (partida arancelaria 03061490)**



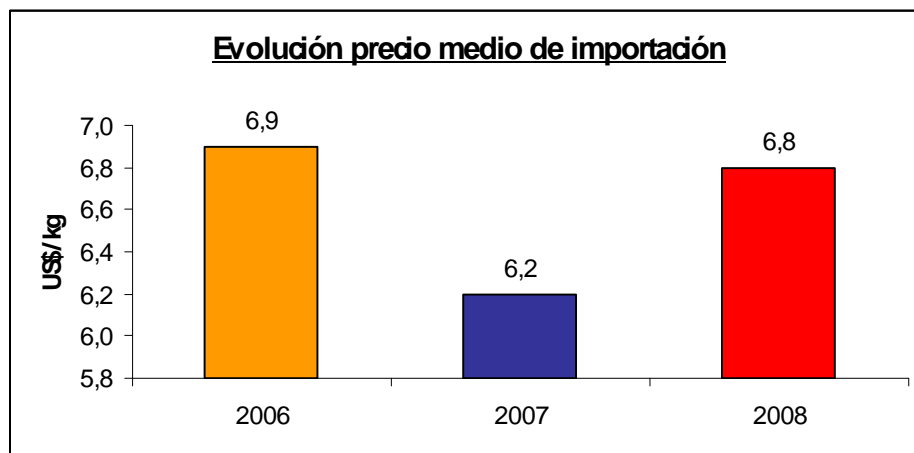
Fuente: <http://datacomex.comercio.es/>

**Evolución importaciones principales actores y Chile para Centolla Congelada (kilos)  
Períodos 2006, 2007 y 2008 (partida arancelaria 03061490)**



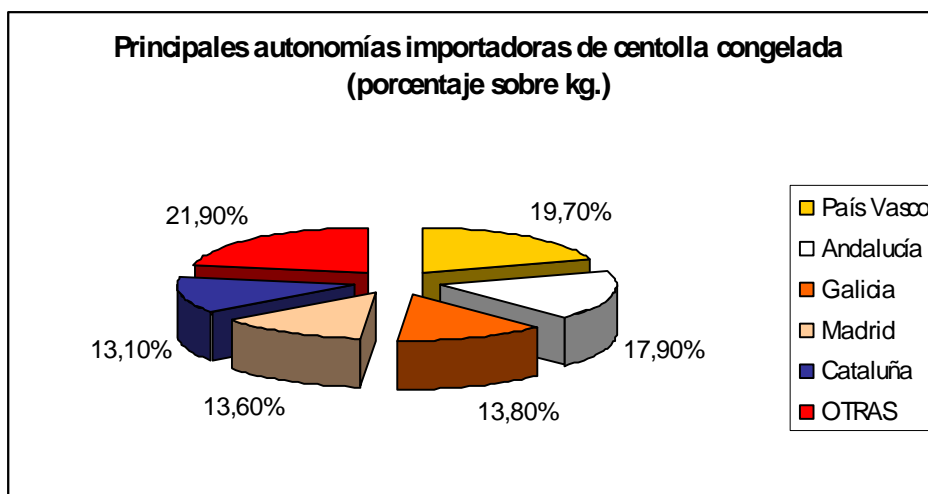
Fuente: <http://datacomex.comercio.es/>

**Evolución Precio de Exportación de Centolla Congelada en US\$ (partida arancelaria 03061490)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Datacomex

## Principales Autonomías Importadoras de Centolla Congelada – 03061490, año 2008



Fuente: elaboración propia con datos del Consejo Superior de Cámaras <http://camaras.org>

## POTENCIAL DEL PRODUCTO

### Productos del mar congelados

#### El mercado español de productos del mar

España es un país con una clara vocación marítima que cuenta con una prolongada plataforma continental que, aunque estrecha, es muy rica en recursos pesqueros.

Las producciones pesqueras españolas llegan a las 780.000 toneladas, por un valor que ronda en los 1.650 millones de euros, mientras que las producciones acuícolas alcanzan alrededor de 230.000 toneladas con un valor aproximado de 440 millones de euros. La tendencia del último tiempo indica un descenso de la producción pesquera y un incremento en las producciones provenientes de la acuicultura. De este modo, España, ha debido crear una flota de altura que faena en caladeros lejanos y aumentar las importaciones, las cuales representan un tercio del pescado consumido.

De la producción pesquera, la acuicultura genera 295.300 toneladas que corresponden a 485,8 millones. De dicha producción los crustáceos constituyen 9.700 toneladas.

#### Productos Congelados

El mercado de productos pesqueros congelados en España ha mantenido una trayectoria creciente, sin embargo, sus márgenes comerciales han tendido a reducirse. Así, en el último año las ventas crecieron en un 9,7%, mientras que el precio medio se redujo en un 2,5%. El incremento de las demandas se concentró fundamentalmente en los mariscos y moluscos congelados (+15,3%) y sobre todo en los calamares, cuyas ventas aumentaron en un 53,5%.

Los mariscos congelados sin preparar, acaparan el 36,9% del mercado, a los que hay que añadir otro 11,2% de los mariscos preparados. El pescado congelado presenta unos porcentajes del 25,5% (sin preparar) y del 10,7% (preparado), mientras que el surimi supone el restante 15,7%. En el caso de los mariscos preparados los calamares representan el 61,4% de

todas las ventas en volumen y el 52,1% en valor, seguidos por los cangrejos (9,7% y 10,5%) y las gambas (4% y 6,4%).

### Estructura empresarial

En el sector empresarial español de pescados y mariscos congelados la concentración aparece como el rasgo más llamativo.

Los principales grupos pesqueros españoles ocupan las primeras posiciones, con fuertes cifras de producción. La empresa líder llega hasta las 150.000 toneladas anuales. La segunda, por su parte, se queda en 81.800 toneladas, la tercera ronda las 60.000 toneladas, la cuarta alcanza las 42.000 toneladas y, la quinta registra 40.000 toneladas. Entre las 30.000 y 35.000 toneladas aparecen otras 7 empresas, mientras que entre las 20.000 y 26.000 toneladas se sitúan otros 12 operadores.

