

2016



Vieira o Concha de Abanico



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado español por la consultora Mercurio Consultores S.L., utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Madrid y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de España”.



CONCHA DE ABANICO

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	34
Antecedentes	6	1.4.1. Atributos y percepción del producto peruano	34
Metodología de estudio	7	1.4.2. Percepción del producto peruano	34
01. Mercado - Descripción del Sector	8	1.4.3. Sugerencias comerciales	35
1.1. Tamaño del mercado	10	1.4.4. Análisis de la competencia	36
1.1.1. Producción española	10	02. Condiciones de Acceso	37
1.1.2. Exportaciones españolas	14	2.1. Aranceles y otros impuestos	37
1.1.3. Importaciones españolas	15	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	39
1.1.4. Importaciones desde Perú	22	2.3. Requisitos específicos del importador español	41
1.2. Características generales	22	2.4. Barreras, estándares y normas	41
1.2.1. Usos y formas de consumo	22	03. Canales de Distribución y Comercialización	43
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	23	04. Información Adicional	46
1.2.3. Auditoría en tiendas	26	4.1. Datos de contacto de importadores	46
1.2.4. Análisis de la competencia	28	4.2. Oficinas/Gremios de interés	47
1.2.5. Regiones/Sectores de mayor consumo	30	4.3. Ferias del sector	47
1.3. Perfil, tendencias de consumidor y perspectivas del mercado	31	4.4. Links de interés	48
		05. Bibliografía	49

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

La vieira representa una cantidad muy pequeña de ventas en el mercado español en cuanto al volumen. El consumo anual de vieira apenas supera las 12 000 toneladas al año, entre producción nacional e importación en los últimos años.

La vieira (o concha de abanico, como se denomina en Perú) es un producto muy arraigado en la cultura del marisco en España, a pesar de que su consumo no es tan alto como otros mariscos; por ejemplo, la almeja o el mejillón. La almeja o el mejillón.

En los últimos años la producción nacional no ha llegado a las 600 toneladas. Durante el período analizado (desde el año 2010 hasta el 2013), en el año 2010 se alcanzó el pico más alto con 546 toneladas. Por su parte, las importaciones alcanzaron las 10 000 toneladas y las exportaciones alcanzaron un máximo de 3 465 toneladas en 2011, año en que se registraron las exportaciones más altas del período estudiado, aunque la media fluctúa entre 300 y 700 t/año.

Por lo antes mencionado, se considera que la vieira es un producto con significativa demanda en España, y debe ser cubierta principalmente con importaciones.

Las principales importaciones provienen de países europeos como Italia, Francia, Reino Unido o Portugal y principalmente de la especie *Pecten maximus*.

Además de la producción europea, la principal competencia de Perú proviene de Chile, dado que producen el mismo tipo de vieira.

En comparación con el producto importado de Chile, la concha de abanico peruana congelada ha sido más demandada en España durante el período de análisis.

En cuanto a producto, los proveedores peruanos deben prestar atención a la generación de una gama de productos con mayor valor agregado. El formato más demandado es la carne de vieira en diferentes formatos. Destaca la presentación de producto "listo para comer", (producto pre cocinado) listo para ser calentado.

La calidad de los procesos de producción es otro aspecto a tomarse en cuenta para acceder mejor al mercado español.

Metodología de estudio

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes primarias y secundarias como son las estadísticas, publicaciones, estudios previos, artículos de sitios web relacionados con el objeto de estudio, entrevistas y opiniones de expertos en el sector, etc. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra, al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de producción en t (tonelada) y en valor (miles de EUR); y por otro lado, las exportaciones e importaciones en volumen y valor de la partidas arancelarias de las anchoas en seco, salmuera y en conserva, lo que ayudará a definir el tamaño del mercado español.

En el análisis cualitativo se describen las principales tendencias del mercado, se han identificado los importadores, distribuidores, así como los canales de distribución definiendo en un análisis posterior del estudio el comportamiento del consumidor, la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de precios, así como la tendencias del producto, desarrollos de nuevos productos, procesamiento al que se añadirá una sección destinada a los requerimientos de acceso al mercado español y listados de contactos de promoción comercial y ventas, constituyendo así una herramienta útil para los exportadores peruanos que quieran tener acceso al mercado español.

01

Mercado - Descripción del Sector

En los últimos años, España se ha convertido en el mercado más importante dentro de la Unión Europea. Para el año 2014, el sector de la agricultura y pesca representaron el 2,5% del PBI total de España. Por el lado del consumo, en este país el consumo total por persona en un año es 36 kilogramos. Además que el 75% de españoles consume pescado no menos de 2 a 3 veces por semana lo que convierte al sector pesca español en un mercado potencial¹.

En el mercado laboral, el 0,31% de la fuerza laboral total en España está enfocada al sector pesquero. Este dato se ve reflejado en los 35 490 puestos de trabajo para este sector.

La vieira, es un molusco bivalvo similar a la almeja y las ostras. Las vieiras es uno de los mariscos típicos de las costas gallegas españolas. También son producidas en otras áreas de Europa y del mundo, como Perú o Chile.

Según la clasificación de la FAO, existen 19 variedades de vieiras².

En España, las más comunes son la *pecten maximus* (Great atlantic scallop, que difiere del resto en que tienen un tamaño mayor) y la *Pectinidae* (Scallops nei). Otras variedades con una menor incidencia en la captura son la especie *Aequipecten opercularis* (Queen scallop) y la *Variegated scallop* (*Chlamys varia*).

En Perú, la variedad más producida es la *Argopecten purpuratus* (Peruvian calico scallop) donde también se las conoce como conchas de abanico. Otras denominaciones utilizadas son Vieira, Ostión, Peruvian scallops, Coquille Saint-Jacques, Cappesante, Hotate gai.

Las vieiras son un marisco muy bien valorado en la gastronomía española, están consideradas como un manjar de lujo del que sólo unos pocos disfrutan a lo largo del año, debido a su elevado precio en el mercado. Es también uno de los mariscos asociados a la navidad y para ocasiones especiales.

A continuación se detallan las partidas arancelarias que formarán parte del perfil de producto:

Tabla 1: Partida Arancelaria

Partida Arancelaria en Perú	Descripción Arancelaria en Perú	Partida Arancelaria en Mercado Analizado	Descripción arancelaria en mercado analizado
0307.21.10.00	Volandeiras y demás moluscos de los géneros <i>Pecten</i> , <i>Chlamys</i> o <i>Placopecten</i> , vivas, frescas o refrigeradas	0307.21.00	Veneras (viejiras), volanderas y otros moluscos de los géneros <i>Pecten</i> , <i>Chlamys</i> o <i>Placopecten</i> , vivos, frescos o refrigerados.
0307.29.10.00	Veneras (viejiras, conchas de abanico) congelados, secos, salados o en salmuera	0307.29.10	Veneras (viejiras), volanderas y otros moluscos de los géneros <i>Pecten</i> , <i>Chlamys</i> o <i>Placopecten</i> , congelados, secos, salados o en salmuera (sin unidad asignada).
1605.52.00.00	Demás preparaciones y conservas de moluscos e invertebrados acuáticos	1605.52.00.20	Veneras (viejiras), volandeiras y demás moluscos

Fuente: Market Access database

¹CEPESCA- Informe del Sector Pesquero Español

²American sea scallop, Atlantic bay scallop, Calico scallop, Delicate scallop, Great Atlantic scallop, Great Mediterranean scallop, Iceland scallop, New Zealand scallop, Pacific calico scallop, Pacific calico scallop, Pacific lion's paw, Patagonian scallop, Pen shells nei, Peruvian calico scallop, Queen scallop, Scallops nei, Southern Australia scallop, Variegated scallop, Weatherwane scallop, Yesso scallop.
FAO web site: www.fao.org/figis/serulet/TabSelector

1.1. Tamaño del mercado

A continuación se analiza el tamaño del mercado. Para ello, se considera la producción en España y las exportaciones, así como las importaciones totales españolas y las importaciones de Perú en particular.

