

ESTUDIO DE MERCADO FILETES DE MERLUZA DEL SUR CONGELADOS - ALEMANIA

ProChile Hamburgo, Diciembre 2009-12-02

PRODUCTO: Merluza del Sur (*Merluccius Australis*)

Código TARIC (UE)	Descripción	Código Sistema Armonizado CHILENO SACH:	Descripción
0304 2958	Los demás Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados De merluza del género <i>Merluccius</i>	0304293200	Filetes de merluza del Sur (<i>Merluccius australis</i>) congelados

En idioma alemán:

03042958 Fischfilets von Seehechten der *Merluccius*-Arten, gefroren (ausg. von Kap-Hechten, von Tiefenwasser-Kapseehechten und von Patagonischen Seehechten)

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 6.10 % para terceros países

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0%

ARANCELES PARA OTROS PAISES

Código TARIC	País	Arancel
0304 2958	Perú	6,1%
	Canadá	6,1 %
	Estados Unidos	6,1 %

OTROS IMPUESTOS: 7% IVA (para productos del sector alimentos)

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO:

• Requisitos de ingreso:

- ▶ No. de registro para exportar a la UE
- ▶ Certificado sanitario solicitado por la UE; decisión 96/674/CE-otorgado en Chile por Sernapesca – en idioma alemán
- ▶ Certificado de origen EUR1 concedido en Chile

Por Reglamento (CE) No 1005/2008 del 29 de septiembre de 2008, se estableció un sistema comunitario para prevenir, desalentar y eliminar la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada.

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:286:0001:0032:ES:PDF>

A partir del 1 de Enero del 2010 la Comunidad Europea (CE) exigirá los países que comercializan sus productos pesqueros que presenten el respectivo certificado de captura, como medida para prevenir, desalentar y eliminar la pesca Ilegal no declarada y no reglamentada INDRNR.

• Lista Terceros Países de la Unión Europea

El principal requisito para el ingreso de productos pesqueros a la Unión Europea, es la aprobación de la empresa productora/procesadora por la Unión Europea. Los establecimientos aprobados se publican en el sitio web veterinario de la Unión Europea: https://sanco.ec.europa.eu/traces/output/listsPerCountry_en.htm#

• Otras normas/reglamentos relevantes para el mercado Alemán:

- **Regulación de los límites máximos de residuos - "Rückstandshöchstmengenverordnung"** del Ministerio Federal de Protección del Consumidor, Alimentación y Agricultura. La última versión consolidada se publicó en 1999, sus modificaciones están disponible en la página web del Ministerio Federal de Justicia <http://bundesrecht.juris.de/index.html>
http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/rhmv_1994/gesamt.pdf

A nivel europeo, los límites máximos de residuos de plaguicidas en alimentos, están regulados por el reglamento **396/2005** del 23 de febrero 2005.

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:070:0001:0016:ES:PDF->

- **Reglamento Higiene** para productos pesqueros (**Fischhygieneverordnung**) rige la aplicación de las Directivas de la Unión Europea. Desde enero 2006 con Reglamento (CE) n° 852/2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios; con Reglamento (CE) n° 853/2004, por el que se establecen normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal, como así también con Reglamento (CE) n o 854/2004, por el que se establecen normas específicas para la organización de controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

Durante el año 2008, el Ministerio para la Agricultura y Alimentación, publicó el proyecto de ley para la modificación de las disposiciones para llevar a cabo las leyes de higiene en alimentos de la CE. Con estas modificaciones pretende complementar reglamentos alemanes, que difieren de la reglamentación comunitaria. También trata el tema del etiquetado de productos pesqueros que hayan sido descongelados, procesados y nuevamente congelados.

- Ley de etiquetado de productos pesqueros

(Fischetikettierungsgesetz, FischEtikettg del 1 de agosto 2002 y modificado por última vez el 25 de noviembre 2003)

<http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/fischetikettg/gesamt.pdf>

Esta normativa es necesaria para todos productos del mar, ya sean, elaborados o ahumados, excepto los productos procesados.

Etiquetado de productos pesqueros

(Reglamento 104/2000 CE; 2065/2001)

Desde el 22 de octubre del 2001, los reglamentos de información para consumidores publicados por la Comisión Europea son obligatorios:

Según este decreto se debe obligatoriamente indicar:

- la denominación comercial de la especie de los productos pesqueros y de acuicultura (los nombres comerciales están listados en la página web de Instituto Federal de Agricultura y Alimentación – Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung www.ble.de).

- el método de producción
a) capturas en el mar b) áreas de agua dulce c) crianza, acuicultura

- la zona de captura (Para los productos de los aguas interiores, hay que indicar el país de origen; la declaración de la acuicultura tiene que ser la del país, donde se realizó la fase de crianza final)

La Asociación nacional de la Industria alemana de Pesca y Mercado Mayorista de Pescado (Bundesverband der deutschen Fischindustrie und des Fischgroßhandels e.V.), tiene como meta el perfeccionar el etiquetado de manera voluntaria de productos pesqueros hasta fines del 2010. La mayor modificación con respecto al actual reglamento de etiquetado, es que deberá indicarse la **zona de captura** en aquellos productos en los que actualmente no es obligatorio; como es el caso de productos que hayan sido procesados de alguna manera, tales como por ejemplo: Conservas de pescado, escabeches, ensaladas de pescado, apanados y otros tipos de productos congelados provenientes de productos pesqueros. La merluza (*Merluccius spp.*) estaría también dentro de las especies que se incluirían en esta medida.

- **Análisis HACCP** (Hazard Analisis Critical Control Point) traducido al español: Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos; proceso sistemático preventivo para garantizar la seguridad alimentaria, de forma lógica y objetiva, en donde actualmente la "Trazabilidad" tanto interna como externa, tiene un papel relevante.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

Producto: Los demás Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados de merluza del género Merluccius

TARIC: 0304 2958

· **AÑO 2008 (cifras preliminares)**

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (de valor)
Estados Unidos	6.221,2	20.700	57,10
Perú	3.697,2	9.373	25,86
Chile	1.495,8	3.627	14,72
España	55,2	210	0,85
Países Bajos	35,6	117	0,47
Subtotal	11.505,0	35.889,0	99,0
TOTAL IMPORTADO	11.588,1	36.250,8	100

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (de valor)
Estados Unidos	6.127,3	15.052	45,4
Perú	4.136,9	9.906	29,9
Chile	1.940,2	6.524	19,7
Francia	357,6	766	2,3
República China	104,5	234	0,7
Subtotal	12.666,5	32.482,2	97,9
TOTAL IMPORTADO	12.826,3	32.913,0	100

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO (de valor)
Estados Unidos	4439,2	9839	36,6
Perú	4167,2	9872	36,4
Chile	2187,3	6628	24,7
Países Bajos	44,3	216	0,8
Francia	76,1	133	0,5
Subtotal	10.914,1	26.598,6	99,2
TOTAL IMPORTADO	10.997,8	26.819,6	100

POTENCIAL DEL PRODUCTO

En Alemania, el consumo de pescados y mariscos ha ido aumentando continuamente en los últimos años. Es así como en el 2008, sus habitantes consumieron en total 1,284 millones de toneladas.

Suministro total

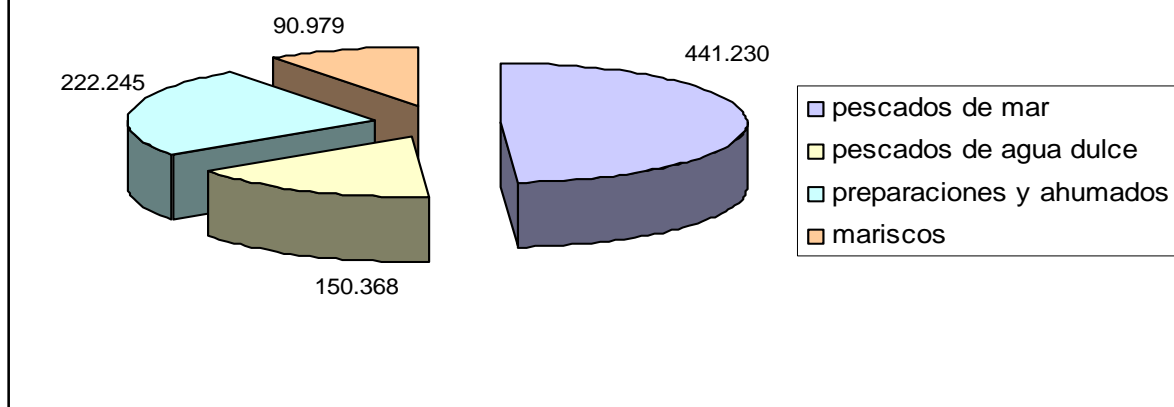
(1.000 t Peso de captura)

Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Producción Propia	303	296	309	321	330	310
Importaciones	1.686	1.711	1.795	1.910	1.982	1.937
Exportaciones	813	867	886	952	1.032	960
Consumo humano	1.174	1.138	1.215	1.273	1.276	1.284
Consumo per cápita en kg	14,3	13,8	14,7	15,5	15,5	15,6

Fuente: Fisch-Informationszentrum, Daten und Fakten 2008

Alemania representa el quinto mercado pesquero de mayor consumo en la Unión Europea, después de España, Francia, Italia y Gran Bretaña. Como importador de productos del mar, también juega un rol destacado. En el año 2008, este país importó 907.677 toneladas (peso-neto) de productos pesqueros, por un valor de 2.931 millones de Euro. En esta suma, se incluyen pescados de mar, de agua dulce y moluscos. Los filetes de pescados de mar congelados alcanzaron las 263.591 toneladas, revelando una variación del 1,5% en relación al año 2007 (259.661 ton).

Importaciones productos pesqueros año 2008 total 904.822 ton



Fuente: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Der Markt für Fischereierzeugnisse in der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 2008

Un 63,40% de las importaciones totales de productos pesqueros (575.515 ton), proviene de terceros países fuera de la Unión Europea. Los proveedores más importantes de productos pesqueros siguen siendo, en primer lugar, China, seguido por Noruega y en tercer lugar Estados Unidos. Chile con un total de 18.950 toneladas se ubica en el sexto lugar, después de Ecuador. El levantamiento de las restricciones de ingreso para productos provenientes de China, permitió la reintegración al mercado de proveedores.

País de origen	Cantidad (ton)			Variación (%)	
	2006	2007	2008	06/07	07/08
UE	349.231	377.997	332.162	8,2	-12,1
Terceros países:	559.329	574.594	575.515	2,7	0,2
China	125.268	123.629	133.356	-1,3	7,9
Noruega	84.471	77.947	71.061	-7,7	-8,8
EEUU	57.702	79.149	70.266	37,2	-11,2
Vietnam	24.157	31.067	42.247	28,6	36,0
Ecuador	16.920	23.847	29.685	40,9	24,5
Chile	21.338	20.794	18.950	-2,5	-8,9
Tailandia	29.244	27.879	23.896	-4,7	-14,3
Rusia	40.555	35.107	38.222	-13,4	8,9
Islandia	24.423	19.062	19.081	-22,0	0,1

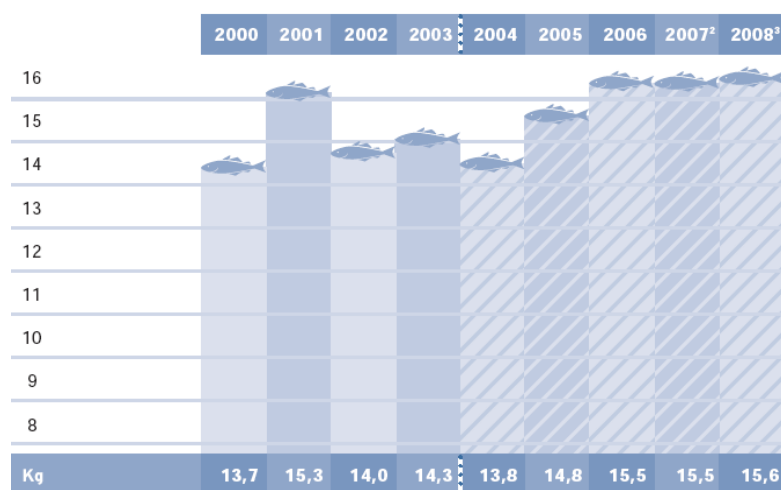
Fuente: Fisch-Informationszentrum, Daten und Fakten 2008

Alrededor del 91% del total de filetes de pescado importados para ser utilizados como materia prima para otros productos (tales como filetes apanados, croquetas, etc.) provinieron de terceros países, ya que la producción europea no puede suplir con su captura la cantidad necesaria, ni tampoco ciertas variedades de pescados, tales como Alaska-Pollock, **Merluza**, Hoki y Pangasius.

Las **exportaciones** de Alemania principalmente se destinan a países de la UE (aprox. 86%) y se trata de productos con valor agregado, como filetes preparados, conservas de atún y bonito, albóndigas frescas, Surimi, conservas de sardina y productos preparados.

- *Consumo per cápita y sus derivados de pescados en Alemania.*

Los consumidores alemanes demandan cada día más, el poder comer pescados y mariscos. En el año 2008, a pesar de la crisis financiera que ha afectado al mundo, la demanda y consumo de pescados y mariscos no bajó y el consumo promedio per cápita fue de 15,6 kg, mientras que hace dos años alcanzaba los 14,8 kg.



² lo informado; ³ Año en revisión

Fuente: Fisch-Informationszentrum, Daten und Fakten 2008

Los pescados y productos pesqueros que mayormente se consumieron durante el año 2008, son el Alaska Pollock (24,7%), Arenque (20,8%), Salmón (11,1%), Atún (10,2%) y Pangasius (4,4%), este último ha ido aumentando su presencia en el mercado local, casi duplicando su porcentaje del 2006. (*Pangasius hypophthalmus* es un pez de agua dulce, que ha llegado al segundo lugar de producción en el mundo. Las proyecciones indican que en 5 años podría alcanzar el primer puesto. Es de la familia de los bagres (catfish) y se cultiva en el Río Mekong de S. E. Asia en acuicultura. Crece rápido y es muy tolerante a condiciones de alta producción.)

El consumo más significativo con casi un 25% son los productos en base a la especie *Theragra chalcogramma* [lat.] ("Alaska-Pollack" en alemán), preferentemente congelado. Se lo ofrece al consumidor alemán bajo el nombre "Alaska-Seelachs" y cuya traducción en español "Salmón del mar de Alaska". El Arenque y Atún son otros pescados muy populares, que se venden principalmente frescos, en conserva y en preparaciones.

• Consumo por especie de pescado

Tipo de pescado	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)
Alaska Pollok	26,5	24,9	24,7
Arenque	17,7	17,3	20,8
Salmón	11,7	12,4	11,1
Atún	10,7	10,7	10,2
Pangasius	2,4	3,0	4,4
Trucha	4,0	4,8	4,4
Carbonero	4,0	3,4	3,6
Gallineta nórdica	3,2	3,1	2,7
Bacalao	2,4	4,0	2,7
Merluza*	3,4	2,7	2,4
Caballa	1,7	1,2	1,4
Carpa	1,1	1,1	1,0
Los demás	11,0	11,4	10,6
Total	100	100	100

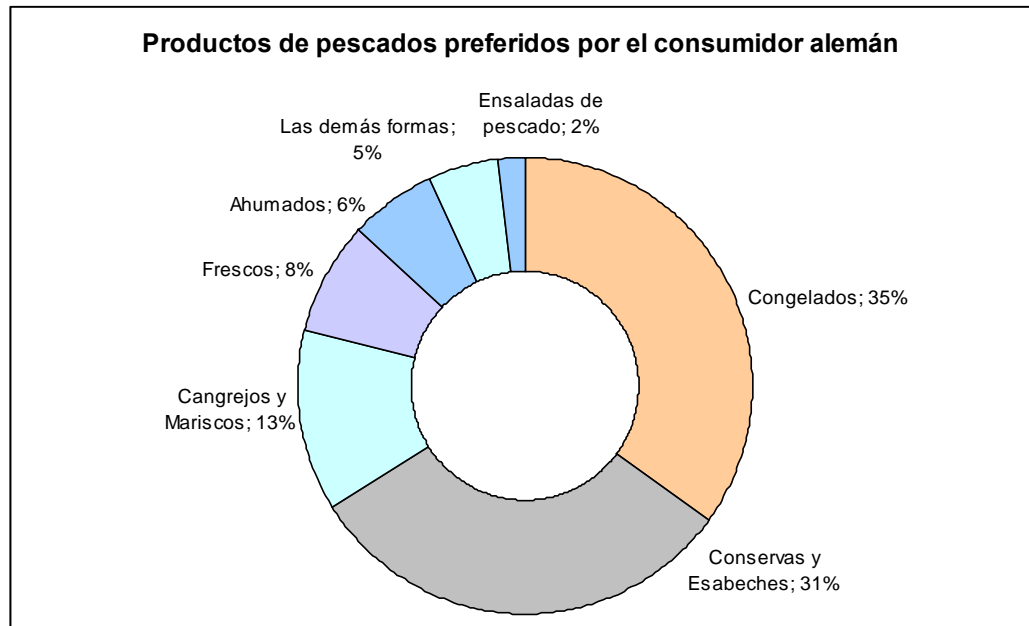
Fuente: Fisch-Informationszentrum, Daten und Fakten 2008

*Todas las merluzas, *Merluccius capensis*, *Merluccius paradoxus*, *Merluccius hubbsi*, *Merluccius gayi*, *Merluccius bilinearis* y *Merluccius australis*

• Hábitos de consumo por tipo de Pescados

Con respecto a la forma de consumo preferido, como los años anteriores, los productos congelados dominan el mercado con un 35%, sobre el nivel del año anterior (34%). En el segundo lugar se encuentran las conservas y los escabechados con un 31% y la participación de los camarones y moluscos bajó de un 14 a un 13%. En cuarto lugar está el pescado fresco con un 8% y en el quinto los productos ahumados con un 6%. Las ensaladas de pescado subieron a un 5%.

Productos	2006	2007	2008
Congelados	35	34	35
Conservas y Escabeches	28	30	31
Cangrejos y Mariscos	12	14	13
Frescos	10	9	8
Ahumados	6	6	6
Las demás formas	6	5	5
Ensaladas de pescado	3	2	2
Total	100	100	100



• Tendencias del mercado

La gran opción de los supermercados ha sido incursionar en la comidas "convenience" a base de productos pesqueros. El mayor inconveniente para las empresas procesadoras es lograr el tratamiento adecuado para que los productos del mar sigan preservando la frescura y calidad hasta alcanzar al grupo de consumidores, de un estereotipo moderno y cómodo, que están en la busca de productos de fácil preparación, saludable, natural y de buen sabor.