Es importante mencionar que la reducción de los márgenes comerciales está produciendo una gran competencia y una diversificación de ofertas. Muchos de los operadores más importantes están apostando por segmentos afines, como el de pescados elaborados y platos preparados.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS	
EMPRESA	VENTAS MILL EUROS
NESTLÉ ESPAÑA, S.A. *	1.400,00
PESCANOVA, S.A. (GRUPO) *	1.133,11
UNILEVER FOODS ESPAÑA, S.A. *	569,53
EUROPASTRY, S.A. *	274,00
GRUPO AMASUA, S.A. *	266,00
FREIREMAR, S.A. (GRUPO) *	265,00
ULTRACONGELADOS VIRTO, S.A.	151,25
DIST. MARISCOS RODRÍGUEZ, S.A. (DIMAROSA)	144,28
S.A. EDUARDO VIEIRA	115,00
CONGELADOS Y DERIVADOS, S.A. (ELMAR) *	110,00

\* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.  
 - Datos de 2006. FUENTE: Informe Anual Alimarket/2007.

Fuente: <http://www.mercasa.es>

### Comercio exterior de productos del mar

Las importaciones españolas de productos del mar congelados en el pasado ejercicio 2008, superaron las 260.000 toneladas de pescado congelado, por un valor de 531,2 millones de euros. A esta cifra debemos añadir otras 137.870 toneladas de filetes de pescado congelado, con un valor de mercado de 431,9 millones de euros, 195.050 toneladas de crustáceos congelados, con un valor de 1.145, 5 millones de euros y 283.120 toneladas de moluscos congelados que alcanzaron un valor de 723,3 millones de euros.

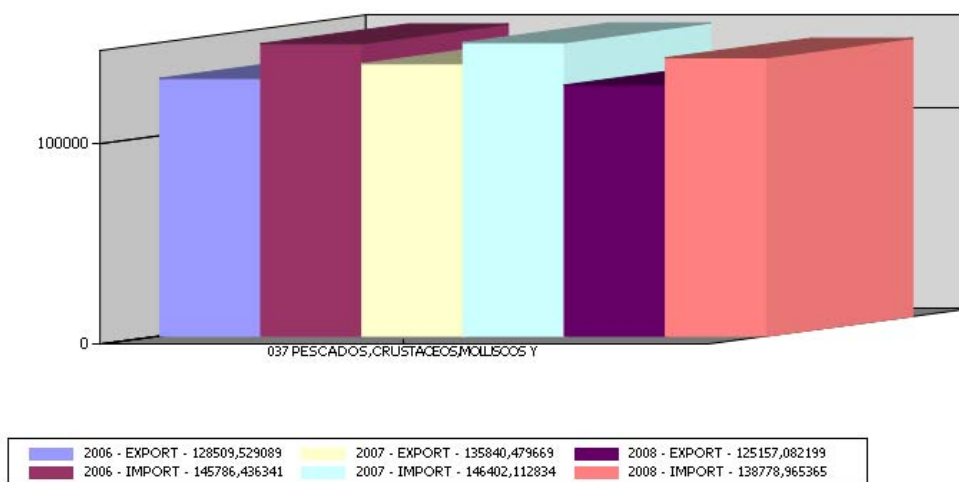


Dentro de los pescados, las principales partidas son los túnidos, merluzas y bacalaos. Entre los filetes destacan las importaciones de merluzas y especies de agua dulce. En el caso de los crustáceos, destacan las partidas de gambas y langostinos, seguidas por los cangrejos de mar. Por último, en el segmento de moluscos congelados aparecen los calamares, sepias y pulpos.

Al referirnos más específicamente a la Centolla Congelada, cuya partida se representa por la 0306.1490, es importante mencionar que el precio medio de importación llegó el año 2008 hasta los 6,8 US\$/kg. Los principales proveedores de este producto son el Reino Unido, Uruguay y Francia.

Con respecto a las exportaciones podemos decir que resultan menos importantes, excepto en el caso de pescados congelados enteros, ya que se alcanzan las 315.930 toneladas, por un valor de mercado de 459 millones de euros. Por su parte, se exportan apenas 27.000 toneladas de filetes de pescado, de los que se obtienen 115, 1 millones de euros; algo más de 34.000 toneladas de mariscos, con un valor de 205,6 millones de euros, y 111.420 toneladas de moluscos que representan cerca de 306 millones de euros. Entre los pescados enteros destacan las exportaciones de túnidos, mientras que dentro de los filetes congelados el primer lugar es ocupado por la merluza. En el caso de los moluscos destacan los calamares, mientras que para los crustáceos el primer lugar es ocupado por gambas y langostinos.

### **Evolución importaciones v/s exportaciones desde Todo el Mundo de Pescados, Crustáceos y Moluscos (Toneladas) – Períodos 2006, 2007 y 2008**