1.1.1. Producción española

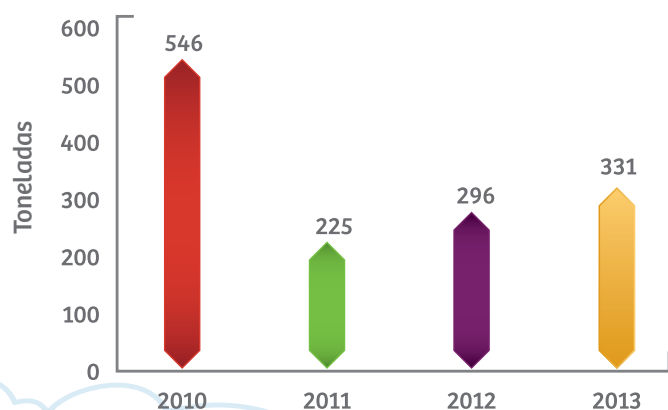
La vieira es un producto muy conocido en España, pero no es un producto de gran consumo. Asimismo, la producción no es muy elevada (al menos si comparamos con otros moluscos como la almeja o mejillones), centrándose en la pesca marítima. centra en pesca marítima.

La producción en acuicultura es todavía incipiente, dado que el coste es todavía elevado (no es el caso de otros moluscos, para los que sí está más desarrollado el sector). En tal sentido, no existen datos de producción en acuicultura en España.

Se debe mencionar que a partir de las entrevistas realizadas a empresas del sector, existe un gran interés por introducir la vieira en la acuicultura por lo que se prevé que pueda ser una realidad en un plazo medio.

En cuanto a la producción procedente de la pesca marítima realizada por la flota española, a continuación se detallan los valores de las capturas de Vieira totales (fresco y congelado) en los últimos 5 años:

Gráfico 1: Capturas totales españolas en peso (t)



Fuente: MAGRAMA
Elaboración: MINCETUR

La captura responde principalmente a las especies Great Atlantic scallop (*Pecten maximus*), Scallops nei (*Pectinidae*)³.

Como se ve en el gráfico 1, las capturas a lo largo de los últimos años han seguido una tendencia irregular, el volumen máximo de captura del período analizado se produjo en el año 2010 y desde entonces ha mantenido una tendencia fluctuante, mejorando en los años 2012 y 2013.

La captura en España es muy pequeña si lo comparamos con la extracción mundial. En el 2011, la producción mundial de vieiras fue de 2 380 994 toneladas y la producción española fue de 226 toneladas, lo que supone menos de 0,1% de la producción mundial⁴.

Las principales zonas de captura se encuentran en el norte del país (Galicia o Asturias) y en el mar mediterráneo. Hasta aquí, se han analizado las capturas totales en España. Ahora, se analizará desglosado por fresco y congelado, en peso vivo⁵ (en t) y valor (en EUR):



³ www.fao.org/figis/seruleet/SQSeruleet?file=/work/FIGIS/prod/webapps/figis/temp/hq_8632361834096568283.xml&outtype=html

⁴ Datos obtenidos de las estadísticas de la FAO.

⁵ www.fao.org/figis/seruleet/SQSeruleet?file=/work/FIGIS/prod/webapps/figis/temp/hq_3288681711776448922.xml&outtype=html

⁵ Según la FAO significa el peso del animal inmediatamente capturado, inclusive antes del sacrificio.

Tabla 2: Producción de frutas del bosque 2010-2013 en peso (t)⁶

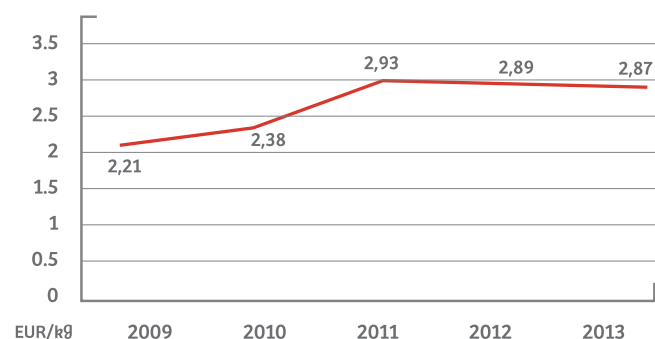
2010		2011		2012		2013	
Peso (t)	Valor (miles EUR)	Peso (t)	Valor (miles EUR)	Peso (t)	Valor (miles EUR)	Peso (t)	Valor (miles EUR)
546	1 301	225	660	296	855	331	952

Fuente: MAGRAMA
Elaboración: MINCETUR

En la tabla 2, se puede observar que la producción no ha sido estable en el período analizado y se observa una disminución pronunciada de la captura en el año 2011, con respecto al 2010 (un -58%), aunque aumenta ligeramente en el año 2012.

En cuanto a la evolución del precio, se observa más detenidamente en la siguiente gráfica:

Gráfico 2: Evolución del precio vieira fresca EUR/kg



Fuente: MAGRAMA
Elaboración: MINCETUR

⁶El valor corresponde a las notas de primera venta, que según definición del MAGRAMA es "Notas de primera venta de especies desembarcadas en fresco y comercializadas en las lonjas o asimiladas (en Canarias no hay lonjas).

Aquí se aprecia una relación entre la producción de vieira y la variación del precio, ya que en el año 2011, con una caída en la producción del -58%, se observa un aumento de un 23% del precio respecto al año anterior. En el 2012, la producción aumenta un 31% y disminuye

levemente el precio 1,53%, y en 2013, la producción aumenta un 12% y disminuye el precio alrededor de un 1%.

En cuanto a congelados, se trata de una producción muy pequeña, como muestra la siguiente tabla:

Tabla 3: Total vieira congelada en peso (t) y en valor (miles EUR)

2010		2011		2012		2013	
Peso (t)	Valor (miles EUR)	Peso (t)	Valor (miles EUR)	Peso (t)	Valor (miles EUR)	Peso (t)	Valor (miles EUR)
9,96	1,91	1	0,59	5	23,93	0,69	1,29

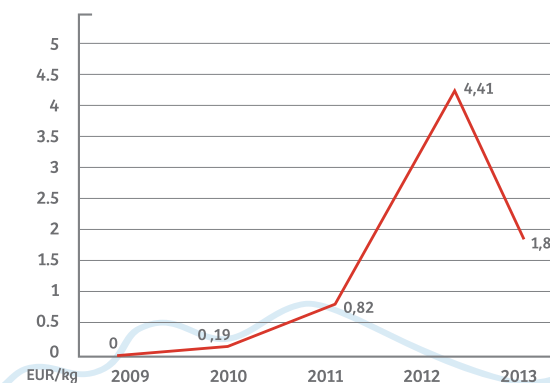
Fuente: MAGRAMA
Elaboración: MINCETUR

Como se puede apreciar, la vieira congelada, en producción nacional y en el momento de captura, no tiene significativa relevancia, dado que en los últimos 5 años, la máxima cantidad registrada ha sido en el año 2010

con 9,96 toneladas; no obstante, en el 2013 la producción no llegó a 1 tonelada.

A continuación se muestra gráfica con evolución del precio en EUR/tonelada:

Gráfico 3: Evolución precio Vieira congelada EUR /kg



Fuente: MAGRAMA Elaboración: MINCETUR

⁷El valor corresponde a las notas de primera venta, que según definición del MAGRAMA es "Notas de primera venta de especies desembarcadas en fresco y comercializadas en las lonjas o asimiladas (en Canarias no hay lonjas).

1.1.2. Exportaciones españolas

A continuación se muestra una tabla con las exportaciones españolas totales de vieira:

Tabla 4: Exportaciones totales por países en valor (miles EUR) y peso (t)

Países	Valor, (Miles EUR)				Peso,(t)			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Francia	1 561	2 261	1 464	1 140	154	146	189	146
Portugal	1 035	920	1 049	1 009	3 178	78	258	146
Reino Unido	52	5	9	1 819	4	1	17	108
Italia	215	100	107	302	27	11	47	46
Andorra	263	92	89	95	57	17	16	17
Total Mundo	3 414	3 945	3 430	5 029	3 465	314	768	630

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

Como se puede apreciar, las principales exportaciones están dirigidas al mercado de la Unión Europea, siendo Francia y Portugal los principales destinos. Las exportaciones han sufrido variaciones, alcanzando su punto más alto en el año 2011, descendiendo en los siguientes años.