A primera vista, el consumidor compra el producto por el envase, pero es la calidad la que influye, al comprarlo una segunda vez. Por el momento, sólo un 5% de los productos pesqueros procesados está condicionado para el microonda. Por otro lado, una enorme cantidad de consumidores prefieren una preparación tradicional y gusta consumir el pescado fresco. Sin embargo la mayor proporción de mercado fresco se prepara y consume en hoteles y restaurantes. Las recetas de pescado fresco son consideradas difíciles de preparar en casa y por ello no son muy frecuentes. No obstante, algunas empresas procesadoras están desarrollando nuevas maneras de elaboración y la tendencia muestra que en un futuro cercano, cada vez más productos del mar serán ofrecidos con valor agregado (value-added).

De igual modo, la tendencia a consumir productos con el logo MSC (Marine Stewardship Council) ha ido aumentando de manera creciente en el consumidor alemán, que es muy preocupado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos. El logo ya es reconocido y actualmente es utilizado en 503 productos alemanes. De modo tal, que Alemania es el país que tiene mayor cantidad de productos pesqueros con este logo. MSC es una organización independiente, sin ánimo de lucro que trabaja para proteger los recursos pesqueros del mundo, promoviendo una alternativa medioambiental sostenible a través de un programa de certificación de pesquerías, de trazabilidad y una eco-etiqueta para productos pesqueros sostenibles de captura salvaje.



Para contar con la certificación MSC de Cadena de Custodia, se deberá demostrar que los productos marinos que se suministran proceden de una pesquería sostenible. La evaluación del cumplimiento se basa en los tres Principios y Criterios para la pesca sostenible de MSC:

1. Stocks pesqueros sostenibles
2. Minimización del impacto ambiental
3. Gestión efectiva

Las circunstancias únicas de la pesquería son tenidas en cuenta para la evaluación en base a los tres principios. El certificado emitido es válido durante 5 años, pero una vez que la pesquería se ha certificado, todas las empresas en la cadena de suministro deben tener la certificación MSC de custodia.

Los siguientes son los beneficios de contar con la certificación:

- satisfacer la demanda del consumidor de conocer el origen de los productos
- diferenciar el producto en el mercado
- atender la demanda del consumidor en cuanto a la responsabilidad empresarial
- conseguir la confianza del consumidor
- posicionar su producto en el mercado con la eco-etiqueta

Para mayor información, favor entrar a www.msc.org

PRECIOS DE REFERENCIA IMPORTACIÓN

El precio de importación promedio para todos los productos del mar en el 2008 se mantuvo estable en los 3,23 €/kg. En el caso de los productos congelados, estos bajaron sus precios en un 0,9% con respecto al año 2007. El precio promedio de importación para los filetes congelados de pescado fue 2,57 €/kg, un 1% de variación con los niveles de precio del año anterior.

El desarrollo de los precios de materia prima para los filetes congelados de diferentes especies, tales como Bacalao, Alaska-Pollok, Merluza, Gallineta nórdica, Salmón, y Hoki fluctuaron entre un **+8,4% para Merluza** y un -16,5 para la Gallineta nórdica.

Para la estadística, la merluza, incluye todos los tipos de merluza conocidos en este mercado: *Merluccius capensis*, *Merluccius paradoxus*, *Merluccius hubbsi*, *Merluccius gayi*, *Merluccius bilinearis* y *Merluccius australis*. Por lo anterior, no es posible identificar la especie de merluza que se importa. Sin embargo, de acuerdo al precio promedio indicado, lo más probable es que se trate de merluza común.

	Cantidad (ton)		Variación (€/kg)	
	2007	2008	2007	2008
Filetes congelados pescados de mar total	259.661	263.592	2,54	2,57
UE	29.774	24.064	4,09	4,27
Terceros países	229.887	239.528	2,33	2,40
Filete de merluza total	23.939	20.569	2,27	2,46
UE	1.602	1.062	2,54	3,36
Terceros países	22.337	19.507	2,26	2,41

• Precios de referencia retail (EURO)

En el cuadro siguiente se analizan los precios de merluza (Seehecht) a nivel consumidor final (la merluza austral no se encuentra en el mercado retail, bajo ese nombre):

Lugar de compra	Empresa/Marca	Origen	Productos	Envase/tamaño	Precio en Euro
Internet online	Sonnen Bassermann	No indica	Fertiggerichte Seehecht Filet / filetes de merluza, plato precocido	caja de carton 400 gr	2,49
Internet Online	I&J	No indica	Seehecht filet tiefgefroren / Filetes de merluza congelada	Caja de cartón de 800 g	9,90

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

El producto "filete de merluza" es un producto de consumo masivo de precio económico y no se distingue entre los distintos tipos de merluza (*Merluccius capensis*, *Merluccius paradoxus*, *Merluccius hubbsi*, *Merluccius gayi*, *Merluccius bilinearis* y *Merluccius australis*). Los principales proveedores para el mercado alemán de filetes congelados son países de América Latina, Uruguay y Argentina. Estos mercados no prestan atención en realizar campañas de promoción para desarrollar a nivel cliente final y lograr resultados a corto plazo fin cambiar la actitud del comprador.

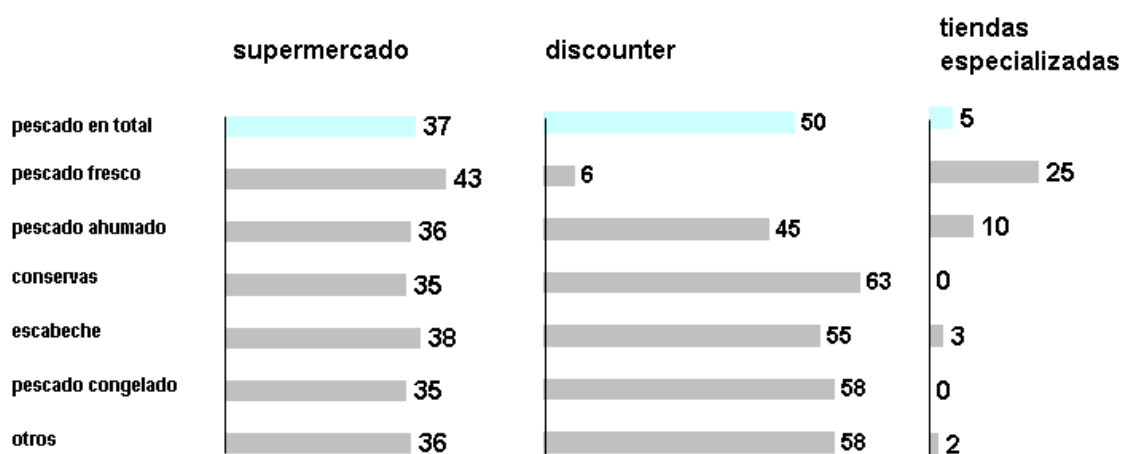
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La gestión de la cadena de suministro de filetes de merluza congelados, está presente en todas las cadenas de supermercados, los cuales, se abastecen directamente con

productores, otros trabajan con agentes especializados y/o importadores. Los supermercados han desarrollado sus marcas propias para diferentes gamas de productos del mar (ver tabla precios de referencia).

Los Discounter representan el canal más importante de comercialización de pescados y mariscos. En el año 2008, sobrepasaron por primera vez, el 50% del total de las ventas de productos del mar. Desde una participación de mercado de 49,4% el año 2007, aumentaron a un 50,4% el año 2008. Los supermercados y tiendas especializadas, por su parte, no aumentaron su participación, representando un 36,5% y 4,9% respectivamente. En cuanto a los productos, casi un tercio corresponde a productos congelados, seguido por las conservas y escabeches. El pescado fresco sólo representa un 8%.

Lugares de compra de productos del mar en porcentajes



Fuente: Fisch-Informationszentrum

Desarrollo Sector Retail

El año 2008 las ventas en el comercio retail de alimentos no tuvo el desarrollo, que muchos esperaban. Las ventas en relación al año anterior aumentaron sólo en un 2,0% en alrededor de 161.000 millones de Euro, porcentaje bajo el 2,6% de inflación. La tendencia más importante que se puede observar en el mercado, es la creciente competencia y concentración del sector. Las 10 empresas más importantes generan un 86% del volumen total de ventas de alimentos.

Los segmentos que han adquirido mayor importancia en los últimos años son:

- Alimentos orgánicos
- Productos con grasas y calorías reducidas (Wellness-Trend)
- Convenience – productos pensados como Alimentos preparados frescos
- Productos del Comercio Justo (Fair Trade)

La participación de los distintos canales de distribución en este mercado

El mercado "retail" de alimentos alemán se caracteriza por su gran complejidad y diversificación. Existen diversos canales de distribución, es decir, una variedad de niveles que separan al productor del usuario final. Sin embargo, hay que indicar que los supermercados de calidad están perdiendo participación del mercado y hoy en día, aproximadamente 43% de los alimentos se venden a precios muy competitivos en los Discounters. Aunque esta tendencia existe también en algunos otros mercados europeos, Alemania es el país donde persiste con más énfasis este comportamiento, que ha influenciado de manera significativa en la estructura de precios y estrategias de venta en todo el sector retail. Lo anterior explica el bajo nivel de precios del sector alimentario alemán comparados con otros países europeos.

Estadísticas recientes indican que el consumidor alemán, sólo destina 11% de su ingreso a la alimentación y bebida, comparado con porcentajes superiores al 18% en países como Italia y Francia.

Hay diversas razones para esta transformación en la industria, una es la situación complicada que sostuvo en el pasado la economía alemana, causando un cambio de los hábitos de compra del consumidor local, que prefiere ahora productos con precios más bajos. Otra razón, es la promoción agresiva de algunos Discounters, si bien no ocurrió en el sector de alimentos sino más bien en el sector electrónico, donde implementaron una campaña en las cabezas de los consumidores que se puede caracterizar con el eslogan "El tacaño es el más listo".

En los últimos años, los diversos supermercados de calidad intentaron recuperar mercado, destacando sus principales ventajas, calidad, frescura, amplia gama de productos y buen servicio al cliente en intensas campañas de promoción. La campaña más llamativa fue lanzada por la empresa EDEKA en abril 2005 bajo el eslogan "Wir lieben Lebensmittel" (amamos los alimentos) e incluyó anuncios con imágenes en la prensa, campaña de publicidad en la televisión y promociones en los mismos puntos de ventas. La cadena REWE, igualmente lanzó una campaña muy innovadora bajo la lema "Jeden Tag ein bisschen besser" (cada un día un poco mejor), que al parecer todavía no tiene tanto efecto como la campaña de su principal competidor. En junio 2007, EDEKA intentó adquirir a través de una OPA, la cadena REWE pero sin éxito, sin embargo, la empresa REWE se enfrenta con una ofensiva de inversionistas internacionales, que mantienen su interés por comprar los activos de la empresa y dividirla en diferentes segmentos (turismo, retail etc.)

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Tipos de envase en el mercado

en cajas de cartón de diferentes tamaños:



Seehecht Filet/
Filetes de merluza
Plato preparado
con
acompañamiento
de puré de
patata, salsa y
verdura, 400 g



Iglo Naturfilets mit
Marinade /
Filetes naturales de
merluza marinados 300 g



I&J Seehecht
Filets /
Filetes de
merluza, 800 g



Iglo Seehecht
Naturfilets /
Filetes de merluza
naturales, 400 g

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

Dada la falta de estadísticas detalladas, es difícil realizar un diagnóstico del producto. Suponemos que la mayor parte de la importación a Alemania corresponde a merluza común, que se comercializa como un producto de bajo precio y sin informar respecto a su origen.

Al no tratarse de una especie de calidad, el producto no es comercializado fresco ni en tiendas especializadas, ni en supermercados de calidad, sino es comercializado como filetes congelados y, suponemos, en su mayor proporción como alimento ya preparado o filetes apanados (fish chips) en sus muy diversas presentaciones.

Por las características anteriores, no es posible sugerir actividades a nivel del consumidor final, que permitieran diferenciar el producto nacional y/o incrementar su consumo.

10. FERIAS Y EVENTOS LOCALES:

• European Seafood Exposition Bruselas

Fecha : 27 - 29 de abril 2010
 Lugar : Bruselas, Bélgica
 Web : www.euroseafood.com

Aunque este evento no se celebra en Alemania, es la principal feria del rubro. La mayor parte de las empresas alemanas, asiste a esta Feria con Stand propio o como visitante. Más información en www.euroseafood.com Prochile ha sido expositor en esta feria en los últimos años. (para ver perfil de la feria en sitio web www.prochile.cl)

• Fish International, Bremen

Fecha : 21 - 23 febrero 2010
 Lugar : Bremen, Alemania
 Expositores 2008 : 400
 Visitantes 2008 : 11.400
 Superficie : 18.000 m²
 Teléfono : + 49 421 3505 260
 Fax : + 49 421 3505 681
 Web : www.fishinternational.com

Feria bianual

Esta feria ofrece una gran oportunidad para hacer nuevos contactos con la industria global de productos del mar.

• Intercool, Düsseldorf

Lugar : Düsseldorf, Alemania
 Expositores 2008 : 300
 Visitantes 2008 : 10.482
 Superficie : 11.683 m²
 Teléfono : + 49 211 4560-01
 Fax : + 49 211 4560-668
 Web : www.intercool.de

En esta feria se presentan fabricantes de productos congelados, especialmente pescados, repostería, panadería, verduras, pizzas y snacks.

• ANUGA

Fecha : Cada dos años (8-12 de octubre 2011)
 Lugar : Köln
 superficie (bruto) : 300.400 m²
 Expositores 2009 : 6.522 (5504 expositores extranjeros de 97 países)
 Visitantes 2009 : 153.500 (93.500 del extranjero)180 países
 Fono : + 49 221-821-2214
 Fax : + 49-221-821-3410
 Web : www.anuga.de

PUBLICACIONES MÁS IMPORTANTES DEL RUBRO

- **Fischmagazin** – revista muy completa sobre el sector y diversos productos del mar, dirigida a importadores, mayoristas y comercio minorista. Se publica mensualmente. También publican anualmente una versión actualizada de la ley de etiquetado (**Fischetikettierungsgesetz**) con un glosario de nombre comerciales de productos del mar en alemán y latín. www.fischmagazine.de
- **Fisch-Adressbuch:** El editorial del Fischmagazin publica un directorio muy completo que contiene aprox. 5200 direcciones del sector en los países europeos. Información disponible en inglés/alemán ordenado según rubros y países. Precio: 42,80- Euro, Información disponible también en www.fish-business.net (sin registro de rubros)
- **Tiefkühlreport** – revista sobre productos congelados en general www.tiefkuehl-report.de
- **Lebensmittelzeitung online:** Sitio web de la revista Lebensmittelzeitung, que representa la publicación más importante del sector alimenticio. Publica ranking de supermercados y otra información estadística para Alemania y Europa. www.lz-net.de

12. SITIOS WEB DE INTERÉS

► Sector pesquero

- www.fischverband.de - Sitio web de la asociación de industria pesquera alemana y mayoristas con links a las páginas web de los socios "Mitglieder" (en idioma alemán).
- www.fischfachhandel.de - Sitio web de la asociación gremial de comercio retail de pescado, con noticias del sector, directorio de socios (mayoristas y retail). Forma parte de la asociación central de comercio de alimentos BVL.
- www.fischinfo.de Centro de información sobre productos pesqueros dirigido al consumidor y prensa. Publica anualmente informe con cifras y estadísticas del sector ("Daten und Fakten") con links a los socios (en idioma alemán).
- www.portal-fischerei.de Portal de información sector pesquero del Ministerio federal de Protección del consumidor, alimentación y agricultura.
- www.intrafish.com Sitio web inglés de la revista "Seafood International", con acceso a novedades, reportes de productos nuevos y vínculos a los precios de pescados diferentes.

► Sitios web autoridades alemanas

- www.ble.de (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) Instituto federal de Agricultura y Alimentación (BLE), que publica mensualmente y anualmente informes sobre "mercado de productos del mar en Alemania" ("Bericht über die Fischerei und die Marktsituation für Fischereierzeugnisse in der Bundesrepublik Deutschland" en idioma alemán). Además publica en su página web el listado de nombres comerciales de productos pesqueros y de acuicultura ("Verzeichnis der Handelsbezeichnungen der Fischerei und Aquakultur")
- www.zoll-info.de : Sitio web del Servicio de aduana alemán.

- www.bmelv.de : Sitio web del Ministerio federal de protección del consumidor, alimentación y agricultura. Leyes y regulaciones disponibles en "Service" "Gesetze und Verordnungen" (sólo en idioma alemán).
 - www.destatis.de : Instituto federal de Estadística.
 - www.bfa-fisch.de (Bundesforschungsanstalt für Fischerei) Instituto federal pesquero, investigación sobre calidad de productos del mar y otros temas relacionados con el sector.
 - www.warentest.de : Sitio web de la fundación "Warentest" que analiza regularmente diferentes productos alimenticios y los publica en su revista mensual. Esta fundación goza de gran credibilidad frente a los consumidores, de manera que un mal resultado de un producto en sus análisis puede tener efectos devastadores.
- **Sitios web de la Unión Europea:**
- www.fishtracenet.org: página web de la Unión Europea que reúne información con respecto al tema trazabilidad de productos pesqueros, permite la búsqueda de regulaciones comunitarios y nacionales y el acceso a textos originales.
 - http://ec.europa.eu/fisheries/index_es.htm : Sitio web de la Comisión Europea de pesca
 - http://ec.europa.eu/trade/index_en.htm : Sitio web de la Comisión Europea del Comercio Exterior, publicación de comunicados de prensa con respecto a antidumping y otros temas de actualidad, con link al Export Helpdesk.
 - http://exporthelp.europa.eu/index_es.html Exports Helpdesk: Sitio web de la Unión Europea dirigido a exportadores de países emergentes y en desarrollo fuera de la UE.
 - <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm> : Sitio web oficial de la Unión Europea para búsqueda de documentos oficiales (regulaciones, leyes y normativas). Las decisiones se publican en todos los idiomas de la comunidad. Búsqueda con fecha de publicación y no. de diario oficial.
 - http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_es.htm : Base de Datos de TARIC (Online Customs Tariff Database) con información completa sobre aranceles, cuotas y otras información respecto ingreso de mercancías a la UE. (disponible en todos los idiomas de la Unión Europea).
 - http://ec.europa.eu/food/index_es.htm : Sitio web de seguridad alimentaria
 - https://sanco.ec.europa.eu/traces/output/listsPerCountry_en.htm# : Sitio web veterinario con documentos oficiales y listados establecimientos aprobados de tercer países.
 - www.fishbase.org: Sitio web con diccionario de especies en varios idiomas (alemán, español, inglés y otros)
-