Fuente: <http://datacomex.comercio.es/>

### **Consumo y gasto de los hogares españoles en productos del mar**

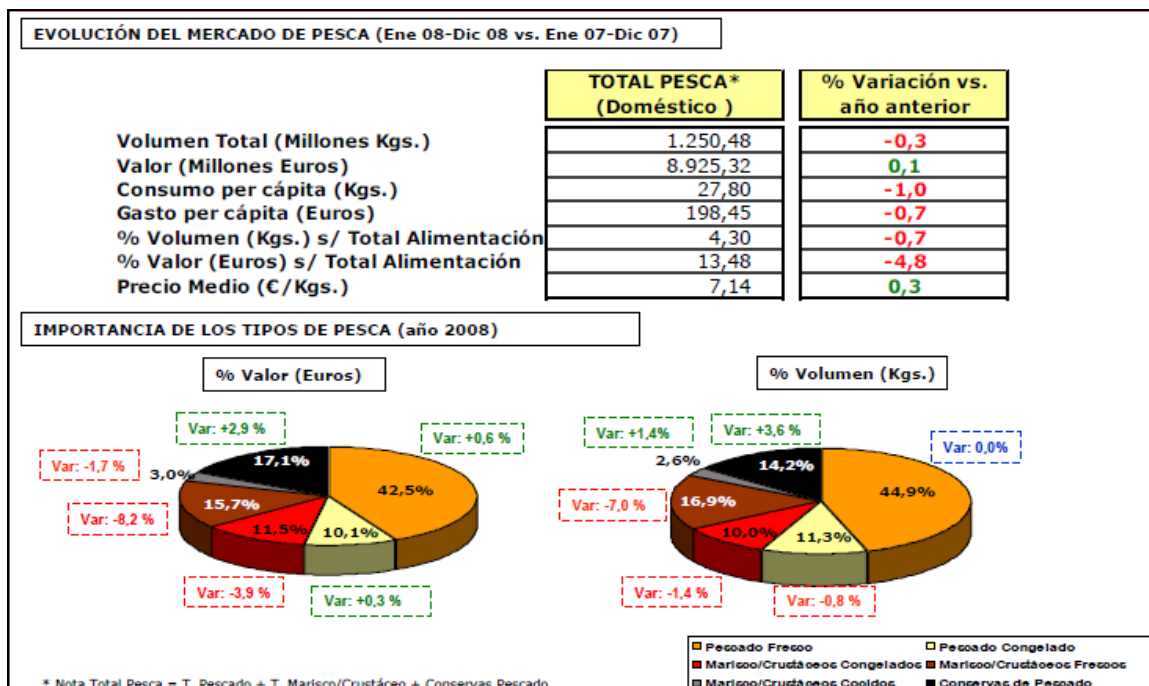
El consumo del conjunto de productos del mar se mantiene constante en 2008, debido principalmente a la estabilidad en el consumo de pescados. Por otra parte se incrementa el consumo de conservas de pescado (+3,6%) y de marisco cocido (+1,4%), disminuyendo el de marisco, tanto fresco (-7,0%), como congelado (-1,4%). Esta última en la subfamilia que engloba al producto objeto de este análisis.

## Consumo en los hogares españoles, 2008

### Mariscos / moluscos congelados

Volumen (miles kg.)	Valor (miles euros)	Precio medio kg.	Penetración %	Consumo per cápita	Gasto per cápita
25.258,14	245.448,89	9,72	44,06	0,56	5,46

Los pescados (frescos congelados) representan un 56,2% del volumen de la pesca, frente al 29,6% de mariscos (frescos, congelados y cocidos) y el 14,2% de conservas de pescado.

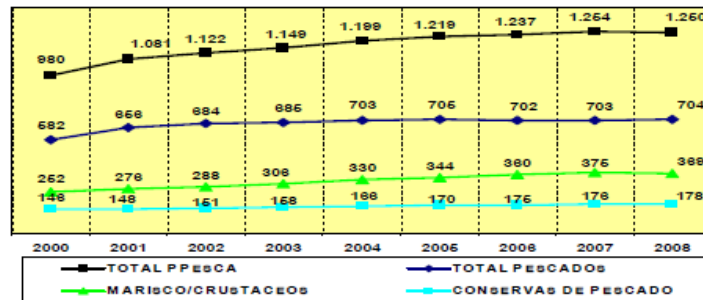


Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

## REPARTO DEL CONSUMO DOMÉSTICO – 2008

Consumo por persona al año (kgs.)	CONSUMO EN HOGAR									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
TOTAL PESCA (*)	24,32	26,70	27,57	27,77	28,56	28,36	28,23	28,09	27,80	
TOTAL PESCADOS	14,45	16,21	16,80	16,55	16,75	16,40	16,02	15,78	15,64	
PESCADO FRESCO	11,72	13,37	13,55	13,39	13,74	13,39	13,04	12,69	12,49	
PESCADO CONGELADO	2,73	2,84	3,25	3,16	3,01	3,01	2,98	3,07	3,15	
MARISCO/CRUSTACEOS	6,25	6,82	7,07	7,41	7,85	8,00	8,21	8,39	8,21	
MARISCO/CRUSTACEOS FRESCOS	4,31	4,46	4,42	4,59	4,88	4,93	4,89	4,68	4,71	
MARISCO/CRUSTACEOS CONGELADOS	1,75	2,19	2,34	2,28	2,33	2,37	2,65	3,00	2,77	
MARISCO/CRUSTACEOS COCIDOS	0,19	0,17	0,31	0,54	0,64	0,70	0,67	0,71	0,73	
CONSERVA DE PESCADO	3,66	3,70	3,81	3,95	3,96	4,00	3,94	3,94	3,95	

## VOLUMEN ANUAL TOTAL DE PRODUCTOS DE LA PESCA\* (MILLONES DE KGS.)



\* Nota Total Pesca = T. Pescado + T. Marisco/Crustáceo + Conservas Pescado

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

Durante el año 2008, en los hogares españoles se consumieron 1.250,4 millones de kilos de pescado (-0,3 % menos que en 2007), que supusieron un gasto de 8.925,3 millones de euros (0,1% más que en 2007). De este modo, se sabe que alrededor del 13% del gasto alimentario de los españoles se concentra en productos del mar.

Para el caso específico de moluscos y crustáceos congelados, en la principal Red Mayorista de España y la segunda más grande en el mundo después de Japón (En mercado de productos del mar), se comercializa entre un 40 – 45% de crustáceos congelados.

### Distribución del consumo

En el caso de los mariscos congelados, el 60,7% va destinado al consumo doméstico, un 37,3% al consumo en los establecimientos de hostelería y restauración y el 2% restante a las instituciones.

### Perfil del consumidor

Los mayores consumos de moluscos y crustáceos congelados se dan en Asturias quienes presentan los consumos más elevados, seguidos por los habitantes de Cantabria y Galicia. Por el contrario, los consumos más bajos de mariscos congelados se detectan en Canarias, Baleares y Extremadura.