El valor del año 2011 está provocado por el incremento de las exportaciones a Portugal. Este valor tan elevado no se ha vuelto a registrar en los años posteriores. En el año 2013, se registran valores superiores a los del año 2012, disminuyendo nuevamente en el 2014.

1.1.3. Importaciones españolas

A continuación se detallan las importaciones españolas de la vieira. En primer lugar las totales, después desglosadas por los principales países, y para finalizar las importaciones desde Perú.

Importaciones totales de Vieiras (frescas, refrigeradas, congeladas y en conserva)

Tabla 5: Importaciones totales de Vieiras en tiempo, valor (miles EUR), peso (t)

Países	Valor, (Miles EUR)				Peso,(t)			
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Total Mundo	40 112	10 160	31 848	7 461	33 365	9 687	33 243	7 425

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

Como se puede apreciar, las importaciones totales de vieiras no han sido estables en el período analizado, siendo el año 2011 el que más importaciones en peso se han realizado (alcanzando las 10 160 t),

descendiendo en el año 2012, recuperándose en el año 2013 y bajando nuevamente en el año 2014, año que presenta la menor demanda en peso (7 425 t), lo que supone un 27% menos que en el año 2011.

A continuación se desglosan las importaciones por partidas arancelarias:

Tabla 6: Importaciones totales por partidas arancelarias en valor (miles EUR) y peso (t)

TARIC ⁸	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
0307.29	17 884	4 201	18 240	3 697	16 915	4 233	18 207	2 964
0307.21	22 228	5 959	12 974	3 662	15 951	5 393	14 408	4 379
1605.52.00	--	--	633	102	499	62	628	81

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

Las importaciones con más peso son las importaciones de vivos, frescos y refrigerados (0307.21).

Importaciones por mercado de origen

En cuanto a las importaciones por mercado de origen, se analizan las importaciones de las partidas 0307.21 y 0307.29

desglosadas (se muestran los 10 principales países que suman en conjunto, más del 90% de las importaciones).



⁸0307.29 -- Veneras (vieiras), volandeiras y otros moluscos de los géneros pecten, chlamys o placopecten, congelados, secos, salados o en salmuera.

0307.21 -- Veneras (vieiras), volandeiras y otros moluscos de los géneros pecten, chlamys o placopecten, vivos, frescos o refrigerados.

1605.52.00 -- (Desde 01.01.12) vieiras, preparadas o conservadas.

A continuación se muestran las principales importaciones de Vieira fresca, viva o refrigerada.

Tabla 7: Principales importaciones por mercado de la partida 0307.21 (Vieiras y otros moluscos frescos, vivos o refrigerados) en valor (miles EUR) y peso (t)

Países	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Francia	8 980	2 913	3 632	1 384	8 296	3 307	7 583	3 036
Italia	6 488	1 734	2 237	831	2 836	1 139	1 961	621
Reino Unido	1 013	186	2 149	649	1 734	273	2 079	282
Estados Unidos	2 337	141	2 128	122	1 249	75	936	45
Países Bajos	771	216	652	206	742	219	757	210
Chile	1 212	126	1 071	100	372	35	8	1
Irlanda	559	150	398	101	383	86	305	69
Japón	--	--	--	--	30	2	540	28
Portugal	390	310	331	63	46	10	27	10
Dinamarca	100	17	179	31	111	18	115	19

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

Las principales importaciones proceden de países de la Unión Europea (Francia, Italia, Reino Unido y Países Bajos) y de Estados Unidos (cuarto país del que proceden las importaciones), siendo este último el principal país importador fuera de los países de la Unión Europea.

Chile se presenta como el sexto importador del producto fresco o refrigerado, y las importaciones han sufrido oscilaciones en cuando a peso, alcanzando su punto más alto en el año 2011 con 126 t. En cuanto al precio CIF, a continuación se detallan los precios por país:

Tabla 8: Evolución precios CIF desde mercados de origen en EUR/kg para la partida 0307.21 (Vieiras y otros moluscos frescos, vivos y refrigerados)

Países	2011	2012	2013	2014
Francia	3,08	2,63	2,51	2,50
Italia	3,74	2,69	2,49	3,16
Reino Unido	5,44	3,31	6,36	7,37
Estados Unidos	16,62	17,50	16,73	20,94
Países Bajos	3,57	3,16	3,40	3,61
Chile	9,59	10,69	10,48	9,70
Irlanda	3,72	3,93	4,44	4,44
Japón	0,00	0,00	18,86	19,19
Portugal	1,26	5,25	4,62	2,76
Dinamarca	5,87	5,79	6,13	6,21

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

El precio EUR/kg de los países analizados en el período 2011 - 2014 ha sufrido oscilaciones, siendo los precios de países de la Unión Europea, como Portugal, el que presenta el precio más bajo (EUR 1,26/kg en 2011), aunque Italia y Francia (principales proveedores) tienen una tendencia más estable en precio (Francia incluso más bajo el en 2012, 2013 y 2014), si bien estos últimos también muestran fluctuaciones en el precio a lo largo del período analizado.

Estados Unidos (cuarto importador en valor y volumen) es el país que presenta los precios más altos, junto con Japón, muy por encima de la media del resto de países (con precios que han alcanzado EUR 20,94/kg en el 2014). Las importaciones procedentes de Chile presentan precios más altos que los de los países europeos pero más bajos que los de Estados Unidos y Japón, mostrando una tendencia con ligeras fluctuaciones en la evolución del precio EUR/kg.

A continuación se detallan las importaciones de la partida 0307.29.

Tabla 9: Principales importaciones por mercado de la partida 0307.29 (Vieiras y otros moluscos congelados, secos, salados o en salmuera) en valor (miles EUR) y peso (t)

Países	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Reino Unido	6 403	992	6 587	1 146	6 831	1 210	6 530	901
Francia	4 004	858	4 414	682	4 469	2 142	4 304	917
Perú	1 968	323	1 250	166	1 624	252	2 279	352
Irlanda	1 467	203	1 123	134	1 121	120	1 344	123
Chile	254	33	852	104	1 233	156	1 698	247
Italia	1 136	1 304	1 402	1 050	294	111	464	141

Países	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Italia	1 136	1 304	1 402	1 050	294	111	464	141
Canadá	668	34	572	27	419	19	404	20
Estados Unidos	525	33	1 030	74	83	5	316	18
Países Bajos	648	166	327	86	470	79	267	69
Portugal	198	33	211	73	149	47	153	53

Fuente: ESTACOM

Elaboración: MINCETUR

Como muestra la tabla, las principales importaciones proceden de países de la Unión Europea, como Reino Unido o Francia. Perú se posiciona como el tercer importador en valor y volumen, por delante de otros países de la Unión Europea, como Italia e Irlanda, mostrando, al igual que el resto de las importaciones procedentes de los demás países analizados, oscilaciones en cuanto a las importaciones en peso (t), alcanzando su nivel más alto en el 2014 (con 352 t).

Fuera de los países de la Unión Europea y Perú, las principales importaciones proceden de Chile, Canadá y Estados Unidos, destacando el peso de las importaciones de Chile que alcanzó su cuota más alta en el año 2014 (247 t).

Tabla 10: Evolución precios CIF desde mercados de origen en EUR/kg para la partida 0307.29 (Vieiras y otros moluscos congelados, secos, salados o en salmuera)

Países	2011	2012	2013	2014
Reino Unido	6,46	5,75	5,64	7,25
Francia	4,67	6,47	2,09	4,70
Perú	6,10	7,54	6,44	6,48
Irlanda	7,23	8,36	9,34	10,94
Chile	7,69	8,23	7,88	6,89
Italia	0,87	1,34	2,65	3,29
Canadá	19,79	20,92	21,93	20,52
Estados Unidos	15,87	14,01	15,39	17,23
Países Bajos	3,90	3,82	5,98	3,85
Portugal	6,06	2,91	3,16	2,90

Fuente: ESTACOM

Elaboración: MINCETUR

El precio de la partida 0307.29 ha sufrido oscilaciones a lo largo del período analizado. Italia, es el país que muestra los precios más bajos (EUR 0,87/kg en el 2011), aunque luego asciende a los EUR 3,29/kg en el 2014, superando sólo a Portugal ese año (EUR 2,90/kg). Por el contrario, Canadá muestra los precios más elevados del conjunto de países analizados, alcan-

zando el precio más elevado (EUR 20,92/kg en el 2012 y EUR 20,52/kg en el 2014). Francia y Reino Unido (principales proveedores), muestran una tendencia irregular. Destaca la oscilación y caída del precio de Francia entre el año 2013 (EUR 6,47 y EUR 2,09, respectivamente) y recuperándose en el 2014 (hasta los EUR 4,70/kg).

Perú, muestra los precios más bajos dentro de las importaciones provenientes del continente americano (EUR 6,10/kg en el año 2011), alcanzando su precio máximo (EUR 7,54/kg) en el año 2012, por debajo de los precios de las importaciones procedentes de Chile (mínimo 7,69/kg en el 2011 y máximo de EUR 8,23/kg en el 2012), Canadá (mínimo EUR 19,79/kg en el 2011 y máximo de 21,93 en el año 2013) y Estados Unidos (mínimo de EUR 14,01/kg en el 2012 y máximo de EUR 17,23 en el 2014).

1.1.4. Importaciones desde Perú

Perú no se encuentra entre los principales proveedores del producto de vieira y otros moluscos vivos, frescos y refrigerados, donde los principales importadores son países europeos. Entre los 10 principales proveedores, se encuentran también Estados Unidos y Chile.

En cuanto al producto seco, congelado y en salmuera, como se aprecia en la tabla 9, por el peso y valor alcanzado, las importaciones sitúan a Perú como el tercer importador de la vieira.

Las importaciones han sufrido oscilaciones, siendo el 2014 el año con mayor importaciones (352 t) y el año 2012 el que menos (166 t) del período analizado. Las importaciones han crecido en el 2013 y 2014 (253 t y 352 t, respectivamente).

En cuanto al precio, ha sufrido variaciones y dentro de la categoría de países que no forman parte de la Unión Europea, Perú es el que muestra el precio EUR /kg más barato. Con respecto al resto de los países importadores, el precio del producto de Perú se posiciona en una franja intermedia, junto a Reino Unido o Francia.

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

La vieira es un producto que se consume en España, si bien no es de consumo masivo, es un producto asociado a calidad, a consumo estacional (asociado a eventos sociales, Navidades, entre otros). La vieira es conocida por tradición cultural y el fuerte arraigo vinculado a la concha, símbolo del Camino de Santiago, pero es interesante destacar que a pesar de ese conocimiento y de las entrevistas cualitativas realizadas a expertos en el sector (distribuidores y mayoristas), así como por los estudios encontrados en España y entrevistas a consumidores, aparentemente no tiene un arraigo en el consumidor final tan fuerte como destaca su identificación con el camino de Santiago.

Las vieiras son vendidas en varias modalidades:

- Entero (con o sin concha)
- Fresco o congelado
- Con o sin coral
- Producto preparado listo para consumir (por ejemplo concha gratinada)

En cuanto al consumo en el hogar, se utiliza en diferentes recetas con otros productos del mar o solas, como plato entrante en los almuerzos. Las formas clásicas de disfrutar de este producto en España son al horno con un sofrito de cebolla y una capa de pan rallado o en empanada.

En el canal HORECA, las vieiras forman parte del menú de restaurantes de comida tradicional, de productos del mar y de cocina internacional y suelen presentarse como plato gourmet y de calidad con elaboraciones diferentes ya sea como plato principal o en ensaladas, sopas y/o combinadas con otros productos del mar.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Las principales formas de presentación que se han encontrado en supermercados, hipermercados y tiendas especializadas, son las siguientes:

- » La carne de vieira. Principalmente, congelada, en bolsas de 225gr ó 400gr;
- » Solomillo de vieira, en bolsa;
- » Presentación media concha congelada;
- » Producto procesado. Aquí se encontraron diferentes presentaciones:
 - Gratinado de Vieira
 - Viera con langostinos
 - Pastel de Centollo y vieira
 - Preparado de congelado para el horno
 - Bandeja de 6, envasadas al vacío.

A continuación se muestran fotografías de los productos:

Carne de Vieira con o sin coral (varios LA SIRENA, ALCAMPO, EL CORTE INGLÉS Y CARREFOUR):



Fuente: www.carrefour.es/



Fuente: www.globalimar.com/



Fuente: www.grupodelfin.com/



Fuente: www.pescanova.es/

Conchas en bolsa:

Vieira media concha "lista para cocinar" (EL CORTE INGLÉS):



Fuente: www.pescanova.es/

Vieira media concha 400gr (EL CORTE INGLÉS):



Fuente: www.grupodelfin.com/

Carne de Vieira con o sin coral (varios LA SIRENA, ALCAMPO, EL CORTE INGLÉS Y CARREFOUR):

Vieiras preparadas, diferentes presentaciones (CARREFOUR):

- Pimiento relleno de Txangurro y vieiras
- Pastel de Centollo y vieiras
- Gratinado de Vieiras

Fuente: www.carrefour.es/



Vieira rellena con langostinos (MERCADONA):

Fuente: <https://www.mercadona.es>



Vieira gourmet con recetas en el interior (SUPERCOR):

Fuente: www.supercor.es/



Vieira rellena con gambas y Concha carne de Vieira congelados y listo para consumir (CARREFOUR Y LA SIRENA)

Fuente: www.carrefour.es/



Carne de Vieira con o sin coral (varios LA SIRENA, ALCAMPO, EL CORTE INGLÉS Y CARREFOUR):

Crepes Carne de vieira y langostinos (LA SIRENA)

Fuente: www.lasirena.es/



1.2.3. Auditoría en tiendas

Para conocer los productos y las presentaciones más comunes en el mercado español, se ha realizado una auditoría en tiendas. Se han seleccionado supermercados, hipermercados y tiendas especializadas.

A continuación se detallan los precios de algunos productos de Vieiras identificando en el análisis de tiendas que se ha realizado:

Tabla 11: Auditoría en tiendas

Canal	Nombre del Establecimiento	Segmento	Peso	Precio	Formato	Origen
Gran Distribución	Carrefour	Congelado	400 G	Eur 7,19	Bolsa (fotos carne de vieira)	Atlántico
Gran Distribución	Carrefour	Fresco	150 G	Eur 3,50	Vieira limpia con concha envasado al vacío	Escocia
Gran Distribución	Carrefour	Preparado congelado	240 G	Eur 3,22	Preparado para microondas (foto vieira con gambas)	Atlántico

Canal	Nombre del Establecimiento	Segmento	Peso	Precio	Formato	Origen
Supermercado	Mercadona	Preparado congelado	225 G	Eur 1,75	Pieza (foto vieira con langostinos)	Atlántico noreste (uk) pero procesado en España
Supermercado	Supercor	Preparado producto gourmet	---	Eur 4,90	Pieza (fotos vieira producto gourmet con receta)	Atlántico noreste
Gran Distribución	El corte inglés	Congelado	400 G peso escurrido	Eur 11,00	Estuche (foto estuche media concha pescanova)	Atlántico noreste
Gran Distribución	El corte inglés	Congelado	400 G peso escurrido	Eur 8,99	Bolsa (foto vieira media concha)	Atlántico noreste (uk)
Gran Distribución	El corte inglés	Preparado congelado	150 G	Eur 1,82	Pieza de vieiras rellena de gambas	Atlántico noreste
Gran Distribución	El corte inglés	Congelado	225 G peso escurrido	Eur 9,99	Estuche carne de vieira Pescanova	Atlántico noreste
Gran Distribución	Alcampo	Congelado	500 G	Eur 7,99	Bolsa (foto carne de vieira 8/13 piezas aligador)	Atlántico noreste
Gran Distribución	La sirena	Preparado congelado	900 G (5 +1 Unidades)	Eur 13,95	Preparado para microondas (foto concha de carne de vieira preparado congelado)	Vieira Patagónica

Canal	Nombre del Establecimiento	Segmento	Peso	Precio	Formato	Origen
Tienda Especializada	La sirena	Preparado congelado	200 G (2 unidades)	Eur 2,99	Crepes de vieiras y langostinos (foto crepe)	Francia
Tienda Especializada	La sirena	Congelado	300 G	Eur 7,59	Bandeja producto crudo (foto de bandeja) de carne de vieira sin coral)	Atlántico suroeste

Fuente: MINCETUR a partir de visitas a supermercados, hipermercados y tiendas on line.