El marisco congelado es muy demandado en los pequeños núcleos de población y se reduce en las grandes ciudades.

Los consumidores tanto de pescado como de mariscos congelados disminuyen a medida que crece el tamaño de la familia. Las amas de casa que no trabajan fuera del hogar y las mayores de 65 años son las que más adquieren este tipo de productos y se van reduciendo hasta llegar a niveles más bajos en el caso de las amas de casa más jóvenes. En lo referente a estructura familiar, los mayores consumos de estos alimentos aparecen entre los adultos independientes,

las parejas adultas sin hijos y los jubilados, y se reducen en el caso de las parejas jóvenes con hijos pequeños y de mediana edad, y entre los jóvenes que viven solos.

## La centolla

### Comercialización de la centolla en España

En este mercado la especie a la que comúnmente asemeja el producto estudiado es la de nombre científico *Maja squinado* (nombre común en inglés, Spider crab). El hábitat de este crustáceo se localiza en áreas del noreste del Atlántico y en el mar Mediterráneo. Los meses de mayo y junio son los de mayor producción local.



Centolla o centollo español (*Maja squinado*)

En otras comunidades autónomas de España el producto se conoce como cranca (Baleares), cabra (Cataluña), centolla europea, santorra, centollo (Canarias), centolla (Galicia), txangurro (País Vasco).

Este producto es muy apreciado por los consumidores. Su consumo es esporádico por el alto precio que alcanza en el mercado. Se comercializa viva, cocida y, en menor cantidad, congelada.

En cuanto a la comercialización mayorista, el 90-95% se vende en fresco, el resto es congelada.

### Procedencia

Teniendo en cuenta que las estadísticas de importación analizadas corresponden a “Los demás” crustáceos congelados, es decir, todos aquellos que no están descritos específicamente en la familia de productos 0306, por lo que engloban, a parte de la centolla, a otros crustáceos no descritos. En virtud de esta apreciación, la investigación realizada sobre la centolla nos muestra que el mercado en general tan solo clasifica procedencias de la centolla originarias de la UE y de Marruecos, y el resto del consumo corresponde a producto local, donde destaca Galicia como gran productor, siendo la centolla gallega la de mayor apreciación gastronómica por parte del consumidor español.

Los importadores consultados, sí nos señalan como especie semejante a la local, la especie chilena, *Lithodes santolla* como la “centolla chilena”, con distribución en el sur de Chile, Estrecho de Magallanes, aguas del Atlántico sur hasta la latitud de Uruguay por el norte, y es, precisamente Uruguay, el principal origen de las importaciones españolas. Esta realidad debiera facilitar la penetración del producto chileno.

### Tipologías más apreciadas

El consumidor distingue entre la centolla gallega y la francesa.

Centolla gallega (*Maja squinado*): caparazón rojo pardo, más oscuro que el de la centolla francesa, muy rugoso y cubierto de vellosidades y pequeñas algas. Patas más largas y afiladas que la francesa. Precio más elevado. En veda durante los meses de verano europeos.

Centolla francesa (*Maja spp*): bajo esta denominación comercial se engloban las procedentes de Francia y Reino Unido. Color rojo pálido, caparazón limpio de algas, algo más convexo que la anterior y de menor valor económico. Disponible en el mercado todo el año porque proceden de vivero y más económica.

### Temporada de mayor demanda

La temporada de consumo para el producto español es de noviembre a junio. Los mejores meses de consumo son los de otoño e invierno, cuando más “llenos” están (unas uñas romas significan una carne más prieta y de mejor calidad). En Navidad la centolla alcanza su mayor demanda. En cuanto al producto de importación, éste está en el mercado español durante todo el año.

### Formas de consumo

Desde el punto de vista gastronómico la hembra es más apreciada que el macho, que si bien la primera es de menor tamaño, tiene más carne y su lengüeta posterior es más larga. Al adquirir el producto en congelado se tienen en cuenta que no esté reseco y que no tenga escarcha.

En España la manera más habitual de consumir este crustáceo es cocido al agua, sal y unas hojas de laurel o, mejor aún, en agua de mar. Una vez cocido, se abre el cuerpo y se eliminan las madejas grises que no son comestibles, se raspa el interior del caparazón para mezclar la carne y el jugo que contiene. En la cocina actual, el producto congelado tiene un buen potencial a la hora de preparar croquetas, empanadas, salpicones.

### Coyuntura económica

En la actualidad, la crisis económica en la que nos vemos inmersos, ha provocado que la elasticidad de la demanda de los alimentos en función de su precio sea lo suficientemente elevada como para determinar la elección de los mismos. En el caso concreto de España, los consumidores han abaratado su cesta de la compra, adquiriendo productos de precio reducido y obviando, en gran medida, aquellos que no son de primera necesidad. El alto precio que la centolla viva/fresca alcanzaba en el mercado convertía al producto en una delicatessen. Sin embargo, en este período crítico, el bajo precio del mercado vs la demanda, no compensa en algunos casos, el esfuerzo que implica a los productores locales la captura del crustáceo. El producto se está depreciando.

Dependiendo de cómo el sector exportador chileno aborde esta situación coyuntural, nos podemos encontrar ante una oportunidad para la centolla congelada. Los congelados actualmente tienen mayor participación en la cesta de la compra del español medio.

## PRECIOS DE REFERENCIA

### PRECIOS DE REFERENCIA MAYORISTA

Estadística mensual por producto						
Mercado: PESCADOS						
Familia: CONGELADOS						
Producto: CENTOLLOS						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009 Enero - febrero
Totales	3.296	39.070	16.600	19.100	46.650	0

Cantidades expresadas en Kg.

2008		
Mes	Entradas	Precio Medio Mercado Euros/Kg
Marzo	6.000	3,91
Abril	21.680	3,91
Junio	3.000	3,91
Julio	250	3,91
Agosto	100	3,91
Septiembre	1.040	3,91
Octubre	4.500	3,91
Noviembre	2.730	3,91
Diciembre	7.350	3,91

Con carácter informativo se señalan - para observar la diferencia con el producto congelado - los precios que alcanza la **centolla fresca** en los mercados mayoristas de España en los que se ha comercializado la centolla fresca en el mes de febrero de 2009.