1.2.4. Análisis de la competencia

La principal competencia para la vieira peruana en el mercado español es la que proviene de países de Europa, como Italia, Reino Unido y Francia. En estos países se producen vieiras *Pecten Maximus*, que son de las preferidas por el consumidor español.

La vieira gallega, compite con la vieira de Escocia y Francia que se vende en las

plazas casi al mismo precio al que se paga en la lonja el kilo de vieira gallega: en el 2013 casi EUR 4⁹.

No obstante, debido al tipo de vieira, la competencia más directa sería la vieira que procede de Chile. Hay que destacar que a pesar de que las cifras de importación arrojan un saldo más favorable para Perú que para Chile, entre las empresas

consultadas, es más conocida la vieira procedente de Chile que la de Perú. ProChile, realiza desde hace varios años acciones de promoción de sus productos en España, lo que ha repercutido en el posicionamiento y la imagen de sus productos.

Sin embargo, la vieira peruana puede encontrar un lugar destacado en el mercado español, dado que en el producto “carne de vieira”, el detalle de la procedencia no es tan contundente como para definir la compra. Aquí juega un papel más importante el precio (como se aprecia en la tabla 10, el precio de la vieira procedente de Perú es ligeramente inferior a la de Chile y las importaciones en peso de Perú son superiores).

Por otra parte, en presentación en concha, que por precio, podría ser más adecuado para determinado tipo de consumidores.

Además, podría ser una oportunidad ligarla a la gastronomía peruana, y asociarla a recetas como el ceviche, las conchas gratinadas, entre otros, y añadiendo recetas en el envase. En ese sentido, se debe considerar que el interés por la gastronomía peruana ha aumentado en los últimos años, avalado por el reconocimiento que han recibido los platos y restaurantes peruanos por parte de medios especializados, críticos y público español, fomentando la apertura de diversos restaurantes por toda la geografía española (de cocina peruana, fusión con española o nikkei, entre otros).



⁹ “Cambados inaugurará con 3.000 kilos la campaña de Vieira”. Diario La Voz de Galicia. 13 de diciembre de 2013. www.lavozdeg Galicia.es/noticia/arousa/2013/12/13/cambados-inaugurara-tres-mil-kilos-campana-vieira/0003_201312A13C5991.htm

1.2.5. Regiones/Sectores de mayor consumo

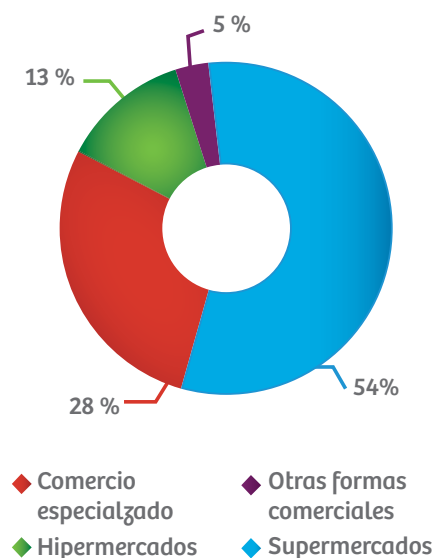
Del análisis puede deducirse, que la vieira de captura española, como así es denominada o "pecten maximus" es un producto que tiene más rotación en el canal HORECA, es decir, hoteles, restaurantes y cafeterías, que en el consumidor final.

Las grandes cadenas (hipermercados y supermercados) son las que se sitúan a la cabeza en la venta de mariscos y moluscos frescos y congelados con más del 60%¹⁰ de cuota de mercado (gráfico 4).

En todos estos establecimientos, se encuentra vieira con facilidad y en diferentes presentaciones.

El gasto total en alimentación del año 2014 alcanzó los EUR 98 052 millones. En el perfil del consumidor, se analiza más detenidamente los hábitos de compra; En cuanto a los canales, se puede apuntar:

Gráfico 4: Cuota de Mercado en la comercialización de Pesca por formatos hogares (%) 2013



Fuente: MERCASA
Elaboración: MINCETUR

- » Canal HORECA, el consumo en alimentación extradoméstica alcanzó los EUR 31 609 millones en 2014 (un 32,2% del total). Las principales ventas en el consumo extrahogar se realizan en restaurantes de servicio completo (a la carta y menú) alcanzando un 48,9%, seguido de Restaurante de servicio rápido o barra que alcanza el 31,5%¹¹. En cuanto al consumo de los diferentes grupos de alimentos, existe una progresiva concentración de consumo hacia productos más básicos y funcionales en cada gama (pasta, bollería, pollo, base pan, entre otros), en detrimento de otros de mayor valor o de preparación más compleja (vacuno y porcino, pescados, ensaladas, entre otros.), existiendo excepciones a esta tendencia (incremento de la categoría de frutas, un 2,2% más que en 2013; descenso de la categoría de patatas).
- » El consumo en el hogar alcanzó los EUR 66 443 millones y supuso el 67,8% del total¹². En el perfil del consumidor se analiza más detenidamente los hábitos de compra del consumidor español.

En las tiendas, supermercados e hipermercados visitados, no se han encontrado casi vieiras frescas (sólo en El Corte Inglés) por lo que la gran mayoría del producto fresco se destina al canal HORECA o a la industria pesquera.

En cuanto a las regiones de mayor consumo de marisco fresco y congelado, se encuentran: Cantabria, Aragón, Asturias, Cataluña, Galicia y Castilla y León¹³.

1.3. Perfil, tendencias de consumidor y perspectivas del mercado

El consumo de mariscos/moluscos/crustáceos, se han reducido en los hogares en el año 2014: los congelados, con un peso del 9,1% sobre total pesca, ceden un 4,4% de su volumen, permaneciendo inalterables en precio, mientras que los frescos, con una cuota de 15,9%, pierden intensidad, tanto de consumo como de gasto en un 6,4% y un 6,8%, respectivamente. En los cocidos, cuyo peso dentro de la categoría es de 2,5%, también se reduce su compra en un 6,2%, mientras que permanece más estable el gasto¹⁴.

¹⁰"Alimentación en España 2013". Anuario MERCASA.

¹¹"Informe del consumo de alimentación en España 2014". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Mayo 2015.

¹²"Informe del consumo de alimentación en España 2014". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Mayo 2015.

¹³Martin Cerdeño, Victor J. "Consumo de pescados y mariscos. Diferencias sociales y territoriales". Madrid 2012.

¹⁴"Informe del consumo de alimentación en España 2014". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Mayo 2015.

En la familia de productos de la pesca, la evolución del consumo per cápita durante el período 2009-2013 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2009, el consumo de conservas de pescado aumenta y por el contrario, en pescado congelado y fresco, en mariscos, moluscos y crustáceos, se produce un descenso.¹⁵

En cuanto al perfil del consumidor, se pueden resaltar las siguientes características¹⁶:

En términos per cápita, el consumo de productos de pesca fresco durante el año 2013 presenta distintas particularidades como:

- » Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- » Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- » Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.

- » En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.

- » Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.

- » Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500 000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2 000 y 10 000 habitantes.

- » Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.

- » Finalmente, y por comunidades autónomas, Cantabria, Castilla y León y Asturias cuentan con los mayores consumos de productos de pesca mientras que por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Baleares y, sobre todo, Canarias.

Por su parte, el consumo de pescado congelado proviene de hogares con presencia de hijos de 6 a 15 años, hogares numerosos (más de 4 personas) y cuyo responsable de compra tiene una edad comprendida entre los 35 y 64 años.

Extremadura, Canarias, Cantabria y Comunidad Valenciana, son las CCAA con mayor consumo de pescado congelado.

En cuanto a las perspectivas del mercado, tras las visitas a tiendas realizadas y las entrevistas a empresas del sector, se aconseja a los exportadores peruanos, por la propia dinámica de consumo en España:

- » Colocar en el mercado productos preparados congelados, listos para consumir y adaptados a los gustos del consumidor español. En las visitas a tiendas se han encontrado varios productos que contienen vieiras, como las vieiras con langostinos, vieiras con gambas o el

pimiento relleno de txangurro (véanse fotos en el apartado 3.2.2. Formas de presentación). Una de las opciones es presentar productos con concha en formato bandeja con imagen de producto de calidad listo para descongelar y cocinar o como producto gourmet con recetas específicas. El precio de la vieira peruana es en origen superior al de otros países europeos por lo que si se le diera más valor agregado se podría competir en formato y calidad con los productos europeos.

¹⁵ "Alimentación en España 2014". Anuario MERCASA.

¹⁶ "Alimentación en España 2014". Anuario MERCASA.

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

Para la elaboración de este estudio, se entrevistaron a importadores de productos de pesca a los cuales se consultó sobre los siguientes aspectos:

- Atributos del producto.
- Posicionamiento de Perú.
- Sugerencias comerciales.

Las empresas entrevistadas fueron las siguientes:

- Luis Mesonero, agente comercial.
- Tapamar, importadores y agentes comerciales.
- Antonio y Ricardo SA.
- Diferentes empresas de congelado en Mercamadrid (visita in situ).

Asimismo, se entrevistó a un reconocido restaurador peruano, Luis Arévalo Navarro, quien resaltó como características diferenciadoras de la vieira peruana, su intenso sabor y su tamaño, más pequeño que la vieira española y que permite trabajar mejor el producto y realizar platos con presentaciones diferentes.

1.4.1. Atributos y percepción del producto peruano

» Buena relación precio-calidad. Los importadores buscan un producto de calidad y a precio razonable. El importador español está dispuesto a pagar un poco más por un producto que satisfaga sus requerimientos en cuanto a sabor y presentación de los productos. Aun así, la vieira española está considerada, a partir de entrevistas con algún importador, como la de mayor calidad, y la distinguen por su mayor tamaño y sabor.

1.4.2. Percepción del producto peruano

Los importadores entrevistados identifican algún tipo de conchas de abanico como producto peruano, pero mencionan las vieiras de otros países europeos y de Chile también. El precio (como se puso de manifiesto en la sección correspondiente a importaciones) es un factor importante para la decisión de compra. En cuanto a la relación calidad precio, el producto peruano es reconocido, pero el producto de Europa (en muchas ocasiones *Pecten maximus* o Great atlantic scallop) tiene un reconocimiento mayor en el mercado, y los precios de Italia o Francia, como se observa en las tablas 8 y 9, son más asequibles que el producto de Perú.

En cuanto a la calidad, para los importadores y distribuidores, en general era considerada intermedia, frente a la española o a la de otros países europeos.

En forma complementaria, también se ha contactado con personal del sector de restaurantes, entre aquéllos que incluyen en sus menús las vieiras, destacando que en este sector se reconoce la calidad del producto peruano y entre las ventajas, el mayor sabor de la vieira peruana. Hay que destacar, que en este sector se reconocía la calidad del producto peruano y entre las ventajas, el mayor sabor de la vieira peruana.

De las entrevistas realizadas, se puede destacar que las empresas importadoras, agentes y distribuidores, estarían dispuestos a comprar más el producto peruano si éste cumpliera con los requisitos de buena relación calidad/precio.

1.4.3. Sugerencias comerciales

De acuerdo a las entrevistas realizadas, la percepción del producto peruano no siempre fue positiva, por lo que se recomienda, a efectos de la producción en origen, lo siguiente:

- » En cuanto al producto: los importadores buscan que la carne de vieira tenga la parte rojo coral (los importadores han comentado en las entrevistas, que a veces el producto peruano viene sin la parte rojo coral).
- » Formato presentación: hasta hasta el

momento, la producción que encuentran los importadores, es venta en bolsa de 10 kg, media concha. Se echa en falta, que las presentaciones sean en formato más pequeño.

- » Empaquetado más atractivo y más acorde al segmento (lujo o gourmet): este es un factor importante al momento de seleccionar un producto, que sea atractivo para el consumidor, pero que no encarezca demasiado el precio. Además, se pueden añadir recetas de preparación en el envase.
- » Valor agregado: en general, se aconseja que el producto peruano pueda encontrarse en bolsas preparados para dirigirse al canal de comercialización sin tener que realizarse ningún tipo de procesado en España.
- » Cumplimiento de la normativa de la Unión Europea, para la importación, etiquetado, entre otros.
- » Se recomienda que las empresas exportadoras peruanas cuenten con la certificación Global G.A.P. Además de las anteriores sugerencias, en cuanto a producción del producto en origen y dado que la vieira peruana no es tan conocida, sería recomendable realizar acciones de promoción que tiendan a dar a conocer las cualidades del producto entre el consumidor final. Dada la buena imagen y reconocimiento que tiene en España la gastronomía peruana, podrían hacerse presentaciones de producto en restaurantes peruanos, ferias u otros eventos.

02

1.4.4. Análisis de la competencia

Como ya se ha puesto de manifiesto en un punto anterior, en cuanto al nivel de competencia regional, la principal competencia la representa las vieiras provenientes de Chile. En cuanto a precio, en los últimos años la vieira de Perú ha presentado una mejor trayectoria en cuanto a precio. La vieira chilena es conocida en las empresas entrevistadas y fue mencionada como mercado de procedencia más veces que las peruanas.

La principal competencia la representan las vieiras de Europa, dado que una parte importante son del tipo de España (pecten máximo) y los precios son, en general, incluso menores que las de Chile y Perú (recordemos que son ventas intracomunitarias y los costes de transporte suelen ser inferiores).

La estacionalidad de la producción, puede ser el factor determinante que marque la diferencia en las importaciones.



Condiciones de Acceso¹⁷

2.1. Aranceles y otros impuestos

En el siguiente apartado se analizarán los aranceles, requisitos del comprador y las barreras, estándares o normas.

A continuación se detallan los aranceles para las diferentes partidas arancelarias analizadas en el estudio:

Tabla 12: Partida 0307.21.00.11 y 0307.29.90.10

Para estas partidas, se señala lo siguiente:

Origen	Tipo de Medida	Derecho de Aduana	Legislación Europea ¹⁸
ERGA OMNES	Derecho terceros países	8 %	R2658/87
GSP + (un régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza)	Preferencias arancelarias	0 %	R0732/08
Perú	Preferencias arancelarias	0 %	D0735/12

Fuente: Export Helpdesk

¹⁷ Para dudas sobre todo este apartado, se aconseja acudir a la web de la Comisión Europea Export Helpdesk. exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguagdeES

¹⁸ Toda la información de legislación se encuentra en ExportHelpdesk. exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguagdeES

Partida 1605.52.00.20

Tabla 13: Detalles normas 1605.52.00.20

Origen	Tipo de Medida	Derecho de Aduana	Condiciones	Pie de Página	Legislación Europea ¹⁹
ERGA OMNES	Derecho terceros países	20 %	--	--	R1006/11
GSP + (un régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza)	Preferencias arancelarias	0 %	--	--	R0732/08
Perú	Preferencias arancelarias	0 %	--	--	D0735/12
Perú	Contingente arancelario preferencial [01/03/2015-29/02/2016]	0 %	Show (detalle en siguiente tabla)	CD656 (detallado en la siguiente tabla)	R0404/13

Fuente: Export Helpdesk

Tabla 14: Aranceles 1605.52.00.20

Código del Producto		1605.52.00.20
País de origen		Perú
Q1	Presentación del certificado o licencia visado U 069	Aplicar el derecho mencionado
Q2	Presentación del certificado o licencia visado	Medida inaplicable
Additional information/Documents produced/Certificates and authorisations		
U 069	Prueba de origen incluyendo la siguiente declaración en Inglés: "Product originating in accordance with Appendix 5 of Annex II"	

¹⁹ Toda la información de legislación se encuentra en Export Helpdesk. exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES

Gruámenes interiores (comunes a las tres partidas)

- 10% IVA España (excluyendo XC XL), UE
- Impuestos sobre consumos específicos España (excluyendo XC XL), UE

NOTA: Las Islas Canarias, Ceuta y Melilla están excluidos de la aplicación del IVA por ser considerados zonas o territorios terceros. En reemplazo del IVA, Las Islas Canarias aplican otros impuestos, tales como el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC), su tasa varía dependiendo del tipo de producto importado y el Arbitrio sobre las Importaciones y Entregas de Bienes en las Islas Canarias (AIEM), que grava las importaciones de productos que son producidos en las Islas con la finalidad de salvaguardar ciertos sectores manufactureros; además forman parte de la Aduanas de la Unión Europea. Mientras que Ceuta y Melilla no forman parte de ella; no obstante, imponen el Impuesto sobre la Producción, Servicios y la Importación (IPSI).

Para mayor información ingresar a la siguiente página web:

exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/taxes/notes&reporterId2=ES&file2=ehit_es13_06u002/es/main/our_vat_es_0612.htm&reporterLabel2=Espa%F1a+%28excluyendo+XC+XL%29&languageId=es&status=PROD

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Reglas de Origen del Acuerdo de Libre Comercio Perú - UE (comunes a las dos partidas 0307.21.00 y 0307.29.90)

Las conchas de abanico exportadas frescas clasificadas en el Capítulo 03 del Sistema Armonizado, no deben cumplir ningún Requisito Específico de Origen, debido a que son exportados sin añadirseles algún material o insumo procedente de terceros países, ni pasan por un proceso de fabricación o transformación por el cual se le ha añadido valor. Según el art. 2 del Anexo II del Acuerdo Comercial Perú – Unión Europea; estos productos calificarán como originarios bajo el criterio de "Totalmente Obtenidos". Para el caso de los productos procedentes del mar, calificará como originario los productos procedentes de la acuicultura, incluyendo la maricultura, cuando las conchas de abanico hayan nacido o hayan sido criados allí.

Para las conchas de abanico clasificadas en el Capítulo 16, se tendrá que cumplir con la siguiente norma de origen:

Tabla 15: Aranceles 1605.52.00.20

Partida SA	Designación de las mercancías	Elaboración o transformación aplicada a las materias no originarias que les confiere el carácter de originarias
Capítulo 16	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Fabricación: - A partir de animales del Capítulo 1; y - En la cual todos los materiales del Capítulo 3 utilizados deben ser totalmente obtenidos, según lo explicado en el párrafo anterior

Para acogerse al trato arancelario preferencial en la Unión Europea, los productos originarios de Perú deberán estar acompañados de:

- » Certificado de Circulación de Mercancías EUR.1 (Certificado de Origen): el cual es expedido a través del Componente Origen de la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE o por alguna de las entidades delegadas por el MINCETUR para emitir este tipo de documentos. El exportador (o el representante autorizado) que solicite un certificado deberá estar preparado para entregar documentación que justifique el carácter originario de los productos en cuestión cuando se solicite, y cumplir con los otros requisitos incluidos en el Anexo II del Acuerdo. El formato de este certificado se encuentra incluido en el Apéndice 3 del Anexo II del Acuerdo.
- » Declaración en factura emitida por un exportador: cuando se complete una declaración en factura, el exportador deberá estar preparado para entregar

documentación que demuestre el carácter originario de sus productos y cumplir con los demás requisitos del Protocolo sobre normas de origen. El formato de la declaración en factura se encuentra detallado en el Apéndice 4 del Anexo II del Acuerdo.

NOTA: El Anexo II del Acuerdo Perú- Unión Europea se encuentra en la siguiente dirección web: www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/union_europea/espanol_2012_06/Anexo%20II.pdf

Cabe recalcar que las pruebas de origen tienen una validez de 12 meses a partir de su expedición. Asimismo, existe una guía de usuario para el exportador-productor peruano elaborada por MINCETUR para la tramitación de los certificados de origen en el marco de la Ventanilla Única de Comercio Exterior –VUCE, organización que facilita y asesora los procesos de comercio exterior y que es administrada por MINCETUR.

Para mayor información:

www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/union_europea/espanol_2012_06/00_preambulo.pdf

2.3. Requisitos específicos del importador español

En las entrevistas realizadas a importadores y distribuidores en el sector, no pusieron de manifiesto ningún requisito de certificación, pero pusieron énfasis en que la calidad del producto debe estar muy controlada durante todo el proceso.

Sería recomendable que las empresas exportadoras peruanas tengan certificaciones de calidad, como Global G.A.P. dado que su uso está extendido y reconocido en los países de la Unión Europea.

2.4. Barreras, estándares y normas

Toda la información contenida en el apartado 4.3 se ha realizado siguiendo las directrices recogidas en la página de la Comisión Europea. Para más información sobre los requisitos, se puede acudir al siguiente link:

exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=form%2fform_MiExportacion.html&docType=main&languageId=es

Requerimientos a la Partida 0307.21.00

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos.
- Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal (Sólo aplicable a la acuicultura).
- Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano.
- Control sanitario de productos pesqueros no destinados al consumo humano.
- Etiquetado del pescado.
- Etiquetado de productos alimenticios (Sólo aplicable a Pecten Maximus).
- Normas de comercialización de los productos de la pesca.
- (Sólo aplicable a Pecten maximus).
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos.
- Voluntario - Productos de producción ecológica.

03

Requerimientos a la Partida 0307.29.90

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos
- Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal (Sólo aplicable a la acuicultura)
- Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano
- Etiquetado del pescado
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos
- Voluntario - Productos de producción ecológica

Requerimiento a la Partida 1605.52.00

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos.
- Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal (Sólo aplicable a la acuicultura).
- Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano
- Etiquetado de pescado.
- Etiquetado de productos alimenticios.
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos.
- Voluntario - Productos de producción ecológica.

Canales de Distribución y Comercialización

En general, y tras analizar diversos productos (como la chirla, la anchoa y el pez espada congelado²⁰) para la comercialización de pescado y marisco, se puede destacar el siguiente canal de comercialización, por ser compatible con la vieira:

Tabla 16: Canales comercialización²¹

Actividades fase de Producción:	Actividades fase de comercialización mayorista	Actividades fase de venta en tienda
Armadores: <ul style="list-style-type: none"> • Captura del pescado • Primera selección y clasificado • Almacenamiento a bordo • Descarga en puerto 	Mayoristas en origen: <ul style="list-style-type: none"> • Compra de pescado en lonja • Transporte de pescado de lonja a departamentos • Clasificación y selección del pescado • Preparación y empacado del pescado • Picking y flejado • Contacto con mayoristas en destino y centrales de compra • Transporte a mayorista en destino o a plataforma de distribución Mayoristas en destino: <ul style="list-style-type: none"> • Contactos con mayoristas en origen • Recepción del pescado • Clasificación y empacado • Picking y flejado • Venta a minoristas 	Detallistas (configuración especializada): <ul style="list-style-type: none"> • Selección y compra del pescado • Transporte a tienda • Comprobación del producto • Gestión del almacén y tareas de conservación • Preparación, limpieza del producto, exposición y etiquetado • Venta al consumidor final u HORECA • Preparación de pedidos Grandes cadenas de distribución (configuración organizada): <ul style="list-style-type: none"> • Contactos con mayoristas en origen/destino • Recepción del pescado • Preparación de pedidos para las tiendas • Picking y flejado • Transporte y distribución a las tiendas de la cadena • Preparación y limpieza • Venta al consumidor final

Fuente: MERCASA
Elaboración: MINCETUR

²⁰ Al no existir estudios ni información sobre la vieira, se ha analizado el canal de comercialización de productos parecidos.
²¹ "Estudio de la cadena de valor y formación de precios de la chirla". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Noviembre 2011.