Artículo	Merca	Semana	Máximo	Mínimo	Frecuente	Fecha
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	8	9,00	7,00	8,00	20/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VALLADOLID	8	12,55	8,40	11,65	20/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	MADRID	8	7,06	6,01	6,50	20/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VALENCIA	8	14,00	10,00	11,65	20/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	8	9,00	7,00	8,00	19/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	ZARAGOZA	8	11,00	5,25	5,25	19/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	CORDOBA	8	5,00	5,00	5,00	19/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	MADRID	8	6,50	6,01	6,50	18/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	ZARAGOZA	8	11,00	5,25	5,25	18/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	8	9,00	7,00	8,00	18/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VALENCIA	8	14,00	10,00	11,65	17/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VALLADOLID	8	12,55	8,40	11,70	17/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	8	9,00	7,00	8,00	17/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	CORDOBA	8	5,00	5,00	5,00	17/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	ZARAGOZA	8	11,00	5,25	5,25	16/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	8	9,00	7,00	8,00	16/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VALLADOLID	7	12,55	8,40	11,70	13/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	MADRID	7	6,01	6,01	6,01	13/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	7	9,00	7,00	8,00	13/02/2009

Artículo	Merca	Semana	Máximo	Mínimo	Frecuente	Fecha
CENTOLLO IMPORTACION	VALENCIA	7	14,00	10,00	11,65	13/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	ZARAGOZA	7	11,00	5,25	5,25	12/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	7	9,00	7,00	8,00	12/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	CORDOBA	7	5,00	5,00	5,00	12/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	7	9,00	7,00	8,00	11/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	MADRID	7	6,01	6,01	6,01	11/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	ZARAGOZA	7	11,00	5,25	5,25	11/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	7	9,00	7,00	8,00	10/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	CORDOBA	7	5,50	5,50	5,50	10/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VALLADOLID	7	12,55	8,35	11,70	10/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VALENCIA	7	14,00	10,00	11,65	10/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	ZARAGOZA	7	11,00	5,25	5,25	09/02/2009
CENTOLLO IMPORTACION	VIZCAYA	7	9,00	7,00	8,00	09/02/2009

Fuente: Estadísticas Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, período comprendido entre el 09-02-09 y el 20-02-2009

### PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL

Es importante destacar que en todo tipo de tienda, es más común encontrar la pieza entera, que bandejas o bolsas por gramaje. Pero cuando se encuentra el producto en bandejas o bolsas (congelado) sus precios oscilan entre:

- Bolsas 300 gr. € 5,95
- Bolsas 500 gr. € 8,25

#### Productos en base a centolla, semejantes/sustitutivos

- La Sirena  
Bandeja de Pimientos de Pilquillo rellenos de Centolla 350 gr.  
€ 4,19 unidad



- Delicaviar  
Centolla en latas de aluminio, 150 gr. – 50% patas, 50% carne. Sin cartílagos.  
€15,97



(origen Chile)

- El Corte Inglés, Club Del Gourmet: RAMON PEÑA CARNE DE CENTOLLO LATA 95 G 23,75 € (250 € / Kilo)



- El Corte Inglés, AYAYAY PASTEL DE CENTOLLO LATA 150 G 3,87 € (25,80 € / Kilo)



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

No se han detectado campañas de promoción del producto en el mercado local, ni del producto local ni de la competencia.

Si existe una completa y elaborada promoción genérica ejecutada por el Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos (FROM), un organismo autónomo y adscrito al Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Pesquero. Este Organismo 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. Entre sus funciones más importantes es de destacar la incentivación y promoción del consumo de los productos de la pesca y de la acuicultura mediante:

- Campañas publicitarias y acciones promocionales.
- Apoyo a las empresas del sector pesquero para su participación en Ferias y Exposiciones nacionales e internacionales.
- Presencia institucional del FROM en Ferias y Exposiciones nacionales e internacionales.



Entre sus campañas destacamos:

- *Campaña de etiquetado de productos pesqueros 2008.*

El FROM, ha lanzado la campaña de Etiquetado de productos pesqueros 2008, con la presentación de un nuevo spot y una acción en mercados de toda España.

**LA ETIQUETA DEL PESCADO LO DICE TODO**

El pescado, FRESCO o CONGELADO, exige siempre su etiqueta. Sólo así conocerás su procedencia y sus características desde su nacimiento hasta que llega a tu pescadería. Disfruta de la tranquilidad de comprar con seguridad.

**PRODUCTO CONGELADO**  
**MERLUZA**

**PRODUCTO FRESCO**  
**SARDINA**

**¡EXÍGELA SIEMPRE!**

**ZONA DE CAPTURA**

ZONA DE CAPTURA	REFRIGERON DE LA ZONA - ZONA FRO
Albino Noroeste	No 21
Albino Noroeste	No 41
Albino Suroeste	No 42
Mar Mediterráneo	Nos 27, 28, 29 y 30
Océano Pacífico	Nos 01, 02, 71, 72, 81 y 82
Otro	

- *Operación Trucho*

El FROM ha lanzado una campaña de comunicación dirigida a promover el consumo de pescado entre la gente joven, que se desarrolla a través de la página web <http://www.operaciontrucho.com>, un microsite especialmente diseñado para los jóvenes, con imágenes acordes a sus códigos visuales, y textos que respetan su lenguaje habitual.



- *From radio*

From Radio es la primera radio hecha por y para niños que habla del mundo del pescado. La idea es incentivar el consumo de pescado por este segmento, bajo el mensaje: "Hasta aquí hemos llegado por comer pescado"



## Influencia de los hábitos de compra en la respuesta del consumidor ante las promociones

Según un estudio publicado por MERCASA, se infiere que un porcentaje importante de españoles son influenciados por la publicidad en los puntos de ventas o insertos en medios de comunicación.

Parte del estudio analiza que actualmente las empresas operan en mercados muy competitivos, donde gran parte de las categorías de productos se encuentran en la etapa de madurez de su ciclo de vida, donde los consumidores pueden elegir entre numerosas marcas escasamente diferenciadas y donde cada vez están alcanzando más importancia las marcas de distribuidor o las marcas genéricas.

En este marco, los fabricantes se ven forzados a completar su oferta, con una serie de incentivos para lograr captar la atención del consumidor y motivar la compra de la marca. Así, la promoción, es considerada una herramienta de marketing muy interesante, porque es capaz de incrementar las ventas de la empresa y su cuota de mercado.

De hecho, en los últimos años, tanto fabricantes como distribuidores, han otorgado una creciente importancia a estas actividades dentro de sus presupuestos de comunicación.

Las promociones influyen en el comportamiento del consumidor mediante diferentes mecanismos que podrían resumirse en tres decisiones: qué comprar, dónde comprar y cuánto comprar.

Relacionadas con estas tres preguntas que se plantea el consumidor, en el siguiente gráfico se muestran las principales influencias que tiene el marketing promocional, sobre los procesos de compra del consumidor.



Fuente: <http://www.mercasa.es>

Para caracterizar al consumidor español, propenso a las promociones es necesario obtener una medida de la respuesta ante las mismas.

Ante ello, se realizó una encuesta a un universo, acorde al siguiente gráfico:

#### Ficha técnica de la investigación

Universo	Población en general que realice toda o parte de la compra de productos de alimentación o limpieza de su hogar.
Ámbito	La ciudad de Zaragoza.
Método de recogida de la información	Encuesta auto-administrada.
Tamaño de la muestra	425 encuestas válidas.
Procedimiento de muestreo	Muestreo por cuotas con afijación proporcional de edad y desproporcional de sexo.

Fuente: <http://www.mercasa.es>

#### Dentro de los análisis de los resultados

Para valorar la utilización de promociones por parte del consumidor español, se incluyó en el cuestionario la escala propuesta por Ailawadi, Neslin y Gedenk (2001). Así, los encuestados debían indicar, en escalas de 5 puntos (1 nunca y 5 muy frecuentemente), la frecuencia con la que realizan determinadas acciones relacionadas con las promociones.

Por ejemplo, se pedía a los encuestados que indicasen la frecuencia con la que leen los folletos que les llegan a casa o la frecuencia con la que aprovechan las ofertas que encuentran en el establecimiento al realizar la compra.

Siendo así el resultado de las encuestas aplicadas fueron las siguientes:

#### Respuesta del consumidor ante las promociones

TIPO DE PROMOCIÓN	INDICADORES	MEDIA 1-5	R <sup>2</sup>	ESTÁNDAR
PROMOCIONES INTERIORES □ = 0,843 % Var. = 25,02	Me influyen los carteles de "oferta" que veo en la tienda mientras compro.	3,33	0,835	0,698
	Cuando estoy comprando, aprovecho las ofertas que hay dentro de la tienda.	3,57	0,871	0,759
FOLLETOS □ = 0,860 % Var. = 34,22	Leo los folletos de los supermercados que llegan a casa para buscar ofertas antes de ir a comprar.	2,96	0,796	0,634
	Utilizo los folletos que me dejan en casa para decidir qué comprar.	2,53	0,924	0,854
	Utilizo los folletos para decidir dónde comprar.	2,38	0,819	0,671
VALES □ = 0,887 % Var. = 25,92	Guardo los vales que vienen en los periódicos y revistas, o los que me dejan en el buzón.	2,06	0,888	0,789
	Cuando voy a comprar, llevo encima vales para canjearlos en caja.	2,10	0,898	0,806

Medidas de adecuación de los datos  
K.M.O = 0,738; Test de Barlet = 1679,04 (p< 0,0001) ; M.S.A >0,65  
Calidad de ajuste  
χ<sup>2</sup> (11) = 31,916 (p<0,0001); GFI = 0,980; RMSEA = 0,067; AGFI = 0,949; IFI = 0,988

Fuente: <http://www.mercasa.es>

Las conclusiones del estudio apuntan a que desde la dirección de marca es interesante identificar qué segmentos de consumidores responden ante la promoción de ventas. Identificar a estos consumidores, permitirá a las empresas mejorar la efectividad de sus campañas promocionales.

Además, si determinados segmentos responden ante un instrumento promocional y no ante otro, las empresas se pueden dirigir a cada segmento mediante estrategias diferenciadas y así poder maximizar los resultados. Las promociones adaptadas a segmentos específicos son cada vez más frecuentes en el mercado y la tendencia sugiere que en el futuro se van a utilizar cada vez más.

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

### DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MAYORISTA

La distribución mayorista en España está estructurada de forma mayoritaria a través de las Unidades Alimentarias de la Red de Mercas, que cuenta con Mercados Mayoristas de Pescado en Mercalgeciras, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercalaspalmas, Mercaleón, Mercamadrid, Mercamálaga, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasevilla, Mercasalamanca, Mercavalencia y Mercazaragoza.

A través de estas unidades se comercializa anualmente 200.000 toneladas de mariscos, incluyendo moluscos y crustáceos tanto frescos como congelados. Un 70% moluscos y un 30% crustáceos, aunque en lo que respecta exclusivamente a congelado el reparto es más

equitativo. Ello supone una cuota de mercado de un 40-45%, entendida como la parte del consumo total distribuida a través de la Red Mercas. El valor económico de las ventas ascendería a unos 1.500 millones de euros, un 40% del volumen total de facturación del total de productos pesqueros en la Red de Mercas.

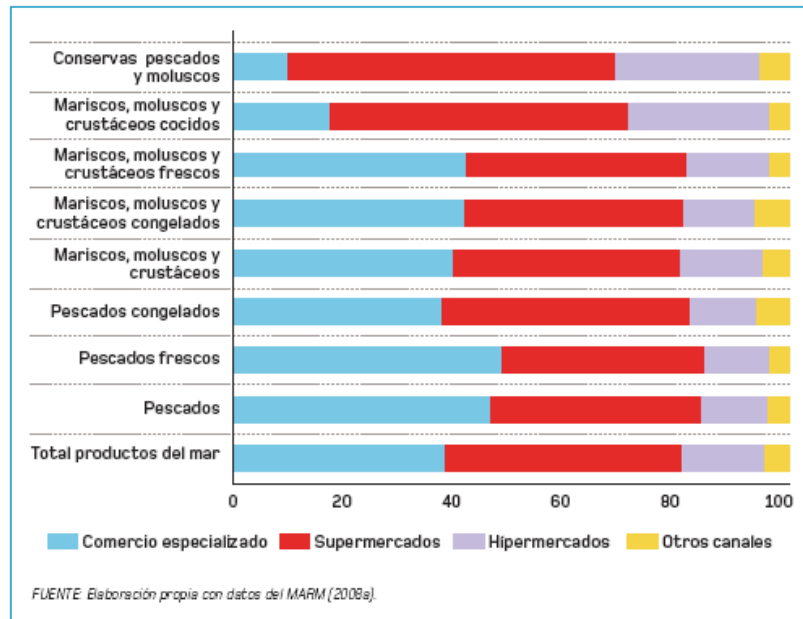
#### DISTRIBUCION COMERCIAL MINORISTA

La distribución de productos del mar está mayormente concentrada en los supermercados, los cuales acaparan una cuota del 42,3% que supera ligeramente al comercio especializado el cual tiene una cuota de mercado cercana al 38,4%. En el caso de los hipermercados la participación desciende a un 15% mientras que el resto de los canales alcanza una cuota del 4,4%.

No obstante, la heterogeneidad que tiene esta familia de productos también se refleja en la distribución de los distintos tipos de pescado y, por tanto, los formatos comerciales cuentan con distintos posicionamientos en función del producto que se distribuya:

- En los pescados frescos, los establecimientos tradicionales o comercio especializado cuentan con la cuota de mercado más elevada (48,4%) y la representatividad del supermercado (36,5%) y del hipermercado (11,6%) es inferior.
- En los productos congelados, el supermercado cuenta con la mayor cuota de mercado (44,6%), aunque los establecimientos especializados tienen una participación significativa (37,6%) en la distribución de este tipo de productos.
- La distribución de mariscos, moluscos y crustáceos se desarrolla de una manera equilibrada a través del comercio especializado (39,6%) y de los supermercados (40,9%). Los establecimientos tradicionales tienen una mayor penetración que los supermercados en la venta de mariscos, moluscos y crustáceos frescos y congelados, mientras que la situación se invierte para los mariscos, moluscos y crustáceos cocidos.
- En la categoría de conservas de pescado y marisco, parece claro que los supermercados e hipermercados son los formatos que comercializan mayoritariamente estos productos (conjuntamente alcanzan una cuota de mercado del 84,5%) mientras que los establecimientos tradicionales (10,2%) y otras fórmulas comerciales (5,3%) resultan menos relevantes.

Cuota de mercado en la distribución de productos del mar. Porcentaje



Fuente: <http://www.mercasa.es>

### ◦ CIRCUITO COMERCIAL DEL CONGELADO



Fuente: <http://www.mercasa.es>

### VENTA DIRECTA VÍA INTERNET

Este canal de distribución es cada día más habitual. En pocos años han proliferado de un modo extraordinario, siendo cada día más conocidos y llegando a tomar presencia en las casas de los consumidores y en los restaurantes (mayor penetración). El proceso para adquirir tanto el marisco como el pescado es muy sencillo y en 24 hr. se recibe en el domicilio, previo

pago contra reembolso o con tarjeta de crédito.

En lo que respecta al marisco, donde se engloba el producto de este estudio, los más vendidos en la Red son centollo, nécora, cigala y el percebe como producto estrella (el percebe es similar al picoroco chileno).

A continuación se muestran algunos de los portales más concurridos.

Lonxanet	<a href="http://www.lonxanet.com">http://www.lonxanet.com</a>
Centolla Gallega Cocida Marisco a domicilio ¡Compre ahora!.	<a href="http://www.elreygambon.com">http://www.elreygambon.com</a>
Centollas Viveros de Vigo. Buenos Precios, Calidad y Servicio	<a href="http://www.qdq.com/vdevigo">http://www.qdq.com/vdevigo</a>
Mariscos de Galicia Marisco Gallego de 1ª Calidad. Envíos gratuitos a toda España	<a href="http://www.mariscosdepaco.es">http://www.mariscosdepaco.es</a>
Marisco gallego. Envasamos el marisco vivo y se lo entregamos en 24h. Toda España	<a href="http://www.cetareaburela.com">http://www.cetareaburela.com</a>
Marisco Marisco.com Marisquería Bahía de Vigo. Marisco Cocido a toda España	<a href="http://www.mariscomarisco.com">http://www.mariscomarisco.com</a>

## CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Minorista: (no se han encontrado imágenes ilustrativas). Tanto en Supermercados como en pescaderías de barrio (lugares más habituales para la compra de los mariscos y pescados frescos, no así los congelados que son mayoritariamente comprados en Supermercados) los cangrejos (jaibas, centolla, centellón) son presentados en góndolas refrigeradas en bolsas de 300 y 500 gramos.

También hay presentaciones en bandejas que incluyen las patas con carne con un peso de 800 gr.

Lo normal es encontrar el producto como piezas enteras.

Por otro lado, es importante mencionar que también hay presentaciones de centolla como plato preparado, es decir, con un valor agregado adicional.

Actualmente, en España, el consumo de platos más elaborados y preparados adquiere una mayor importancia (ha aumentado en un 12%) debido a las fuertes exigencias de los consumidores "Por productos cada vez más fáciles y rápidos de preparar". De este modo, los agentes mayoristas ofrecen productos precocinados y más elaborados, especialmente en el área de cárnicos y conservas de pescado.



Mayorista: formatos y categorías más usuales en venta mayorista (no se han encontrado imágenes ilustrativas).

Clasificado	Categoría	Envase, peso y transporte
Tamaños (vivo, fresco y congelado)	Extra (+2 kg.) Grande (1,5 a 2 kg.) Mediano (1 a 1,5 kg.) Pequeño (500 a 1.000 gr.)	<p><u>Congelado</u>: “carne” y patas o “muelas”, a granel. Bloques de plástico de 0,5 ó 1 kg.</p> <p>Vivo: cajas de plástico de 10 kg. o de 5 a 6 kg. según tamaño piezas.</p> <p>Fresco (cocido): caja de “corcho” de poliespán de 2 kg.</p> <p>Transporte: el congelado a -18<sup>o</sup>/-22<sup>a</sup>. El fresco en camión frigorífico a 0<sup>o</sup>/5<sup>o</sup>. Vivo, transporte especial en “camión vivero”. Hasta destino (punto de venta) también camiones frigorífico en cajas preparadas de poliespán.</p>

En España, para medir el tamaño de la centolla se tiene en cuenta la longitud desde los ojos hasta la parte posterior del caparazón, de esta manera, las tallas para comercialización van desde los 12 cm. de mínima hasta los 30 cm., aunque las más comunes están entre 17 y 20 cm. Los pesos más frecuentes entre 1 y 1,5 kg.

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

Las importaciones españolas desde Chile de la especie *Lithodes Antarcticus* son prácticamente nulas. No obstante, esto no significa que no exista mercado, por el contrario, existe un nicho determinado, abastecido principalmente por Uruguay.

A pesar de ello, se ha realizado un amplio sondeo de mercado entre los potenciales clientes del rubro y todos han mostrado mucha expectativa respecto a los productos referidos en este análisis, sin embargo por parte del sector privado chileno, no ha habido intentos de acercarse al mercado español.

Mercabarna, mayoristas de pescados de Barcelona, han también demostrado gran interés en conocer la oferta exportable de crustáceos y moluscos del mar chileno, pero la respuesta desde Chile del sector exportador no ha sido muy activa.



En atención a lo anterior, esta Oficina recomienda realizar acciones de difusión de la oferta exportable chilena de mariscos, mediante los diferentes mecanismos de apoyo que presta la institución.

Particularmente sugerimos la participación en Ferias, que responde de manera muy efectiva en este mercado para el tipo de productos. Dentro de las Ferias la más recomendada, tanto por impacto como por su reconocimiento, es CONXEMAR.

Por otro lado, recomendamos, antes de incursionar el mercado, conocer qué es lo que demanda el mercado e investigar minuciosamente la oferta que envía Uruguay a este mercado, con el objeto de otorgar al producto nacional un mayor valor, tanto al producto chileno como al cliente/importador, buscando la diferenciación.

Como es sabido, el consumidor español cada vez es más exigente y necesita productos que se adapten al estilo actual de vida, por lo que el lema "Productos cada vez más fáciles y rápidos de preparar" debe ser asumido por los exportadores chilenos, para así penetrar con mayor facilidad en el mercado.

Los datos de la consultora privada TNS Worldpanel<sup>1</sup>, apuntan a un crecimiento del consumo de alimentos congelados en España durante 2008. Así, en ese año, los españoles destinaron un total de 3.648 millones de euros a la compra de productos congelados, un 1,44% más que el año anterior. Este gasto representa un 5,8% de la cesta de la compra o, lo que es lo mismo, un total de 230,54 euros por hogar y año. Los españoles en 2008, consumieron 17,5 kg. de productos congelados per cápita, incluyendo estos alimentos en el menú 2,4 veces a la semana.

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

Recomendamos participar en las siguientes ferias y eventos, con la finalidad de potenciar y fortalecer el posicionamiento de la Centolla Congelada (*Lithodes Antarcticus*) en el mercado español:

- Feria CONXEMAR. (*Recomendada*)

Fecha feria: 6, 7 y 8 de octubre 2009

Edición: undécima edición

Lugar: Vigo (España)

Ámbito: Internacional

Carácter: Profesional

Frecuencia: anual

Sectores: Mayoristas, Importadores, Exportadores, Transformadores, Fabricantes, Distribuidores, Frigoríficos, Maquinaria, Industria Auxiliar (frío, embalajes, plásticos, etc.), Acuicultura.

La historia de Conxemar viene marcada por el crecimiento continuo a lo largo de las últimas ediciones. Precisamente esa es una de las señas de identidad de la Feria

---

<sup>1</sup> La información ofrecida en este punto no corresponde a cifras oficiales, no obstante, se ha decidido presentarlas al corresponder a las últimas publicadas relativas al consumo local en 2008.

Internacional de Productos del Mar Congelados, cuyo nombre ya es reconocido mundialmente como la cita ineludible para los profesionales.

Web: <http://www.conxemar.com>

- Feria FROZEN (*Recomendada*)

Fecha: marzo 2010

Edición: cuarta

Lugar: Zaragoza

Ámbito: Internacional

Carácter: Profesional

Frecuencia: bianual

Sectores: sector de la alimentación congelada, tanto en lo que se refiere a los productos como en los diferentes servicios de la industria auxiliar.

Web: <http://www.frozen.es>

#### **OTRA INFORMACION RELEVANTE**

- <http://www.exporthelp.europa.eu>

El Export Helpdesk es un servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Proporciona información a los exportadores sobre requisitos, normas, aranceles y estadísticas comerciales.

- <http://www.marm.es/>

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

- <http://www.mcs.es/>

Ministerio de Sanidad y Consumo

- <http://www.mercasa.es>

Página de MERCASA, empresa nacional que depende del la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, nos da información sobre el comercio mayorista y minorista.

- <http://www.camaras.org>

Página perteneciente al Consejo Superior de Cámaras que brinda información sobre el comercio, la industria y la navegación de España.

- <http://www.comercio.es>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

- <http://datacomex.comercio.es>

Página perteneciente al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que nos brinda información acerca del comercio exterior e interior español.