En cuanto a la distribución de congelados, se puede apuntar lo siguiente²²:

» El sector de las empresas de pescados congelados en España se encuentra conmocionado por la situación de crisis que registra su principal operador²³, una multinacional de origen gallego (Pescanova) que ha dominado el mercado de manera muy clara durante los últimos tiempos. Esta compañía mantiene líneas de negocio en la pesca de captura tradicional (para fresco y congelado) y en la acuicultura. Su producción ronda las 175 000 toneladas anuales y consigue el 57% de su facturación fuera de España, mientras que el segundo grupo llega a las 51 200 toneladas (47% de su facturación en mercados internacionales), el tercero se queda en 42 800 toneladas (60% de todas sus ventas fuera de España) y otras cuatro empresas presentan cifras de producción en torno a las 40 000 toneladas.

» Otros cinco grupos presentan producciones entre 30 000 y 38 000 toneladas, mientras que otros cinco se sitúan entre 20 000 y 28 000 toneladas. Por último, aparecen otros 32 comercializadores con volúmenes de ventas entre 10 000 y 16 000 toneladas.

» El mercado nacional muestra claros síntomas de madurez e incluso, tiende a perder cuotas de venta, lo que genera una difícil situación en los principales operadores del sector. La concentración, la incursión en líneas de negocio, como las conservas de pescado o los platos preparados y la internacionalización, aparecen como las más claras apuestas para superar la actual situación de crisis.

» Las marcas de distribución son muy importantes en estos mercados y representan más del 60% del total de ventas en volumen en el caso de los mariscos congelados y cerca del 65% en el de los pescados congelados. Junto a la principal enseña con marca propia controlan más de dos tercios de todas las ventas.

A continuación se detallan las principales empresas del sector congelados.

Tabla 17: Principales empresas del sector congelados

Principales empresas del sector congelados	
Empresa	Venta (Millones de EUR)
Pescanova, s.a. - grupo *	1 735
Nestlé España, s.a. *	1 450
Ultracongelados uirto, s.a.	213
Distribuidora mariscos rodríguez, s.a. (dimarosa)	204
Grupo Amasúa, s.a. *	200
Grupo Profand S.L.	190
Freiremar, s.a. - grupo *	183
Pescapuerta, S.A.	180
Pescatrade, S.A.	170
Comercial Pernas S. L.	165

Fuente: MERCASA *tienen líneas de negocio en otros sectores

La alternativa de comercialización de vieiras (conchas de abanico) que se estima más adecuada de acuerdo al formato y al tamaño de las porciones, es el canal retail o consumo de hogar, esto es

“hipermercados, supermercados, tiendas especializadas y otros”, ya que se trata de un producto que es adquirido para ser consumido en el hogar.

²²“Alimentación en España 2013 y 2014”. Anuario MERCASA.

²³“Alimentación en España 2013 y 2014”. Anuario MERCASA

04

Información Adicional

4.1. Datos de contacto de importadores

Tabla 18: Datos de contacto de importadores

Empresa	Actividad	Ubicación	Contacto	Web
Alfrio	distribuidor, detallista, importador, comercializador	Vigo	Tel: +34 986 424 333 Mail: alfrio@alfrio-group.com	www.alfrio.es
FRIOBAS BASILIO, S.L.	distribuidor, detallista, importador, comercializador	LUGONES – ASTURIAS	Mail: basilio@friobas.com Tel: +34 985 79 11 79	www.friobas.com/
Grupo Clagamar	distribuidor, importador, detallista	Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real)	Tel: 926 34 23 80 Mail: Mairena@clagamar.com	www.clagamar.com
Comex Andina (también empresa en Perú)		Valencia	Tel: +34 961345 285 Mail: info@comex-andina.com	www.comex-andina.com
Europacífico Alimentos del mar		Vigo y Bilbao	Tel: 986 447 057 Mail: europacifico@europacifico.net	www.europacifico.net
TAPAMAR	Importador, agente, distribuidor	Madrid	Tel: +34 917861494 Mail: info@tapamar.es	www.tapamar.es
TREVIJANO	PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES	Pol. La Nevera, parcela 12. 31587 Mendaviá	---	www.trevijano.com

Fuente: Directorio de Importadores 2014 DIAN y MINCIT

4.2. Oficinas/Gremios de interés

Tabla 19: Oficinas/Gremios de interés

Oficina/Gremio	Ubicación	Teléfono/Otros	Web
MERCASA. Servicio Público a la cadena alimentaria.	Paseo de la Habana 180 – 28036, Madrid – España	Tel: + 34 913 500 609. Fax: + 34 913 504 304	www.mercasa.es
CONXEMAR. Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de La Pesca y Acuicultura.	Auda. Beiramar, 29 – 36202, Vigo – Pontevedra – España	Tel: 00 34 986 433 351. Fax: 00 34 986 221 174 Email: conxemar@	conxemar.com

4.3. Ferias del sector

Tabla 20: Ferias del sector

Ferias del Sector	Fecha	Web
MADRID FUSIÓN. Feria alta gastronomía	del 7 al 9 de abril de 2016	www.madridfusion.net
Congreso Europeo de Acuicultura en Huelva	octubre 2015	www.sea.org.es
SALÓN DEL GOURMET. Feria alimentación y bebidas de calidad	del 4 al 7 de abril de 2016	www.gourmets.net/salon
EXPO FOOD SERVICE. Feria especializada de operadores de restauración comercial, colectividades, caterings y hoteles en Madrid	15 y 16 de junio de 2016	www.expofoodservice.com
Conxemar. Feria Internacional de Productos del Mar Congelados en Vigo	5 y 6 octubre de 2016	www.conxemar.com

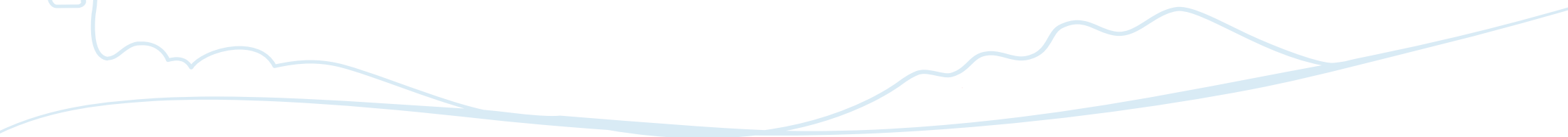
05

Bibliografía

4.4 Links de interés

- www.mercasa.es
- www.magrama.gob.es
- www.alimarket.es
- www.pescalia.com
- www.fao.com
- www.icex.es
- www.conxemar.com
- exporthelp.europa.eu/
- www.datacomex.comercio.es
- www.siicex.gob.pe
- www.mercamadrid.es
- madb.europa.eu/

- » Diario La Voz de Galicia. "Cambados inaugurará con 3.000 kilos la campaña de Vieira". 13 de diciembre de 2013.
- » "Informe del consumo de alimentación en España 2014". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Mayo 2015.
- » MERCASA. "Alimentación en España 2013". Anuario MERCASA.
- » MERCASA. "Alimentación en España 2014". Anuario MERCASA.
- » MERCASA. "Análisis cualitativo de las tendencias de la Restauración en 2012 en base a la percepción de los operadores del sector". MERCASA. Noviembre 2012. Publicado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- » Martín Cerdeño, Víctor J. "Consumo de pescados y mariscos. Diferencias sociales y territoriales". Madrid 2012.



2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo