



POTAS Y CALAMARES

Índice

01. Descripción del producto	6
02. Tamaño de mercado	11
03. Análisis de la demanda	33
04. Store Checks	43
05. Análisis de la demanda	46
06. Condiciones de acceso al mercado	50
07. Costos y gastos	60
08. Canales de comercialización y distribución	77
09. Cadenas de valor	80
10. Perfil de compradores	94
11. Actividades de promoción	98
12. Oficinas y gremios	101
13. Fuentes de información	102



01

1. Descripción del producto



1.1. Descripción del producto

Los calamares y potas son moluscos cefalópodos pertenecientes a la Orden de los Teuthidas. A esta orden corresponden varias familias. Algunas de estas son Ommastrephidae (con su subfamilias) y Loliginidae. Estos tipos de moluscos están difundidos en todas las aguas marinas del mundo, según las diferentes especies.

Muchas veces, se confunde a los calamares y potas, ambos moluscos son diferentes, en lo que respecta al producto elaborado, la diferencia percibida es limitada.

Las potas y los calamares se comercializan como productos frescos, refrigerados, congelados, crudos o cocidos. Existen diferentes especies que se pueden transformar en producto congelado, esta categoría es

el enfoque del presente perfil de estudio, específicamente, los calamares y potas congelados destinados a la transformación son parte de la macro categoría Moluscos aptos para la alimentación humana (código TARIC 0307.00.00.00) y la categoría Sepias (jibias) y globitos; calamares y potas congelados (0307.43.00.00).

Los nombres de las diferentes tipologías/especies de calamares y potas destinados a la transformación cambian en italiano, y pueden ser Calamaro o Totano.

La siguiente tabla los pone en relación.

Código TARIC	Calamares – Loligo spp.	
0307.43.31.00	Calamar Loligo vulgaris	Calamaro o calamaretto Loligo vulgaris
0307.43.33.00	Calamar Loligo pealei	Calamaro o calamaretto Loligo pealei
0307.43.35.00	Calamar Loligo gahi	Calamaro Atlántico
0307.43.38.00	Los demás Calamares Loligo spp.	Altri Calamari o calamaretti Loligo spp.
	Potas	
0307.43.91.00	Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodaruss spp., Sepioteuthis spp.	Calamari del genere "Ommastrephes spp., Nototodaruss spp. e Sepioteuthis spp.
0307.43.92.00	Illex spp.	Totano Totano Atlantico (Illex argentinus)
0307.43.95.00	Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	Totano comune
0307.43.99.21-31	Todarodes pacificus	Totano giapponese
0307.43.99.90	Demás jibias, calamares y potas, congeladas – entre los cuales hay Los Dosidicus Gigas	Altri totani – totano gigante del Pacifico

Las más comunes que se encuentran el mercado, como calamares o potas congelados y transformados en diferentes formas, son de la especie *Loligo* (sobretudo *Formosana*, *Edulis* y *Chinensis*) seguido por los *Todaroles pacificus* y los *Dosidicus Gigas* (producto de interés por lo que se refiere a la industria pesquera de Perú), los *Ilex* y los *Loligo Gahi* (también de interés por Perú).

Entre las distintas formas de presentación de potas y calamares congelados y destinados a la transformación (normalmente limpios y sin piel) en el mercado de Italia, resaltan los tubos (sin alas), mantos o filetes, anillos, tiras, tentáculos, aletas, cubitos, y botones.

1.2. Ficha técnica

Los calamares y las potas representan un valioso complemento alimenticio, debido a sus propiedades nutritivas; de hecho, la carne del calamar es magra y rica en vitaminas y minerales, un producto recomendado en las dietas por su bajo contenido calórico y por su buen índice de saciedad. Estos productos están caracterizados por un elevado valor nutritivo y al mismo tiempo un bajo contenido en grasas. Llevan grasas Omega 3 y 6, con unas propiedades benéficas para el sistema circulatorio y un bajo contenido de colesterol. Además, llevan vitaminas (A, Niacina, Riboflavina) y minerales.

En términos de empaquetados, hay diferentes formas de presentación de las potas y calamares congelados, así como según su destino comercial (industria de la transformación o consumidor final); el producto se puede encontrar en bolsas (al vacío o no) o láminas de polietileno de diferentes formatos, o en cajas de cartón.

En tema de etiquetado, los calamares y las potas congelados están sujetos al Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor: según este Reglamento, hay que indicar todas las menciones obligatorias y las menciones adicionales requeridas para los productos incluidos en el Anexo III de este reglamento.

Con respecto al packaging, materiales y contenedores en contactos con alimentos, hay que cumplir con el Reglamento CE 1935/2004.

Además, el Reglamento específico para pescado es el Reglamento EU 1379/2013. Según este Reglamento, hay que facilitar las siguientes informaciones:

- » a) Denominación comercial de la especie y su nombre científico
- » b) Método de producción, en particular mediante las siguientes palabras: «... capturado ...» en este caso

- » c) Zona de captura del producto y la categoría de arte de pesca utilizado en las pesquerías extractivas, como se establece en la primera columna del anexo III del Reglamento
- » d) Si el producto ha sido descongelado
- » e) Fecha de duración mínima, cuando proceda

El requisito de la letra d) no se aplicará

- A los ingredientes que contenga el producto acabado,
- A los alimentos para los que la congelación es una fase del proceso de producción técnicamente necesaria,
- Los productos de la pesca y la acuicultura previamente congelados por motivos sanitarios, de conformidad con el anexo III, sección VIII, del Reglamento (CE) no 853/2004, y
- Los productos de la pesca y la acuicultura que hayan sido descongelados antes de aplicar tratamientos tales como el ahumado, salazón, cocción, escabechado, secado, o una combinación de ellos.

En caso de ponerse a la venta al consumidor final o a colectivos un producto mixto, comprendida en especies idénticas, pero producido a partir de varios métodos de producción diferentes será necesario indicar el método de producción de cada lote. En caso de ponerse a la venta al consumidor final o a colectivos de un producto mixto, que consiste en una mezcla de especies idénticas, pero cuyas zonas de captura o países de cría sean diferentes, será necesario indicar al menos la zona del lote más representativo en cantidad, además de mencionar que el producto procede igualmente de diferentes zonas de captura, o de cría.

Además de estas informaciones, si en el etiquetado queda todavía espacio, algunas informaciones adicionales voluntarias pueden ser añadidas. Estas informaciones son:

- La fecha de la captura;
- La fecha o el puerto de desembarque de los productos de la pesca;
- Información más detallada sobre el tipo de artes de pesca;
- Cuando se captura en el mar, detalles del Estado del pabellón del buque que capturó los productos;

02

2. Tamaño de mercado

- Información ambiental;
- Información de naturaleza ética o social;
- Información sobre técnicas y prácticas de producción; e
- Información sobre el contenido nutricional del producto.

En el caso de alimentos “ultracongelados”, hay que cumplir con la Directiva 89/108/CEE. La congelación, el envasado, el etiquetado y el control de los alimentos ultracongelados están armonizados a nivel europeo. Dichos alimentos deben llevar en su etiqueta la mención «ultracongelado» y la identificación del lote. La temperatura de congelación debe ser inferior o igual a -18 °C, salvo para su transporte o distribución. Las únicas sustancias congelantes autorizadas son el aire, el nitrógeno y el anhídrido carbónico.

1.3. Usos y formas de consumo

El pescado es un componente muy importante en la dieta mediterránea, que es muy difundida entre los italianos. De hecho, la cocina italiana incluye una multitud de variedades de pescado y existen muchas maneras de preparar este producto.

En este contexto, los calamares y potas combinan bien con estos estilos alimenticios, ya que además de sus propias características nutricionales, son muy versátiles en términos de preparaciones y representan una excelente alternativa al consumo de carne, como hervidos, salteados, cocinados al horno o a la plancha o fritos, así que encuentran todo tipo de consumo.

Además, en la forma congelada estos productos se caracterizan por la facilidad en su preparación, debido a su conservación y a la comodidad de un producto que no debe de ser limpiado y cortado. Por esta razón, se destaca una buena popularidad de los productos congelados y empaquetados. El consumo del producto congelado (frente al fresco) se destaca sobre todo en las zonas interiores del país (aquellas que no se ubican cerca del mar)

La voluntad de consumir alimentos que no solamente tengan un buen sabor, sino que también sean saludables está acompañada por la creciente atención por parte de los consumidores italianos para el medio ambiente. El concepto de pesca sostenible influye muy a menudo en los hábitos de consumo.



2.1. Producción Local

En 2016, la producción italiana de productos pesqueros transformados (como pescado, crustáceos, moluscos procesados y conservados) tuvo un valor total de EUR 1 411 millones, un volumen total de 218 064 toneladas (en adelante t) y un precio promedio de EUR 6,5/kg. Estos datos se refieren a la producción vendida.

Los productos más relevantes en términos de volúmenes producidos entre esta categoría son: preparaciones y conservas de atún, bonito y bonito del Atlántico, enteras o en trozos (excepto productos picados y comidas preparadas), que representan el 38% de los volúmenes de pescado, crustáceos, moluscos procesados y conservados producidos y vendidos en 2016. Siguen los pescados de agua salada congelados, que representan el 21% del total de categoría.

La producción de calamares y potas congelados no está monitoreada individualmente, sino que estos productos recaben en la categoría "Moluscos (vieiras, mejillones, sepias, calamares y pulpos) congelados, secos, ahumados, en salazón o en salmuera", categoría que representa el 4% en valor y el 6% en volumen de las cantidades de productos pesqueros transformados, producidos en Italia en 2016.

La producción italiana de moluscos transformados tuvo un valor de casi EUR 50 millones en 2016, con un volumen de 14 111 t y un precio promedio de EUR3,5/kg.

En el mismo periodo (2011 y 2016), la producción italiana de este producto tuvo una dinámica fuertemente negativa con 44% en el valor de la producción de moluscos transformados, y un decrecimiento de 40,4% en cantidad.

Por el contrario, la producción de productos pesqueros en general creció del 6,8% en valor y del 12,4% en cantidad durante el mismo periodo analizado, conllevando una disminución del precio promedio del 5%.

Tabla 1 – Producción* italiana de filetes de pescado congelados – Valor, cantidad, precio promedio y variaciones a corto plazo – valores anuales (2016)

	Valor (EUR miles)	Var. % 2016/11	Cantidad (toneladas)	Var. % 2016/11	Precio promedio (EUR/kg)	Var. % 2016/11
Moluscos (vieiras, mejillones, sepias, calamares y pulpos) congelados, secos, ahumados, en salazón o en salmuera	49 714	-44,0%	14 111	-40,4%	3,5	-6,0%
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	1 411 686	6,8%	218 064	12,4%	6,5	-5,0%

*Producción vendida

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

2.2. Exportaciones de Italia

Como se explicó en el capítulo 1, los calamares y potas congelados y destinados a la transformación son parte de la macro categoría "Moluscos aptos para la alimentación humana (código TARIC 0307)" y la categoría sepias (jibias) y globitos; calamares y potas congelados (0307.43).

El análisis de los datos de comercio se refiere a los códigos TARIC:

- 0307.43.31.00 - Calamar Loligo vulgaris
- 0307.43.33.00 - Calamar Loligo pealei
- 0307.43.35.00 - Calamar Loligo gahi
- 0307.43.38.00 - Los demás Calamares Loligo spp.

- 0307.43.91.00 - Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodarus spp., Sepioteuthis spp.

- 0307.43.92.00 - Illex spp.

- 0307.43.95.00 - Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)

- 0307.43.99.00 - Demás jibias, calamares y potas, congeladas

Estos códigos se refieren al nuevo sistema de categorización, que se ha adoptado en 2017. En los años precedentes los códigos eran diferentes, ya que la categoría estaba organizada de manera diferente, y serán analizados separadamente.

Código 2017	Código hasta 2016
0307.43.31	0307.49.31
0307.43.33	0307.49.33
0307.43.35	0307.49.35
0307.43.38	0307.49.38
0307.43.91	0307.49.59
0307.43.92	0307.99.11
0307.43.95	0307.99.14
0307.43.99	0307.99.17

Mientras que el análisis del comercio total de productos pesqueros se basa en el capítulo 3 - Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos.

En 2016, las exportaciones italianas de productos pesqueros tuvieron un valor total de EUR 413 millones, con un volumen de 93,6 mil t. La tasa de crecimiento entre 2011 y 2016 fue del 2,3% en valor, mientras que los volúmenes disminuyeron en 8,7%, con un aumento del precio promedio de 12,2% del conjunto de productos pesqueros exportados desde Italia.

El conjunto de calamares y potas congelados sujetos de este análisis representan el 5% en valor (y el 4 % en cantidades) de las exportaciones italianas de productos pesqueros en 2016.

Los diferentes tipos de calamares y potas congelados tienen dinámicas muy diferentes. En general, tendencias negativas por los diferentes tipos de potas congeladas, mientras que una dinámica positiva se destaca para los calamares de la especie *Loligo*, con exclusión del calamar *Loligo vulgaris*.

Tabla 2 – Exportación italiana de calamares y potas congelados y total productos pesqueros – Valor, cantidad, precio promedio y variaciones a corto plazo – valores anuales (2016)

	Valor (EUR miles)	Var. % 2016/11	Cantidad (toneladas)	Var. % 2016/11	Precio promedio (EUR/kg)	Var. % 2016/11
Calamar <i>Loligo vulgaris</i>	3 498	-10,1%	488	-51,4%	7,2	85,0%
Calamar <i>Loligo pealei</i>	315	87,7%	54	23,2%	5,9	52,4%
Calamar <i>Loligo gahi</i>	5 339	123,1%	836	6,0%	6,4	110,6%
Los demás Calamares <i>Loligo</i> spp.	7 085	121,0%	1 139	37,3%	6,2	61,0%
<i>Ommastrephes</i> spp., excepto <i>Ommastrephes sagittatus</i> , <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.	1 354	-32,1%	186	-55,6%	7,3	53,0%
<i>Illex</i> spp.	1 674	-77,8%	433	-58,6%	3,9	-46,3%



	Valor (EUR miles)	Var. % 2016/11	Cantidad (toneladas)	Var. % 2016/11	Precio promedio (EUR/kg)	Var. % 2016/11
Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	9	n.d.	1	n.d.	6,1	n.d.
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	902	n.d.	212	n.d.	4,2	n.d.
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	413 118	2,3%	93 642	-8,7%	4,4	12,2%

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Considerando los datos disponibles del 2017 (enero-noviembre), la situación de las exportaciones italianas de calamares y potas congelados es la siguiente.

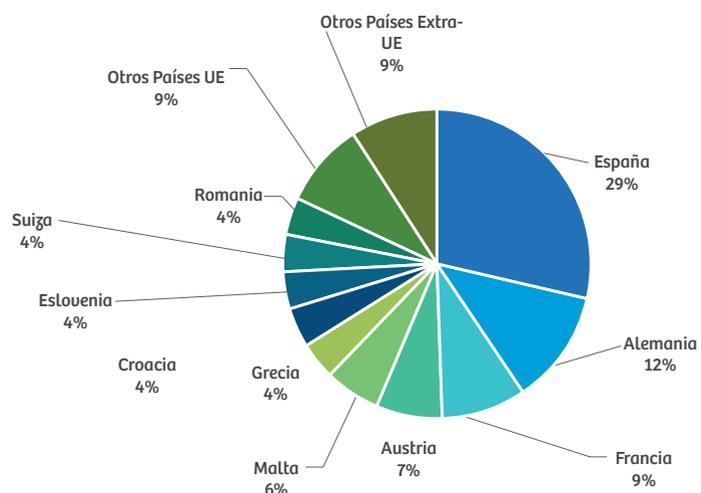
Tabla 3 – Exportación italiana de calamares y potas congelados – Valor, cantidad, precio promedio– análisis últimos dato disponible (enero- noviembre 2017)

	Valor (EUR miles)	Cantidad (toneladas)	Precio promedio (EUR/kg)
Calamar Loligo vulgaris	3.324	440	7,6
Calamar Loligo pealei	378	98	3,9
Calamar Loligo gahi	4 079	951	4,3
Los demás Calamares Loligo spp.	4 778	773	6,2
Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodarus spp., Sepioteuthis spp.	258	32	8,1
Illex spp.	2 034	773	2,6
Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	112	18	6,2
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	865	165	5,3

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Los principales países destinos de los productos pesqueros exportados por Italia son España (29%), Alemania (12%), Francia (9%), Austria (7%) y Malta (6%).

Gráfico 1 – Exportación italiana de Total Productos Pesqueros – TOP10 países destinos (% valor, 2016)

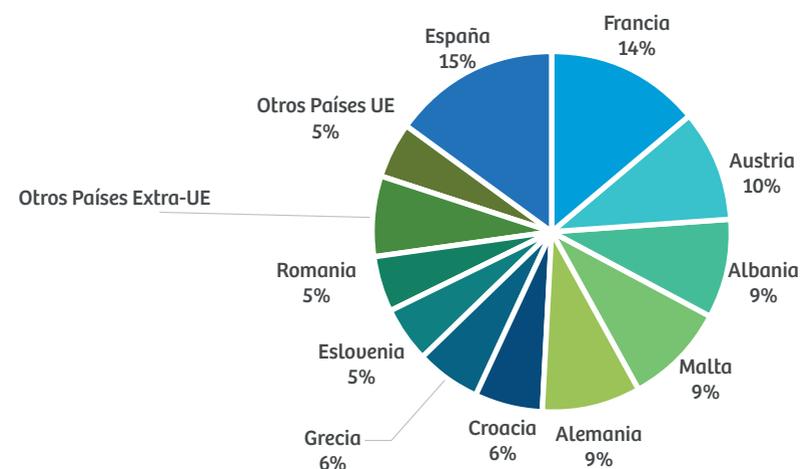


Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Los países de destino de las reexportaciones italianas de Sepias (jibias) y globitos; calamares y potas Congelados (código 0307.43.00.00, es decir de la categoría superior de los diferentes tipos de

calamares y potas congelados) según el último análisis de datos disponibles, enero-noviembre 2017) son sobre todo de la Unión Europea.

Gráfico 2 – Exportación italiana de sepias (jibias) y globitos, calamares y potas congelados – TOP 10 países destinos (% valor, enero- noviembre 2017)



Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

2.3. Importaciones de Italia

En 2016, Italia importó 785 515 t de productos pesqueros, con un valor total de EUR 4,4 mil millones. Las importaciones de productos pesqueros crecieron 35,2% en valor y 13,5% en cantidad entre 2012 y 2016, aportando un aumento del precio promedio de 19,2%.

El conjunto de calamares y potas congelados sujetos de este análisis representan el 12% en valor (y el 16% en cantidades) de las importaciones italianas de productos pesqueros en 2016.

Respecto a las importaciones de distintos tipos de calamares y potas congelados tienen dinámicas muy diferente; los calamares *Loligo pealei* representan la categoría más dinámica en términos de

aumento de las importaciones (en valor y en cantidades), seguidos por los *Loligo vulgaris*. Las importaciones de otras tipologías de calamares crecieron en valor, con variaciones negativas por lo que se refiere a las cantidades. Las dinámicas para la

potata son diferentes, según la especie, positivas para especie *Illex*, negativas para *Ommastrephes spp.*, *Nototodarus spp.* y *Sepioteuthis spp.*

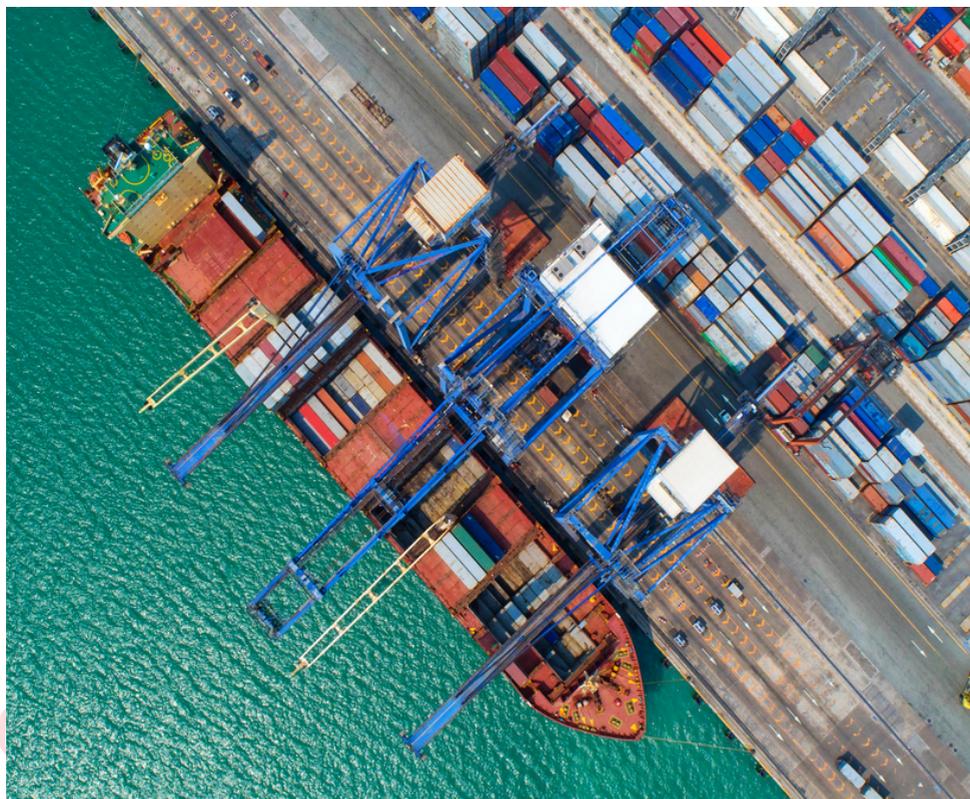


Tabla 4 – Importación italiana de calamares y potas congelados y total productos pesqueros – Valor, cantidad, precio promedio y variaciones a corto plazo – valores anuales (2016)

	Valor (EUR miles)	Var. % 2016/11	Cantidad (toneladas)	Var. % 2016/11	Precio promedio (EUR/kg)	Var. % 2016/11
Calamar <i>Loligo vulgaris</i>	52 962	187,5%	7 351	71,6%	7,2	67,5%
Calamar <i>Loligo pealei</i>	13 436	565,3%	2 867	275,8%	4,7	77,0%
Calamar <i>Loligo gahi</i>	32 050	3,8%	5 081	-53,3%	6,3	122,4%
Los demás Calamares <i>Loligo spp.</i>	281 667	30,5%	53 939	-6,2%	5,2	39,2%
<i>Ommastrephes spp.</i> , excepto <i>Ommastrephes sagittatus</i> , <i>Nototodarus spp.</i> , <i>Sepioteuthis spp.</i>	12 156	-15,7%	3 108	-37,4%	3,9	34,6%
<i>Illex spp.</i>	49 249	37,7%	17 096	35,5%	2,9	1,7%

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

	Valor (EUR miles)	Var. % 2016/11	Cantidad (toneladas)	Var. % 2016/11	Precio promedio (EUR/ kg)	Var. % 2016/11
Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	298	n.d.	106	n.d.	2,8	n.d.
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	109 143	n.d.	33 080	n.d.	3,3	n.d.
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	4 415 794	2,3%	785 515	-8,7%	5,6	12,2%

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Si consideramos los datos disponibles del 2017 (enero-noviembre), la situación de las importaciones italianas de calamares y potas congelados es la siguiente.

Se destaca que en el 2016 y también en 2017 se confirman como categorías más relevantes en términos de producto importado, las que incluyen las especies más comunes en el mercado del consumo

final. En la categoría "0307.43.38.00 - Los demás Calamares Loligo spp" caben las especies Loligo Formosana, Edulis y Chinensis, mientras que en la categoría "0307.43.99.00 - Demás jibias, calamares y potas, congeladas" están los Todaroles pacificus y los Dosidicus Gigas, muy comunes en el mercado como producto transformado y congelado.

Tabla 5 – Importación italiana de calamares y potas congelados – Valor, cantidad, precio promedio– análisis últimos dato disponible (enero- noviembre 2017)

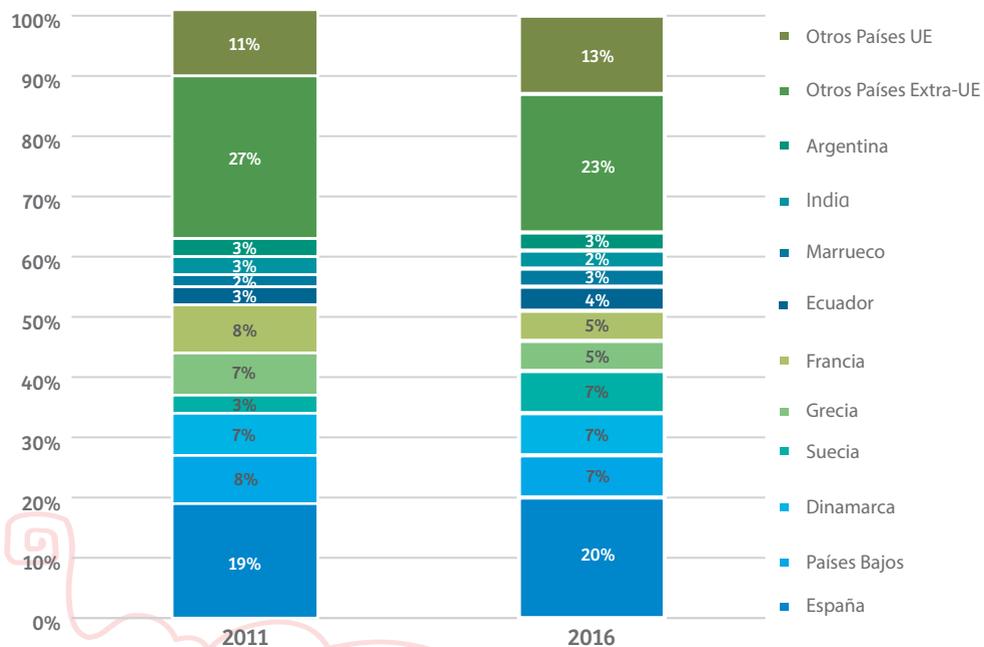
	Valor (EUR miles)	Cantidad (toneladas)	Precio promedio (EUR/kg)
Calamar Loligo vulgaris	40 314	5 748	7,0
Calamar Loligo pealei	4 138	906	4,6
Calamar Loligo gahi	38 471	9 754	3,9
Los demás Calamares Loligo spp.	243 951	42 587	5,7
Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodarus spp., Sepioteuthis spp.	3 620	768	4,7
Illex spp.	44 510	13 067	3,4
Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	3 744	834	4,5
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	129 421	32 344	4,0

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Los 10 principales proveedores de productos pesqueros en Italia, considerando los valores de las importaciones, son España (20%), Países Bajos, Dinamarca y Suecia (7%), Grecia y Francia (5%), Ecuador (4%), Marrueco (3%), India (3%) y Argentina (3%).

Por lo que se refiere a la composición de las importaciones de productos pesqueros con destino a Italia, en los últimos 5 años (2011-16), los países proveedores se han mantenido bastante estables. Solo se destaca Suecia que ha aumentado la presencia en el mercado (con 4% de cuota de mercado), mientras que una variación negativa se registra por Francia (con 3% menos).

Gráfico 3 – Importación italiana de total productos pesqueros – TOP 10 países proveedores (% valor, 2016 y 2011)

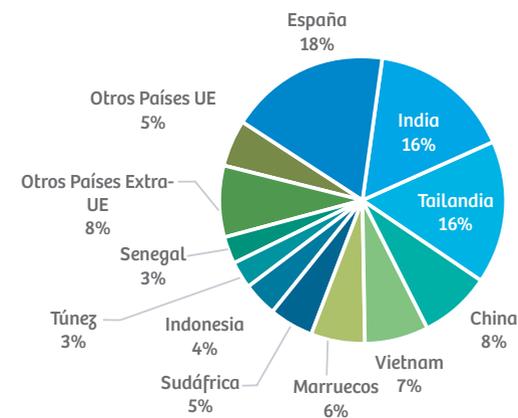


Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Por lo que se refiere a la composición de las importaciones de productos pesqueros con destino a Italia, en los últimos 5 años (2011-16), los países proveedores se han mantenido bastante estables. Solo se destaca Suecia

que ha aumentado la presencia en el mercado (con 4% de cuota de mercado), mientras que una variación negativa se registra por Francia (con 3% menos).

Gráfico 4 – Importación italiana de Sepias (jibias) y globitos, Calamares y potas Congelados – TOP10 países destinos (% valor, enero- noviembre 2017)

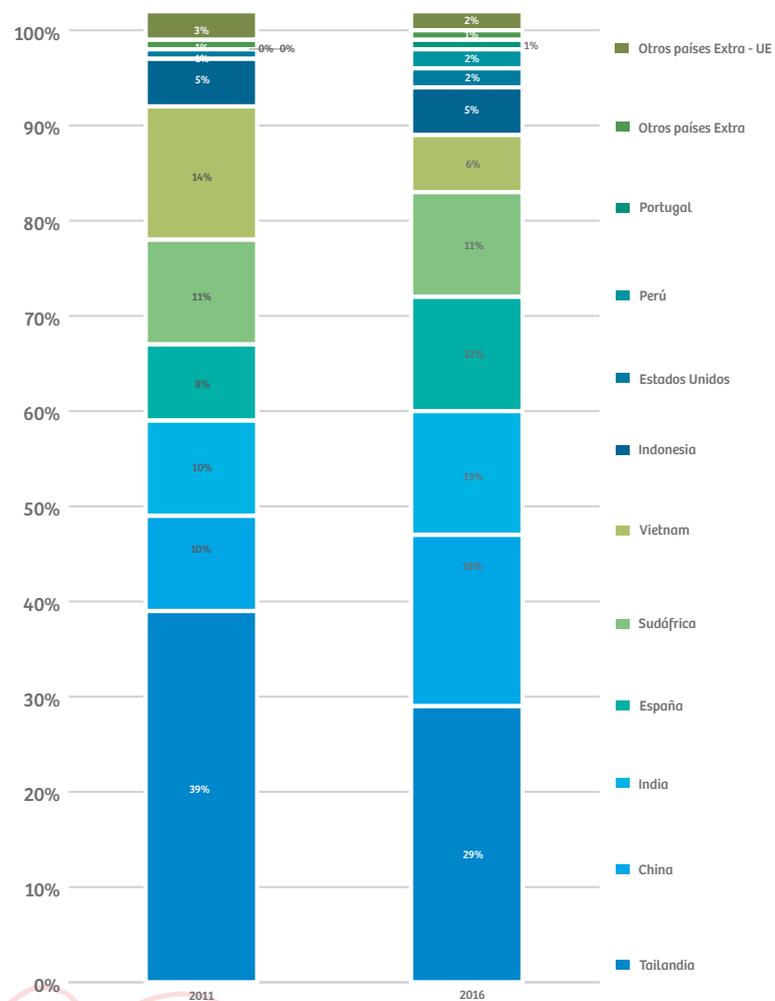


Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

El análisis de la variación intervenida en la categoría no se puede realizar, debido al cambio de categorización intervenido en 2017 con referencia a estos productos congelados. Entonces se proporciona el análisis sobre las dos categorías prin-

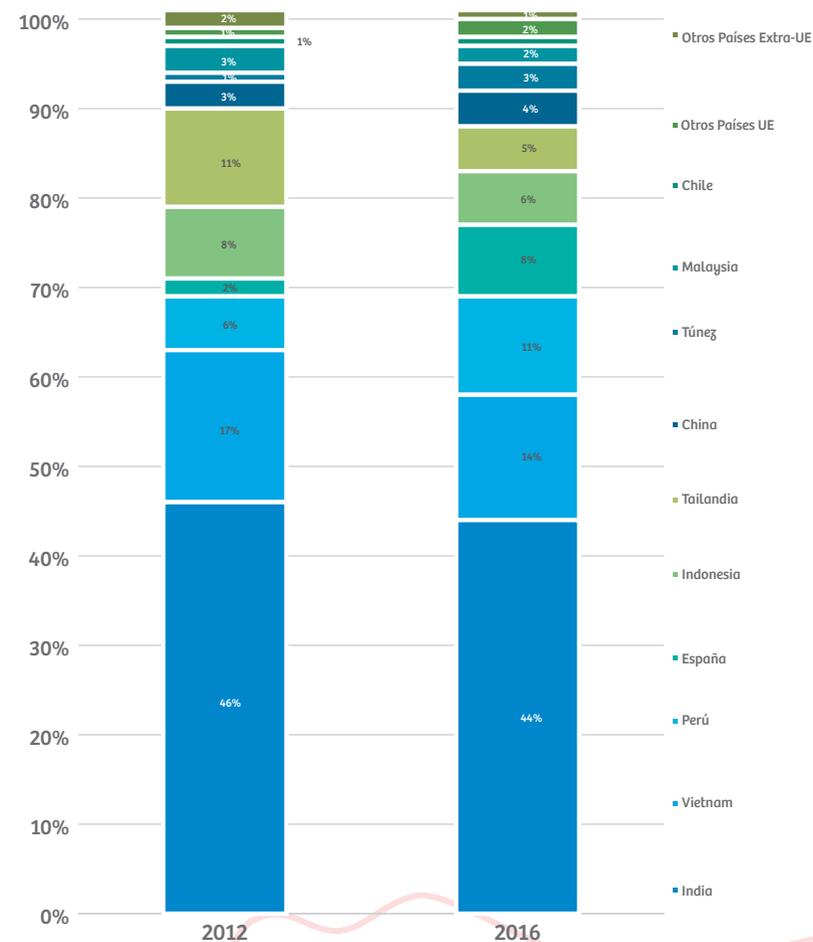
cipales de importación de calamares y potas congelados, es decir "0307.43.38.00 - Los demás Calamares Loligo spp" y "0307.43.99.00 - Demás jibias, calamares y potas, congeladas".

Gráfico 5 – Importación italiana de “Los demás Calamares Loligo spp” (0307.43.38.00) – TOP 10 países proveedores (% valor, 2016 y 2011)



Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Gráfico 6 – Importación italiana de “Demás jibias, calamares y potas, congeladas” (0307.43.99.00) – TOP 10 países proveedores (% valor, 2016 y 2012)



Los datos de la categoría están disponibles a partir de 2012
Fuente: elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

2.4. Importaciones desde el Perú

En 2016, Italia importó productos pesqueros desde Perú por un valor total de EUR 30 millones, con un crecimiento de 73% desde 2011 (+25% en cantidades). Si consideramos los datos disponibles del 2017 (enero-noviembre), las importaciones de productos pesqueros desde Perú tuvieron un valor de EUR 23,3 millones.

El conjunto de calamares y potas congelados sujetos de este análisis, representaron el 52% en valor (y el 73% en cantidades) de las importaciones italianas de productos pesqueros procedentes de Perú en 2017 (enero-noviembre). La cuota era 55% en valor (y el 72% en cantidades) en 2016 y 64% en valor (y el 80% en cantidades) en 2012.

En 2017 (enero-noviembre), las importaciones de potas y calamares congelados se componen exclusivamente de *Loligo gahi* (Perú es el 7° proveedor de Italia por este producto en 2017 con una cuota del 0,9%) y demás jibias, calamares y potas, congeladas (Perú es el 3° proveedor de Italia por este producto en 2017 con una cuota del 8,8%) mientras que en los años precedentes la composición de las importaciones procedentes de Perú resultaba diferentes, lo que no permite hacer una comparación de las tendencias, sino que se proporciona un escenario anual de las importaciones de estos productos desde Perú.

Tabla 6 – Importación italiana de Calamares y Potas Congelados desde Perú – Valor, cantidad, precio promedio– análisis últimos datos disponible (enero- noviembre 2017)

	Valor (EUR miles)	Cantidad (toneladas)	Precio promedio (EUR/kg)
Calamar <i>Loligo vulgaris</i>	0	0	0
Calamar <i>Loligo pealei</i>	0	0	0
Calamar <i>Loligo gahi</i>	390	85	4,6
Los demás Calamares <i>Loligo</i> spp.	0	0	0
<i>Ommastrephes</i> spp., excepto <i>Ommastrephes sagittatus</i> , <i>Nototodar</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.	0	0	0
<i>Illex</i> spp.	0	0	0
Potas europeas (<i>Todarodes sagittatus</i>) (<i>Ommastrephes sagittatus</i>)	0	0	0
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	11 780	6 907	1,7
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	23 332	9 592	2,4

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Tabla 7 – Importación italiana de calamares y potas congelados desde Perú – Valor, cantidad, precio promedio– análisis datos 2016

	Valor (EUR miles)	Cantidad (toneladas)	Precio promedio (EUR/kg)
Calamar Loligo vulgaris	0	0	0
Calamar Loligo pealei	0	0	0
Calamar Loligo gahi	0	0	0
Los demás Calamares Loligo spp.	4 792	1 096	4,4
Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodarus spp., Sepioteuthis spp.	0	0	0
Illex spp.	0	0	0
Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	0	0	0
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	11 667	7 940	1,5
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	30 154	12 485	2,4

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

Tabla 8 – Importación italiana de calamares y potas congelados desde Perú – Valor, cantidad, precio promedio– análisis datos 2015

	Valor (EUR miles)	Cantidad (toneladas)	Precio promedio (EUR/kg)
Calamar Loligo vulgaris	92	46	2,0
Calamar Loligo pealei	0	0	0
Calamar Loligo gahi	46	24	1,9
Los demás Calamares Loligo spp.	10 490	3 968	2,6
Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodarus spp., Sepioteuthis spp.	95	103	0,9
Illex spp.	140	116	1,2
Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	0	0	0
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	10 826	7 994	1,4
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	31 831	14 882	2,1

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

03

Tabla 9 – Importación italiana de calamares y potas congelados desde Perú – Valor, cantidad, precio promedio– análisis datos 2012

	Valor (EUR miles)	Cantidad (toneladas)	Precio promedio (EUR/kg)
Calamar Loligo vulgaris	92	42	2,2
Calamar Loligo pealei	0	0	0
Calamar Loligo gahi	0	0	0
Los demás Calamares Loligo spp.	4 218	1 689	2,5
Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodarus spp., Sepioteuthis spp.	2 121	1 040	2,0
Illex spp.	2 906	2 720	1,1
Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus)	0	0	0
Demás jibias, calamares y potas, congeladas	4 316	2 997	1,4
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	21 272	10 583	2,0

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Istat

3. Análisis de la demanda



Con el fin de comprender las tendencias de consumo del producto monitoreado, medir y conocer la percepción y la demanda potencial de los productos con origen peruana, e identificar las estrategias de desarrollo más coherentes con las características del mercado interno Nomisma ha realizado una actividad de Consumer Insight.

En específico, entre enero y febrero 2018 se ha llevado a cabo una encuesta directa sobre el consumidor italiano, para obtener informaciones sobre el modelo de consumo de los productos investigados y awareness, percepción y la reputación general hacia los productos peruanos, de acuerdo con las características del mercado interno y con los hábitos de consumo generales.

La encuesta (Consumer Survey Nomisma) ha involucrado 2 000 consumidores italianos (mayores de 18 años de edad); el criterio de elegibilidad de los encuestados era haber consumido en los 12 meses anteriores por lo menos uno de los 10 productos monitoreados en los Perfiles de Producto por OCEX (mango, palta, arándanos, plátanos frescos, uvas frescas de mesa, filetes de merluza congelados, calamares y potas congelados y destinados a la transformación, textiles del hogar, mármol-travertinos, franquicias gastronómicas) y ser responsable de la compra de los tipos de productos de forma específica, para recopilar informaciones por parte de quien tiene un papel activo en la elección de los productos comprados por el consumo doméstico y tiene informaciones más precisas sobre los productos adquiridos y consumidos en el hogar.

El cuestionario (suministrado con metodología CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) estaba estructurado con un screenout inicial (es decir, si no consumes ninguno de los productos no sigues en la recopilación de las preguntas específicas) que nos ha permitido calcular la tasa de penetración de los productos analizados en la población total.

Este camino de análisis nos ha permitido recopilar informaciones sobre las características socio-demográficas de los consumidores, las frecuencias de consumo,

además de identificar la motivación de falta de compra actual del producto y el potencial interés en los actuales non user.

Las evidencias surgidas desde la encuesta del consumidor están también contextualizadas con los datos sectoriales (sobre las tendencias de consumo) y con la información proporcionada en las entrevistas de los stakeholders en la cadena del valor del producto analizado (calamares y potas congelados) y en general en la línea de producto (productos pesqueros congelados).

3.1. Perfil de la demanda del consumidor

El pescado representa un alimento muy común en la dieta de los italianos, sea fresco como procesado.

En 2017, el consumo per cápita de pescado fresco fue de 8,5 kilogramos en promedio, con un gasto anual de EUR 96,5 por persona.

Por lo que se refiere en específico a los productos pesqueros transformados el consumo fue de 4,6 kilogramos per cápita (y un valor de EUR 48 por persona), mientras que los productos pesqueros congelados tuvieron un consumo per cápita de 1,7 kilogramos (y un valor de EUR 14,8 por persona).

El análisis de la demanda del consumidor está centrado en comprender las características del consumo general de productos pesqueros congelados, para luego profundizar el análisis más en específico con referencia a los calamares y potas congelados.

Además, las evidencias están detalladas por los productos de manera general (esto significa, sin tener en cuenta del origen del producto), para luego, enfocar la información sobre el consumo de productos procedentes de Perú.

Perfil Productos pesqueros target congelados¹

En 2017, el 69% de los italianos ha comprado productos pesqueros, de los cuales, el 77% ha comprado por lo menos una vez uno de los dos productos pesqueros target (filetes de merluza congelados, o calamares y potas congelados).

En otras palabras, la tasa de penetración para los dos productos pesqueros target es del 54% sobre el total de población italiana.

El perfil del consumidor de los productos pesqueros target está caracterizado por una mayor incidencia del género femenino (el 60% de los consumidores italianos ha comprado estos productos), son sobre todo

consumidores de la Generation X (entre los 36 y 51 años – con una tasa de penetración del 57%), con un nivel de educación mediano (diploma de escuela secundaria, 56%), con una renta mediana (EUR 2 501-EUR 3 000 de renta mensual del hogar) y del Centro-Norte de Italia (55%).

Los canales de la compra de los productos pesqueros congelados son sobre todo (58%) hipermercados y supermercados, seguidos por un canal de detalle especializado, especialmente las pescaderías, donde el 19% de los italianos compran pescado congelado. También, entre los canales de compra se destacan los discount (tiendas de descuento), indicado por el 16% de los consumidores de los productos target. Además, una pequeña parte de la compra se realiza en los canales de venta puerta a puerta (3%), cabe precisar que este canal ha reducido su importancia en los últimos años.

¿Cuál es el criterio principal en la elección de los productos pesqueros target congelados entre los italianos? El criterio más relevante es la marca; más de un consumidor entre cuatro posibles (26%) elige según la marca (conocida o famosa) del producto, seguidos del factor origen (20,3%) y el precio bajo/conveniente (19,8%). También es relevante el embalaje (por ejemplo, producto en bolsas/en cajas, número de porciones, entre otros), señalado por el 10,3% de los consumidores. La tasa de penetración de los productos

¹Con el término "Productos pesqueros target congelados" queremos indicar los 2 productos pesqueros analizados, o sea filetes de merluza congelados y calamares y potas congelados. Entonces un consumidor de productos pesqueros target es un sujeto que haya consumido por lo menos uno entre los dos productos analizados.

pesqueros target congelados con origen peruano en los consumidores italianos es muy reducida, con un porcentaje aproximado de 1%. Entre los consumidores de productos pesqueros target congelados, el 42% declara no haber visto nunca en las tiendas donde realiza normalmente su compra estos productos específicos procedentes de Perú. Solo el 2% ha comprado pescados desde Perú, mientras que el 9% ha encontrado en sus tiendas de compra productos de origen peruano, pero no ha comprado esos productos. En este último target de consumidores, se destaca que el 41% declara preferir productos pesqueros de origen italiano para su consumo.

El número limitado de consumidores de productos pesqueros target que procede de Perú permite profundizar solo en términos cualitativos las diferentes características específicas del consumo. En este target de consumidores se confirma la preferencia por las compras en el canal Híper/supermercados y el principal criterio en la elección del producto sigue siendo la marca conocida.

Perfil calamares y potas congelados

Los calamares y potas son moluscos muy conocidos por parte de los italianos y son difundido también en su forma transformada (p.ej. en anillos) y congelados.

En 2017, el 31% de la población italiana ha consumido por lo menos una vez calamares y potas congelados. Además, si consideramos solo el universo de personas que compran productos pesqueros, la tasa de penetración llega al 44%.

Según los datos de la Consumer Survey Nomisma, el consumidor de calamares y potas congelados es fundamentalmente las mujeres (el 32% de las consumidoras italianas ha comprado este producto en el 2017), de la Generation X (con una tasa de penetración del 32% entre los que tienen entre 36 y 51 años), está más difundido entre quien tiene un nivel de educación no alto (37%) y con una renta mediana (32%, EUR 2 501-EUR 3 000 de renta mensual por hogar).

En términos de frecuencia, el consumo de calamares y potas congelados no se realiza con una frecuencia alta, en específico, el 38% de los consumidores los consume 2/3 veces al mes, el 58% más raramente, mientras que solo el 4% consume calamares y potas congelados por lo menos 2/3 veces a la semana.

No se destacan temporadas particulares

para el consumo de este producto congelado. Desde la Consumer Survey Nomisma, se evidencia que la compra de calamares y potas congelados se realiza sobre todo en hipermercados y supermercados (que representan el 57% del valor de la compra de este producto), continúan las pescaderías/detalle especializado (19%) y las tiendas de descuento (18%). También, una pequeña parte de la compra se realiza con los canales de venta puerta a puerta (3,6%).

¿Cuál es el criterio principal en la elección de los calamares y potas congelados entre los italianos? El criterio más relevante es la marca del producto (por el 25% de los consumidores); este factor tiene un papel muy fuerte en fase de elección de este tipo de productos para los consumidores italianos. Los otros criterios relevantes son el precio bajo/conveniente (21%) y el origen (20%), seguidos del embalaje del producto (14%).

A la pregunta específica sobre el origen más requerido por los calamares y potas congelados, los italianos demuestran preferir productos italianos (44%), seguidos por otros orígenes europeos (21%). Al mismo tiempo hay que destacar que el 32% de los consumidores declara que el origen de los calamares y potas congelados no es un elemento importante en su compra.

Entre los consumidores que prefieren productos extra europeos (2,7%), el origen más buscado (según la indicación

espontánea del origen por parte de los consumidores, ya que no podían contestar sobre un país en específico) no se refieren a un país, sino a un área/zonas de pesca, en específico, los consumidores italianos indican espontáneamente el Atlántico (sobre todo norte) y el área Indo-pacífica.

La tasa de penetración de productos pesqueros con origen peruano es muy reducida entre los consumidores de calamares y potas congelados. De hecho, solo el 2% ha comprado por lo menos una vez en el último año productos pesqueros congelados desde Perú. Además, el 39% de los consumidores de calamares y potas congelados declara no haber visto nunca en las tiendas donde realiza normalmente su compra estos productos específicos procedentes de Perú. El 9% ha encontrado en sus tiendas de compra calamares y potas congelados de origen peruano, pero no ha comprado. Estos consumidores declaran su preferencia por productos pesqueros de origen italiano (40,6% de los que conocen, no compran calamares y potas congelados procedentes de Perú).

3.2. Análisis de tendencias

La composición y las tendencias de los consumos de los italianos fueron influenciados por la crisis económica del 2008 y los rastros creados en los sectores de la economía nacional (e internacional). La capacidad de

compra de los italianos fue impactada negativamente desde esta coyuntura económica, con una reducción también en el consumo de algunos alimentos.

El consumo de pescado y mariscos frescos eran de 9,3 kg per cápita en 2007, pasando de 8,9 kg en 2012 a 8,2 kg per cápita en 2016. El año 2017, es un punto de inflexión, dado que el consumo vuelve a tener una dinámica positiva, con un consumo per cápita de 8,5 kg en promedio. La dinámica del consumo de productos congelados, al contrario, generalmente es estable, con un consumo per cápita de alrededor de 1,7 kg.

Además, las previsiones por los próximos años son positivas sea por los productos pesqueros frescos (9 kg per cápita en 2022) y congelados (1,8 kg per cápita en 2022).

Uno de los factores del aumento del consumo de pescado y marisco es debido a que los consumidores italianos cada vez más demandan alimentos que contengan fuentes de proteínas, y que a su vez contenga beneficios para la salud. Por consiguiente, se prevé que el consumo de grasas, carne (en particular carne roja) y bebidas alcohólicas continúe disminu-

yendo, y el consumo de frutas, verduras y pescado siga aumentando. El consumo de pescado y marisco también aumentará a medida que incrementen los ingresos medios en Italia.

Los tipos de pescado más populares seguirán siendo el atún, el bacalao y la merluza, debido a sus beneficios para la salud ampliamente conocidos, incluidos los ácidos grasos omega-3 y minerales importantes.

Además, la variación positiva del consumo de pescado (fresco y transformado) en Italia se debe al deseo de los consumidores de comer más saludablemente, pero también al hecho que se está superando lentamente el miedo arraigado de comprar y cocinar pescado. Además, a diferencia de la carne, el pescado rara vez recibe mala prensa frente al aspecto de salud; por el contrario, siempre se les dice a las personas que no comen lo suficiente.

Otro factor que influye negativamente es la tendencia del consumo de pescado, en general, es la creciente presencia de regímenes alimenticios basados en alternativas vegetarianas y veganas.

Gráfico 7 – Consumo de pescado fresco y transformado en Italia – tendencias y previsiones (volúmenes totales en miles de toneladas, valor retail en EUR millones)



Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Euromonitor International

Las ventas de productos pesqueros frescos y procesados, según datos de Euromonitor International, llegaron a 789 mil toneladas en total en 2017; los productos pesqueros congelados representan el 13% del total. El conjunto de los moluscos al natural y los crustáceos representan el 36% de las ventas de productos pesqueros congelados en Italia en el 2017.

La tendencia de los volúmenes de venta en los últimos 5 años (2012-17) fue ligemente negativa, para el conjunto de productos pesqueros se redujo en 1,1%; no obstante, se destacan diferencias según el tipo de producto, con una disminución de 3% para pescados y mariscos frescos; y un incremento de productos pesqueros congelados y de otros productos pesqueros y mariscos elaborados, con el 2% y 5%, respectivamente.

Según las previsiones, los volúmenes de venta llegaron a 847 mil t en 2022; también, para los próximos años se prevé una dinámica más positiva en relación a los otros productos pesqueros y mariscos elaborados, se estima una tasa de crecimiento de 13% entre 2017 y 2022, mientras que la categoría en su totalidad crecerá 7,3% y los productos pesqueros congelados 6%.

El valor de las ventas retail del conjunto de productos pesqueros frescos y transformados fue de EUR 8 753 millones en 2017. Los productos pesqueros congelados representan el 10% de las ventas de pescado (fresco y transformado) en el canal retail. Además, los anillos de cala-

mares representan el 4,9% del valor de las ventas de productos del mar congelados procesados, siempre con referencia al 2017.

La dinámica del valor de las ventas de productos pesqueros frescos y transformados registró un crecimiento de 1,3% en los últimos 5 años, confirmando dinámicas específicas por los diferentes tipos de productos.

Con referencia a los resultados de la Consumer Survey Nomisma, en términos de tendencias, los consumidores de productos pesqueros target congelados planean mantener las compras de alimentos a lo largo del próximo año; el 77% declara que su compra alimentaria se quedará estable, mientras que el

16% planea incrementar su gasto. Esto también se confirma para los consumidores de calamares y potas congelados.

Aunque la crisis económica (empezada en 2008, pero que lleva todavía unos rastros en la economía nacional) ha disminuido la capacidad de compra de los italianos, en los últimos años han surgido nichos de mercado, por lo que el consumidor está dispuesto a gastar más.

El consumidor requiere calidad, que contempla la calidad sensorial, organoléptica pero también seguridad del producto alimenticio, y posibilidad de monitorear el origen (trazabilidad).



3.3. Percepción del producto peruano

Considerando que la difusión de calamares y potas congelados procedentes de Perú es muy limitada, lo que permite hacer un análisis cualitativo de las características y formas de uso por parte de los consumidores.

Una información relevante procede del análisis del potencial interés sobre los productos peruanos en general. En el estudio Consumer Survey había una pregunta sobre el interés en comprar productos peruanos. En este contexto, el potencial cambia mucho cuando se trata de un actual consumidor de productos peruanos (sean pescado, fruta, o productos de la manufactura, como los textiles) o un consumidor que no ha comprado nunca productos de Perú. Hay que tener en cuenta que los consumidores "user Peru" (es decir, los que han consumido por lo menos un producto peruano) representan en conjunto el 19% de los italianos.

Entre los actuales user Peru se registra una propensión positiva; de tal modo que el 52% de los italianos que han consumido un producto peruano están interesados en comprar calamares y potas congelados peruanos (con el 23% que se declara muy interesado). Estos datos reflejan como los consumidores que han tenido la oportunidad de probar un producto

peruano (independientemente del tipo de producto) tienen una buena opinión de los productos que proceden de Perú. La tasa se reduce mucho por los actuales non user Peru, bajando al 33%.

Además, si a esta información se agrega las previsiones de gasto en alimentos de consumidores de calamares y potas congelados (procedentes de Perú y no) del Consumer Survey Nomisma, resalta un cuadro positivo; solo el 5% declara que disminuirá el valor de su compra en 2018, mientras que el 17% aumentará su gasto, así que este target puede proporcionar oportunidades de inversión.

04

4. Auditoría en tiendas



La auditoría en tiendas es una herramienta que permite comprender los elementos que ayudan al consumidor en la selección de los productos, y que proporciona una fotografía de los productos en las tiendas con informaciones cualitativas (p.ej. presentación) y cuantitativas (precio).

La actividad de auditoría en tiendas ha sido realizada por OCEX Milán en mayo 2018, que ha proporcionado los resultados de esta actividad a Nomisma. Los datos han sido utilizados para elaborar el análisis de la cadena de valor (presentada en el capítulo 9).

La siguiente tabla resume la información recopilada sobre calamares y potas congelados.

Empresa comercializadora		Empresa Proveedorora						Formato (imagen del producto)
Canales de Comercialización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Certificaciones	
BENNET	Bennet es una cadena de hipermercados con cercad de 70 locales presente en el Norte de Italia con un facturado de EUR 1,4 mil millones. http://www.bennet.com/	No identificable	Pota	Kg	EUR 11,90	Pacífico	No indicado	Por peso
PESCHERIA	Nombre: Pesceria Spadari	No disponible	Pota del pacifico	Kg	EUR __	No disponible	No disponible	Disponible
HIPER MERCADO CARREFOUR	Cadena de Supermercados de Francia que en el mercado italiano posee más de 1 000 puntos de venta con una facturación en este mercado de EUR 1,3 mil millones. www.carrefour.it/	Compañía Surgelati Italiana	Anillos de calamar crocantes	Kg	EUR 16,63	Atlántico	No indicado	Caja 400 g
SUPERMERCADO AUCHAN	Cadena de Supermercados de Francia que en el mercado italiano presenta una facturación en este mercado de EUR 2 mil millones. https://www.auchan.it/	Pescanova	Anillos de calamar surgelato	Kg	EUR 10,58	Atlántico	No indicado	Caja 400 g
SIMPLY	Parte del grupo Frances Auchan, especializado en el discount. www.simplymarket.it	Pescanova	Anillos de calamar surgelato	Kg	EUR 11,80	No disponible	No disponible	No disponible
EUROSPIN (DISCOUNT)	EuroSping Italia Spa es formado por cuatro socios (Migross, Dao, Shop y Vega) con una facturación de EUR 4,2 mil millones. Es líder en el discount con cerca de 1 000 puntos de venta. https://www.eurospin.it/	No disponible	Anillos de calamar surgelato	Kg	EUR __	No disponible	No disponible	No disponible
PENNY MARKET (DISCOUNT)	Cadena de discount de origen alemán que posee en Italia 366 locales www.pennymarket.it	No disponible	Anillos de calamar surgelato	Kg	EUR __	No disponible	No disponible	No disponible

05

5. Análisis de la demanda

Los factores que influyen en la percepción del producto y que tienen que ser valoradas a la hora de acceder el mercado son diferentes.

En los últimos años, la relación de los italianos con la comida ha cambiado significativamente. Entre otras, se destacan la difusión de tendencias hacia una alimentación saludable y atención al medio ambiente, la conciencia del vínculo entre los alimentos y el riesgo de enfermedades, el descubrimiento de nuevos sabores y la readaptación de antiguas materias primas, la entrada de tecnologías en los procesos de la producción y la globalización de las culturas alimentarias. Estos elementos han contribuido a repensar las elecciones de alimentos de los italianos.

Se destaca como el consumidor está disminuyendo su compra de algunos alimentos básicos de la dieta mediterránea que tienden a estar relacionados con dificultad en la preparación, y prefiere productos más fáciles a preparar, quiere experimentar con alimentos nuevos y variar la dieta con mayor frecuencia. Al mismo tiempo hay más interés hacia alimentos capaces de satisfacer la

necesidad de acortar el tiempo de preparación de las comidas en el hogar y, también, de conocer nuevos alimentos y preparaciones.

Dejando atrás los años de la crisis, los consumidores italianos, dependiendo de sus recursos financieros individuales y familiares, comienzan a centrarse en la calidad de lo que ponen en el plato y están dispuestos a gastar más por un producto con estándares de calidad superiores.

Y los factores que el consumidor requiere, encuentran una respuesta totalmente satisfactoria en las principales ventajas tradicionalmente reconocidas para los productos congelados. De hecho, los alimentos congelados se caracterizan por ser seguros (los microorganismos alterativos, responsables del deterioro de los alimentos, y los microorganismos patógenos, capaces de causar infecciones, intoxicaciones e infecciones tóxicas en humanos, no son capaces de reproducirse a temperaturas inferiores a -10°C), de diferentes variedades y con una amplia gama productos, presentes a lo largo de todo el año a pesar de la oferta estacional del producto, y rápidos en la

preparación, con el consiguiente ahorro de tiempo en la cocina.

Un factor que se percibe muy positivamente acerca de los productos congelados es la eliminación de residuos, lo que se compra (lo que no se consume se elimina antes por parte del productor), un mayor control en las porciones y cantidades permite usar solo lo que realmente se necesita cada vez, y el producto tiene una duración en promedio de 15-18 meses, y se puede consumir a largo plazo.

Un componente de gran importancia para los consumidores italianos es la marca, entonces los proveedores de Perú podrían aprovechar alianzas colaborativas con empresas ya establecidas en el mercado, para ingresar al mercado y reducir el grado de riesgo.

Las tendencias de consumo en Italia marcan una atención creciente por los temas de sostenibilidad, en las fases de captura y transformación del pescado. En este sentido, las certificaciones medioambientales y socioeconómicas están desarrollándose en el mercado para garantizar al consumidor estos aspectos y este es un factor relevante a considerar si se quiere experimentar el mercado italiano.

También si se evidencia una mayor atención

por parte de los consumidores hacia el tema de la pesca sostenible, muchos grandes productores están todavía trabajando para mejorar sus políticas de abastecimiento según los estándares de sostenibilidad.

Un ejemplo positivo en el mercado italiano es la colaboración entre Findus Italia y el Marine Stewardship Council (MSC) para ayudar a garantizar una pesca responsable y sostenible para el futuro de los océanos y mares. La empresa ha comenzado imprimir la etiqueta azul de MSC (sostenible y certificada) en sus envases, permitiendo a los consumidores orientarse mejor en las decisiones de compra y tomar una decisión responsable.

De experiencias previas con productores de Perú, algunos operadores destacan ciertas disconformidades. Un primer factor, revelan problemas de continuidad durante el abastecimiento del producto (frente a otros proveedores), incluyendo a la especie *Dosidicus Gigas* (pota o calamar gigante). Por lo tanto, un operador peruano que quiera hacer negocios con empresas italianas, tiene que ofrecer garantías sobre el tema de la continuidad de provisión del producto.

De las entrevistas a los operadores en relación a calamares y potas congelados, se evidenció que la demanda proviene

principalmente de las industrias que transforman y procesan este producto. El calamar gigante no es un producto listo para el consumidor final, debe considerarse como materia prima, para luego ser transformado. Cabe notar que su disponibilidad es limitada, ya que esta especie habita en los mares (en pocas zonas de pesca) de Perú, Chile y México. Mientras que la demanda de estos calamares ciertamente ha aumentado, esto ha causado un aumento progresivo en el precio, que casi se ha triplicado en los últimos años.

Además, muchas veces los operadores del mercado italiano prefieren comprar el producto que se haya transformado según estándares específicos, dado que algunos productores de América no la ofrecen. Entonces, producto que se captura en el Pacífico meridional, se transforma en otros países (como España en Europa o en Asia). Se destaca que la percepción de las potas y calamares congelados peruanos es positiva, pero no siempre las fases de procesamiento reflejan lo que requiere la industria de transformación o la distribución de productos pesqueros en Italia.

En este contexto, una estrategia de mercado podría realizar acuerdos con transformadores que cumplan con los requisitos de Italia, ya que los operadores en el mercado italiano tratan el producto sobre todo con importadores o transformadores especializados, que cumplen con los criterios de calidad, cantidad y continuidad en el tiempo.

Además, los operadores han revelado grandes ventajas en el mercado italiano para el canal HORECA relacionado al producto ya elaborado y procesado. En este caso el servicio ofrecido junto al producto (implica ofrecer un producto en un estado de elaboración superior y listo para ser utilizado) es valorado muy positivamente.

Otro factor de gran relevancia, es la capacidad de mantener la calidad alta en todas las fases de producción, desde la captura del pescado hasta el congelamiento y en el transporte, para que llegue al mercado final manteniendo sus características.



06

6. Condiciones de acceso al mercado



6.1. Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

Para importar productos en Italia hay que cumplir ante todo la normativa europea. Hay que considerar que la Unión Europea es también una Unión Aduanera y los 28 países miembros forman un territorio único a efectos aduaneros. A nivel práctico eso significa que no se pagan derechos adua-

neros sobre mercancías que se trasladan entre países de la Unión Europea, todos aplican un arancel aduanero común para mercancías importadas fuera de la UE y las mercancías que se han importado legalmente pueden circular por toda la UE sin tener que pasar por más controles aduaneros.

La Comisión Europea ha establecido una herramienta para facilitar información actualizada sobre las condiciones de acceso al mercado de Unión Aduanera y de los 28 países miembros: Trade Helpdesk.

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es>

Desde esta herramienta se pueden seleccionar los productos específicos, el país de origen y el país de destino y obtener todas las informaciones útiles (normas y reglamentos) para quien quiera exportar su producto en UE: en este caso calamares y potas congelados desde Perú a Italia.

A continuación, una recopilación de informaciones respecto a los derechos de importación a Italia desde Perú. Como ya se ha analizado, los códigos que se refieren a calamares y potas congeladas son diferentes. Por eso el análisis sobre los aranceles y tributos aduaneros se proporciona para las especies de interés de Perú (según los últimos datos de importación). Para mayor detalle sobre otras especies o tipos de calamar, indagar en el website de Trade Helpdesk.

Tabla 10 – EU derechos de Importación - Producto 0307.43.35.00 Loligo gahi

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación Europea
Cualquier País	Derecho terceros países	6,00%			R1821/16
Perú	Preferencias arancelarias	0%			D0735/12

Fuente: Trade Helpdesk - Fiscalidad y Unión Aduanera, TARIC

Tabla 11 – EU derechos de Importación - Productos 0307.43.91.00 Ommastrephes spp., excepto Ommastrephes sagittatus, Nototodarus spp., Sepioteuthis spp. y subcódigos

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación Europea
Cualquier País	Derecho terceros países	8,00%			R1821/16
Cualquier País	Contingente arancelario no preferencial en régimen de destino final	0%	Imagen 1	EU001 TM062	R2265/15
Perú	Preferencias arancelarias	0%			D0735/12
Perú	Contingente arancelario preferencial [01/03/2018 - 28/02/2019]	0%	Imagen 2	CD656	R0404/13

Fuente: Trade Helpdesk - Fiscalidad y Unión Aduanera, TARIC

Imagen 1 – condiciones por cualquier país:

Tariffs - Details		
Product Code		0307439110
Country of origin		Cualquier País
B1	Presentación de un certificado/licencia/documento: N990	Aplicar el derecho mencionado
B2	Presentación de un certificado/licencia/documento:	La subpartida declarada no está permitida
Additional information/Documents produced/Certificates and authorisations		
N990		EUS - Autorización de utilización del régimen de destino final (columna 8c del Anexo A del Reglamento Delegado (UE) 2015/2446)

Imagen 2 – condiciones Perú:

Tariffs - Details		
Product Code		0307439110
Country of origin		Perú
Q1	Presentación del certificado/licencia visado: U069	Aplicar el derecho mencionado
Q2	Presentación del certificado/licencia visado:	Medida no aplicable
Additional information/Documents produced/Certificates and authorisations		
U069		Prueba de origen incluyendo la siguiente declaración en Inglés: "Product originating in accordance with Appendix 5 of Annex II"

Tabla 12 – EU derechos de Importación - Productos 0307.43.92.00 Illex spp. y subcódigos

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación Europea
Cualquier País	Derecho terceros países	8,00%			R1821/16
Cualquier País	Contingente arancelario no preferencial en régimen de destino final	0%	Imagen 1	TM062 EU001	R2265/15
Perú	Preferencias arancelarias	0%			D0735/12

Fuente: Trade Helpdesk - Fiscalidad y Unión Aduanera, TARIC

Imagen 1 – condiciones por cualquier país:

Tariffs - Details	
Product Code	0307439210
Country of origin	Cualquier País
B1	Presentación de un certificado/licencia/documento: N990 Aplicar el derecho mencionado
B2	Presentación de un certificado/licencia/documento: La subpartida declarada no está permitida
Additional information/Documents produced/Certificates and authorisations	
N990	EUS - Autorización de utilización del régimen de destino final (columna 8c del Anexo A del Reglamento Delegado (UE) 2015/2446)

Tabla 13 – EU derechos de Importación - Productos 0307.43.95.00 Potas europeas (Todarodes sagittatus) (Ommastrephes sagittatus) y subcódigos

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación Europea
Cualquier País	Derecho terceros países	6,00%			R1821/16
Perú	Preferencias arancelarias	0%			D0735/12

Fuente: Trade Helpdesk - Fiscalidad y Unión Aduanera, TARIC

Tabla 14 – EU derechos de Importación - Productos 0307.43.99.90

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación Europea
Cualquier País	Derecho terceros países	11,00%			R1821/16
Perú	Preferencias arancelarias	0%			D0735/12

Fuente: Trade Helpdesk - Fiscalidad y Unión Aduanera, TARIC

Tabla 15 – Gravámenes interiores

	Tarifa Estándar
IVA	10%
Impuestos sobre consumos específicos	-

Fuente: Trade Helpdesk

Tabla 16 – Reglas de origen ALC Colombia, Perú y Ecuador - UE y CAN

Partida SA	Designación de las mercancías	Elaboración o transformación aplicada a las materias no originarias que les confiere el carácter de originarias
Capítulo 08	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	Fabricación en la cual todos los materiales del Capítulo 3 utilizados deben ser totalmente obtenidos

Fuente: Trade Helpdesk

Para mayor detalle, ingresar a las normas de origen:

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/myexport/#?product=0307439100&partner=PE&reporter=TE&tab=100>

Para el despacho de aduana de las mercancías hay que contar con unos documentos específicos. Estos documentos son:

- Factura comercial
- Declaración del valor en aduana
- Documentos de transporte
- Seguro de transporte de mercancías
- Lista de carga (Packing list)
- Declaración de importación (DUA)

Consulte la web <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/documentos-para-el-despacho-de-aduana> para mayor información sobre los documentos para el despacho de aduana.

6.2. Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

Para acceder al mercado italiano hay que cumplir con requisitos obligatorios. Además, para operar en el mercado o para acceder a los nichos de mercado, hay que cumplir con otros requisitos voluntarios.

Un análisis completa de los requerimientos de los compradores de productos pesqueros congelados se puede encontrar en Export Helpdesk (<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es>) que ofrece una descripción general de los requerimientos de exportación para la pota y calamar congelados.

En específico, los requisitos obligatorios son:

Control de contaminantes

Con el objetivo de proteger la salud de consumidor, los contaminantes tienen que mantenerse a un nivel específico bajo, para que no existe riesgos para el consumo del producto.

El Reglamento (CE) 1881/2006 fija el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios. En el Anexo de este Reglamento se establecen los límites para los contaminantes en los diferentes productos. Si se sobrepasa el límite, el producto no puede acceder al mercado.

Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano

Para proteger la salud del consumidor hay que cumplir con el Reglamento (CE) No 852/2004 con el cual “la Unión Europea (UE) pretende garantizar la higiene de los alimentos en todas las fases del proceso de producción, desde la fase de producción primaria hasta el consumidor final”.

Además, el Reglamento 854/2004 establece normas específicas para la organización de controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano. Para la pota y calamar congelados, en el Anexo III PRODUCTOS DE LA PESCA se establecen todos los detalles de los controles.

La importación del pescado tiene que estar acompañada por un certificado sanitario. En este caso, la Unión Europea ha implementado un sistema digital llamado TRACES para la informatización del certificado sanitario y para el intercambio de informaciones entre los Países interesados.

Trazabilidad

Para el tema de la trazabilidad hay que cumplir con el Reglamento (CE) n. 178/2002 por el que “se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.” Entre otros, este reglamento fija los principios de trazabilidad para el seguimiento de los productos a través de todos los procesos hasta el consumo.

Control de la pesca ilegal

La pota y calamar congelados puede ser importada si está acompañada por un Certificado de Captura, según el Reglamento (CE) 1005/2008. Dicho certificado debe contener información que demuestre la legalidad de los productos y debe estar validado por el Estado de abanderamiento de los buques pesqueros que hayan capturado el pescado.

Etiquetado

Como se expuso en el apartado 1.2, con respecto al etiquetado hay que cumplir con cuanto establecido en el Reglamento EU 1379/2013 sobre la organización común de mercados en el sector de los productos de la pesca y de la acuicultura. Además de la norma específica, por los productos congelados hay que cumplir las reglas generales establecidas en el Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

Embalaje

Con respecto a los embalajes, el Reglamento (CE) 1935/2004 establece las normas sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos.

Según este Reglamento “cualquier material u objeto destinado a entrar en contacto directa o indirectamente con alimentos ha de ser lo suficientemente inerte para evitar que se transfieran sustancias a

los alimentos en cantidades lo suficientemente grandes para poner en peligro la salud humana, o para ocasionar una modificación inaceptable de la composición de los productos alimenticios o una alteración de las características organolépticas de éstos.

Los compradores pueden exigir requisitos adicionales como certificaciones, entre los principales figuran:

Certificaciones de seguridad alimentaria

HACCP

El Sistema de análisis de proceso HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) permite identificar los riesgos y peligros durante de todo el proceso de producción y facilita tomar las medidas para el control de estos. La certificación HACCP permite garantizar la seguridad del alimento. Para los alimentos congelados, se presta especial atención a contener los tiempos de tratamiento antes de la congelación, al control de la velocidad de congelación y las temperaturas a lo largo de la cadena de suministro.

IFS Food

El estándar establecido por IFS (International Featured Standards) ofrece garantías en términos de seguridad alimentaria y calidad de procesos y productos. Se trata de los procesos alimentarios de las industrias manufactureras y las industrias que envasan alimentos sueltos.

BRC Global Standard

El estándar establecido por BRC (British Retail Consortium) es un estándar global específico para la seguridad de los productos agroalimentarios, y tiene varias áreas de control: seguridad alimentaria, envasado, almacenamiento y distribución, productos del consumidor, retail.

Sostenibilidad ambiental

Marine stewardship council

Entre las certificaciones no obligatorias, las prácticas de captura sostenibles son muy importantes y pueden ser un requisito de los compradores también por los productos pesqueros elaborados. Entre los estándares de sostenibilidad MSC es el más conocido. Esta certificación tiene su enfoque en las prácticas de capturas compatibles con el medio ambiente.

Friends of the Sea

Es uno de los principales esquemas internacionales para la certificación de productos derivados tanto de la pesca como de la acuicultura, que se ha creado en Italia.

07

7. Costos y gastos



Los datos para contextualizar los diferentes costos que incurren en las empresas que producen los bienes involucrados en los perfiles se han elaborado a partir de los datos Aida (Bureau Van Dijk).

Mediante la reelaboración de la información contenida en la base de datos Aida (Bureau Van Dijk), que contiene los estados

financieros reclasificados de más de 1,6 millones de empresas italianas, se han obtenido indicaciones sintéticas sobre la consistencia de los diversos tipos de costos.

La siguiente tabla explica cada partida presupuestaria que se ha analizado y el valor informativo específico.

% De servicios Sobre el valor de la producción	La partida presupuestaria incluye todos los costos, ciertos o estimados, incurridos para la adquisición de servicios en el ejercicio de la actividad ordinaria de empresa.
de los cuales % Servicios públicos	La partida presupuestaria incluye en detalle los costos por servicios incurridos exclusivamente para los servicios públicos (por ejemplo, agua, gas, electricidad). Esta partida no es proporcionada obligatoriamente: solo algunas empresas detallan este coste.
% Disfrute de activos de terceros sobre el valor de producción	La partida presupuestaria incluye todos los honorarios incurridos por el disfrute de activos de terceros, tanto tangibles (por ejemplo, bienes inmuebles) como intangibles (por ejemplo, patentes).
de los cuales, % alquileres pasivos	La partida presupuestaria incluye en detalle todos los costos por el uso de activos de terceros incurridos exclusivamente para el arrendamiento de propiedades (incluidos los costos accesorios relacionados). Esta partida no es proporcionada obligatoriamente: solo algunas empresas detallan este coste.
% Total de costos de personal sobre el valor de producción	La partida presupuestaria incluye todos los costos incurridos por los empleados (bruto de todos los costos asociados).
Costo de trabajo por empleado EUR	El índice, dado por la relación entre el costo total de la mano de obra y el número de empleados, muestra el costo promedio sostenido por empleado.
% Otros costos de producción sobre el valor de producción	La partida presupuestaria incluye todos los ítems de costo de producción restantes que no fueron tratados anteriormente (por ejemplo, compra de materia prima-bienes, provisiones, otros costos operativos).

% Total costos financieros sobre el valor de producción	La partida presupuestaria incluye todos los costos de naturaleza financiera no extraordinarios (por ejemplo, los gastos de intereses en los préstamos bancarios).
% Total de impuestos sobre la renta actuales, diferidos y prepagos sobre el valor de producción	La partida presupuestaria incluye impuestos directos (por ejemplo, IRES, IRAP) e impuestos sustitutos, tanto actuales como diferidos y / o prepagos.

Los datos se han calculado para las empresas que han sido directamente entrevistadas por Nomisma, pero también teniendo en cuenta algunas otras empresas de importancia para el producto analizado, es decir calamares y potas congelados y destinados a la transformación.

La siguiente tabla proporciona por cada partida presupuestaria, muestra los valores máximos y mínimos que se refieren a las empresas analizadas, ofreciendo un cuadro de la incidencia de los costos en el sector. La incidencia de cada tipología de coste ha sido evaluada con referencia al valor de la producción de cada empresa, para comprender su peso relativo en cada empresa.

Además, las entrevistas y el análisis han involucrado diferentes tipos de empresas (importadores, productores y distribuidores) así que el análisis de los costos se proporciona, diferenciando el tipo de empresa. En algunos casos, las empresas son importadoras y productoras, o productoras y distribuidoras; en estos casos, los datos han sido incluidos en más de una categoría (p.ej. se encuentran en el esquema de los importadores y también en el esquema de los productores).

Todos los datos se refieren al último año contable disponible (2016).

Tabla 17 – Calamares y potas congelados – IMPORTADORES: incidencia de los costes de las empresas con referencia al valor de la producción – valores mínimos y máximos (partida presupuestaria 2016)

	VaL. Mín.	VaL. Máx.
% De servicios Sobre el valor de la producción	5%	12%
de los cuales % Servicios públicos	14%	56%
% Disfrute de activos de terceros sobre el valor de producción	0,0%	2%
de los cuales, % alquileres pasivos	49%	100%
% Total de costos de personal sobre el valor de producción	1%	4%
Costo de trabajo por empleado EUR	41 570	465 109
% Otros costos de producción sobre el valor de producción	79%	88%
% Total costos financieros sobre el valor de producción	0,2%	2%
% Total de impuestos sobre la renta actuales, diferidos y prepagos sobre el valor de producción	0,3%	2%

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Aida Bureau Van Dijk

Tabla 18 – Calamares y potas congelados: incidencia de los costes de las empresas con referencia al valor de la producción – valores mínimos y máximos (partida presupuestaria 2016)

	VaL. Mín.	VaL. Máx.
% De servicios Sobre el valor de la producción	12%	39%
de los cuales % Servicios públicos		14%
% Disfrute de activos de terceros sobre el valor de producción	0,3%	2%
de los cuales, % alquileres pasivos		49%
% Total de costos de personal sobre el valor de producción	4%	7%
Costo de trabajo por empleado EUR	41 570	66 130
% Otros costos de producción sobre el valor de producción	49%	79%
% Total costos financieros sobre el valor de producción	2%	2%
% Total de impuestos sobre la renta actuales, diferidos y prepagos sobre el valor de producción	1%	4%

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Aida Bureau Van Dijk

Tabla 19 – Calamares y potas congelados: incidencia de los costes de las empresas con referencia al valor de la producción – valores mínimos y máximos (partida presupuestaria 2016)

	VaL. Mín.	VaL. Máx.
% De servicios Sobre el valor de la producción	5%	12%
de los cuales % Servicios públicos	6%	56%
% Disfrute de activos de terceros sobre el valor de producción	0,0%	2%
de los cuales, % alquileres pasivos	49%	100%
% Total de costos de personal sobre el valor de producción	1%	4%
Costo de trabajo por empleado EUR	41 570	465 109
% Otros costos de producción sobre el valor de producción	79%	88%
% Total costos financieros sobre el valor de producción	0,2%	2%
% Total de impuestos sobre la renta actuales, diferidos y prepagos sobre el valor de producción	1%	2%

Fuente: Elaboraciones Nomisma sobre datos Aida Bureau Van Dijk

Observatorio Inmobiliario Nomisma

Los datos de referencia por lo que se refiere a los costes de los pisos (precios de venta y alquileres) están monitoreados por el Osservatorio Immobiliare (Observatorio Inmobiliario) de Nomisma.

El Osservatorio Immobiliare Nomisma proporciona datos específicos sobre el mercado inmobiliario italiano y – entre otros datos – monitorea las tendencias sobre las 13 ciudades principales: Bari, Bologna, Cagliari, Catania, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Padova, Palermo, Roma, Torino y Venezia.

Desde este informe han sido extrapolados los datos de referencia para contextualizar los precios de los inmuebles.

Más en específico, se proporcionan datos sobre dos tipos de inmuebles, que se refieren a los sectores productivos analizados en los perfiles, como hangares industriales y tiendas comerciales. Los

datos están monitoreados según el tipo de inmueble, sin referencia al sector productivo específico. Esto porque, por ejemplo, el precio de alquiler de una tienda no cambia si se trata de una frutería o de una tienda de ropa del hogar, ya que las dos se consideran tiendas comerciales.

Las variables analizadas por estos dos tipos son:

- Precios de venta (EUR por m2)
- Precios de alquiler (EUR por m2 por año)
- Diferencia % promedio entre el precio solicitado y el precio real en la venta
- Tiempo promedio de ventas (meses)
- Tiempo promedio de alquiler (meses)

Las siguientes tablas proporcionan la información dividida por los tipos de inmuebles.

Hangares industriales

Tabla 20 – Precios promedio de venta de hangares industriales (EUR por m2, 2017)

	Nuevos	Usados
Bari	817	608
Bologna	961	742
Cagliari	946	702
Catania	739	550
Firenze	1 188	884
Genova	1 077	812
Milano	1 104	818
Napoli	909	680
Padova	947	669
Palermo	840	618
Roma	1 278	1 012
Torino	869	580
Venezia	1 093	749
Media 13	982	725

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

Tabla 21 – Precios de alquiler de hangares industriales (EUR por m2 por año, 2017)

	Nuevos	Usados
Bari	68	53
Bologna	64	50
Cagliari	67	51
Catania	52	39
Firenze	79	63
Genova	71	57
Milano	85	62
Napoli	69	52
Padoua	62	46
Palermo	50	38
Roma	91	72
Torino	59	43
Venezia	69	52
Media 13	68	52

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

Tabla 22 – Diferencia % promedio entre el precio solicitado y el precio real en la venta de hangares industriales (2017)

Bari	21,5
Bologna	19,0
Cagliari	19,0
Catania	19,0
Firenze	17,0
Genova	18,0
Milano	17,0
Napoli	20,0
Padoua	18,5
Palermo	19,0
Roma	18,5
Torino	21,0
Venezia	18,5
Media 13	18,9

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma



Tabla 23 – Tiempo promedio de ventas de hangares industriales (meses, 2017)

Bari	14,5
Bologna	14,5
Cagliari	13,0
Catania	12,5
Firenze	12,0
Genova	11,5
Milano	12,0
Napoli	14,0
Padova	14,5
Palermo	12,0
Roma	12,0
Torino	13,5
Venezia	13,5
Media 13	13,0

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

Tabla 24 – Tiempo promedio de alquiler de hangares industriales (meses, 2017)

Bari	9,5
Bologna	10,0
Cagliari	7,5
Catania	9,5
Firenze	9,5
Genova	8,5
Milano	10,0
Napoli	10,0
Padova	10,0
Palermo	7,8
Roma	8,5
Torino	10,0
Venezia	10,0
Media 13	9,3

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma



Tiendas comerciales

Tabla 25 – Precios promedio de venta de tiendas comerciales (EUR por m², 2017)

	Centro		Semicentro		Suburbio	
	min	max	min	max	min	max
Bari	2 927	4 372	1 791	2 945	924	1 581
Bologna	3 387	5 054	2 314	3 129	1 509	2 149
Cagliari	2 487	3 292	1 664	2 259	1 165	1 641
Catania	2 366	3 933	1 706	2 284	925	1 340
Firenze	3 771	6 071	2 596	3 605	1 730	2 359
Genova	3 125	5 243	1 853	2 717	1 069	1 537
Milano	6 045	9 609	3 202	4 751	1 754	2 548
Napoli	4 319	6 382	2 673	3 985	1 384	2 300
Padova	3 565	5 395	1 992	2 732	1 296	1 873
Palermo	2 873	3 847	1 719	2 459	1 105	1 617
Roma	5 784	9 209	3 429	5 263	1 793	2 832
Torino	2 524	3 683	1 663	2 240	986	1 469
Venezia c	10 131	17 038	5 063	8 227	2 473	4 170
Venezia t	2 583	3 611	1 656	2 227	1 169	1 521
Media 13	3 992	6 196	2 380	3 487	1 377	2 067

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

Tabla 26 – Precios de alquiler de tiendas comerciales (EUR por m² por año, 2017)

	Centro		Semicentro		Suburbio	
	min	max	min	max	min	max
Bari	210	339	132	183	76	114
Bologna	230	385	148	210	105	138
Cagliari	196	292	143	190	88	122
Catania	209	328	118	176	76	119
Firenze	254	394	166	236	112	158
Genova	242	370	139	215	78	119
Milano	371	579	222	322	120	177
Napoli	301	470	180	264	105	159
Padova	272	389	157	213	104	138
Palermo	196	279	128	182	85	110
Roma	410	655	263	396	151	228
Torino	148	221	100	144	71	99
Venezia c	797	1 349	358	637	199	297
Venezia t	210	278	150	174	94	125
Media 13	289	452	172	253	105	150

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

Tabla 27 – Diferencia % promedio entre el precio solicitado y el precio real en la venta de tiendas comerciales (2017)

Bari	20,0
Bologna	13,5
Cagliari	16,5
Catania	18,0
Firenze	13,5
Genova	17,0
Milano	12,5
Napoli	16,0
Padova	16,0
Palermo	17,0
Roma	15,0
Torino	17,0
Venezia c	12,5
Venezia t	14,0
Media 13	15,6

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

Tabla 28 – Tiempo promedio de ventas de TIENDAS COMERCIALES (meses, 2017)

Bari	11,0
Bologna	9,0
Cagliari	9,5
Catania	9,5
Firenze	8,5
Genova	9,5
Milano	7,0
Napoli	7,5
Padova	11,0
Palermo	8,5
Roma	8,0
Torino	9,0
Venezia c	7,5
Venezia t	10,5
Media 13	9,0

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

08

Tabla 29 – Tiempo promedio de alquiler de TIENDAS COMERCIALES (meses, 2017)

Bari	7,0
Bologna	5,0
Cagliari	5,5
Catania	6,0
Firenze	5,0
Genova	6,0
Milano	5,0
Napoli	5,0
Padova	6,0
Palermo	4,8
Roma	5,5
Torino	5,5
Venezia c	4,5
Venezia t	7,4
Media 13	5,6

Fuente: Osservatorio Immobiliare Nomisma

8. Canales de comercialización y distribución



En 2017, en Italia las ventas de comidas y bebidas se realizaron por el 32% en supermercados, el 18% en hipermercados, 12% en tiendas de conveniencia y 11% en tiendas de descuento. Además, el detalle tradicional absorbió el 26% de las ventas alimenticias.

En relación a la distribución de pescados y mariscos por tipo de formato, en 2017, el 80% del volumen total fue comercializado por medio de la venta al por menor, mientras que el 18% fue destinado a los servicios de comida y el 2% al canal institucional.

Los otros actores que operan en la comercialización y distribución de productos pesqueros congelados son:

- Importadores, que normalmente comercializan más especies de productos pesqueros (multiproducto), pero pueden ser también especializadas en un grupo restringido de productos.
- Proveedores de servicios, como el envasado, la primera transformación (lavado y limpiado, cortado del filete o del corazón de merluza, entre otros).
- Mayoristas que adquieren el producto de los productores (pescadores o industria alimentaria) o de los importadores y lo comercializan a las empresas detallistas, a la industria de transformación o a los canales de servicios de comidas
- Agentes y representantes (especializados)
- Tiendas al detalle especializadas (p.ej. las cadenas que venden exclusivamente productos congelados o las pesquerías)
- Intermediarios y los servicios de logística que unen estos diversos actores (p.ej. MARR)

En algunos casos las etapas de la cadena de distribución se reducen, de productores que son también importadores y/o transformadores, a productores que suministran el producto directamente a los restaurantes, entre otros esquemas de negocio.

La comercialización ocurre cada vez más en forma de cadenas de suministro integradas con un número limitado de proveedores preferidos o proveedores de servicios. Y esta organización permite reducir el precio (menores etapas) y garantizar la calidad del producto a lo largo del proceso de comercialización; desde la captura hasta la elaboración final.

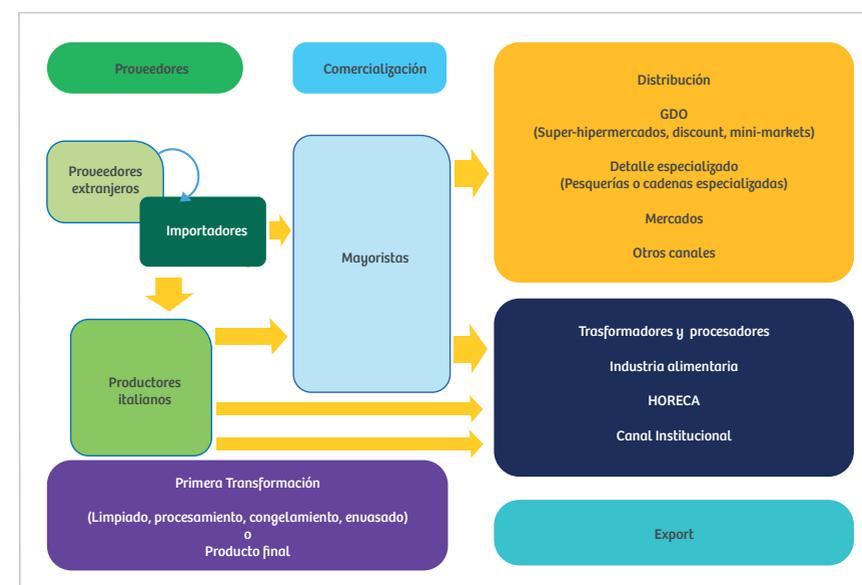
Respecto a la comercialización de pescado importado, esta puede ser realizada por importadores multiproductos o muy especializados. Además, pueden ser proveedores de pescado fresco, refrigerado, congelado y destinados a diferentes canales en el mercado italiano.

La relación entre el importador y el mayorista representa un factor muy relevante en la cadena de comercialización.

Además, los importadores mayoristas más grandes también suelen actuar como proveedores de servicios en el canal minorista o el HORECA, invirtiendo en servicios de valor agregado como la transformación del producto en preparaciones de pescado (p. ej. Pota en anillos empanizadas).

El siguiente esquema proporciona los principales actores que intervienen dentro de la comercialización de productos pesqueros congelados en Italia.

Gráfico 8 – Productos pesqueros congelados: canales de comercialización y distribución en Italia



Fuente: Elaboraciones Nomisma

09

9. Cadenas de valor

Según las entrevistas se ha recopilado la siguiente tabla:

Proveedores							Comercialización		
Local		Exterior	Característica del Producto/bien demandado	Precio estimado del producto/bien	Posición de la empresa en la Cadena de Valor	Canal de comercialización	Descripción del producto/bien de consumo final	Local	
Empresa (datos y web)	Facturación	País/						Canal	Valor
Panapesca S.P.A. (www.panapesca.it)	EUR 10,7 millones (21% de las importaciones totales) EUR 1,2 millones (2,5% de las importaciones totales)	Argentina	Potas (Illex) (2/3 transformado en Italia, 1/3 en el extranjero) Pota gigante (Dosidicus Gigas)	EUR 2,55/kg (valor promedio) EUR 1,75/Kg (peso <0,5 Kg)	Import, transformación y retailer, (en Italia – tiendas Crios) En el pasado también armador, tal vez de nuevo en el futuro (I, II, III y IV estadio)	<ul style="list-style-type: none"> • 40% HORECA; • 40% Retail • 20% mayoristas 	diversos productos de pescado congelado	Tiendas especializadas (Crios)	EUR 13 millones (2017)
Nettuno Alimentari S.P.A (https://neptun.it)	EUR 0,34 millones < 1% de las importaciones totales)	Perú	Anillos de calamar confeccionados	No declarado	Importador y distribuidor (II e III estadio)	<ul style="list-style-type: none"> • 75% HORECA / mayoristas • 20% Retail (GDO) • 5% industria 			
Metarex S.P.A. (www.metarex.it)	EUR 3,1 millones (3,5% de las importaciones totales)	Área Pacífico	Pota gigante (Dosidicus Gigas)	No declarado	Importador y distribuidor (II e III estadio)	<ul style="list-style-type: none"> • 20% industria • 30% HORECA / grossisti; • 2% Retail (GDO) • 48% Mayoristas y mercados al por mayor 			

Empresas demandantes					Comercialización		
Empresa (datos y web)/ marca(s)	Facturación general de la empresa	Características del producto/bien transformado	Certificaciones requeridas	Posición de la empresa en la Cadena de Valor	Descripción del producto/bien de consumo final	Local	
						Canal	Valor
MARR Spa (www.marr.it)	EUR 1,38 mil millones (total)	Potas congeladas, Anillos, fettuccine	(IFS/BRC) certificaciones éticas	Import, mayorista, distribución (core business) y export (I, II, III e IV estadio)		<ul style="list-style-type: none"> • HORECA 95% • GDO 5%. 	
Garbin srl	EUR4,2 millones (total)	Potas congeladas	-	Mayorista (mercado di Milano) (II estadio)		<ul style="list-style-type: none"> • HORECA 40% • Mercados/ ambulantes 60%. 	
Todas las demás empresas mayoristas del mercado de pescado de Milán (Potencial)		Potas congeladas		Mayoristas (mercado di Milano) (II estadio)			
C.S.I. (Marcas: Capitan Findus, Findus, 4 salti in padella e Sofficini)	EUR 1,3 mil millones (total)	Productos congelados Potas y calamares		Empresa de procesamiento con sus propias plantas (Latina)		<ul style="list-style-type: none"> • GDO 90% • Detalle tradicional 10% 	
					Coop Alleanga 3.0		EUR 3,724 mil millones
					Departamento de pescado	GDO	EUR 150 millones
					GDO – Otros PAM, Esselunga, Bennet, Carrefour, Ali e Aliper o Auchan o Eurospin o Lidl	GDO	

A pesar de las recientes mejoras en el sector de la acuicultura, la producción interna de pescado continúa disminuyendo en Italia. Por lo tanto, Italia depende de las importaciones para cerrar la brecha entre la demanda constante de los consumidores y la producción nacional.

- **Proveedores:** Las más importantes empresas italianas que importan productos del mar congelados, incluyendo calamar (*Illex spp*) y/o pota (*Dosidicus gigas*) también se empaquetan en forma de anillos, fettuccine, tuberías, entre otros, son los siguientes:
 - Panapesca S.P.A. - (www.panapesca.it)
 - Nettuno Alimentari S.P.A (<https://neptun.it>)
 - Metarex S.P.A. (www.metarex.it)

Estas empresas a menudo se integran al principio de la cadena de suministro con proveedores locales (algunos también son propietarios de buques) y frecuentemente poseen plantas de procesamiento de pescado en los propios países pesqueros, en otros países europeos (España) y/o en Italia.

Los importadores italianos conocen el producto congelado peruano; pero necesitan proveedores que garanticen una continuidad de abastecimiento (por

ejemplo, Panapesca, dijo que por esta razón compra calamar de los chinos que son más confiables para la continuidad, la calidad y la constancia del precio).

- **Empresas demandantes:**

Además de las empresas importadoras, en la cadena del valor de potas y calamares congelados participan también las siguientes empresas:

- MARR S.p.A. - (www.marr.it)
- GARBIN Raffaele & C Srl

MARR también es un importador, pero se tiene en cuenta por su papel como proveedor y distribuidor (core business).

La empresa GARBIN SRL puede tomarse como un modelo de los mayoristas presentes en el mercado de pescado de Milán (unas 30 empresas). Estos son principalmente mayoristas que trabajan con HORECA y con el detalle tradicional (mercados) con una facturación mucho más baja que los importadores, de los cuales son clientes de productos muy específicos (p. ej., *Dosidicus Gigas*).

No hay interés para estos operadores en importar directamente. Es una cuestión de cantidad. Para importar directamente hay que tratar grandes volúmenes y la

mayoría de los mayoristas en el mercado de pescado no tienen la capacidad financiera ni la posibilidad logística para hacerlo. Estas son empresas estructuradas con una amplia gama de productos pesqueros con el fin de satisfacer una solicitud diversificada (restaurantes, cantinas y vendedores ambulantes).

La facturación del mercado de pescado de Milán es de aproximadamente EUR 200 millones. Hoy, el GDO ya no pasa por el mercado, sino que trata directamente con cooperativas pesqueras, mayoristas especializados e importadores.

Para poder comercializar productos peruanos en competición con los más conocidos y apreciados ya presentes en el mercado de pescado de Milán, primero es necesario promocionarlos a mayoristas. La iniciativa debe ser tomada por los productores peruanos, quienes deben

invertir en promoción (publicidad) e involucrar a los mayoristas (incluso a través de los importadores), generando condiciones comerciales favorables para que recomienden el producto a sus clientes.

En el periodo enero-mayo de 2018, en el mercado de pescado de Milán (<https://www.sogemispa.it/mercati/mercato-italico>), el principal centro de distribución del norte de Italia, los precios mayoristas de potas (*Illex argentinus*) fluctuaba alrededor de EUR 4,8 / kg.

El precio varía según el área de captura. Durante el período considerado, la cotización promedio de las potas del Pacífico (*Dosidicus Gigas*) fue de EUR 5,7 / kg.

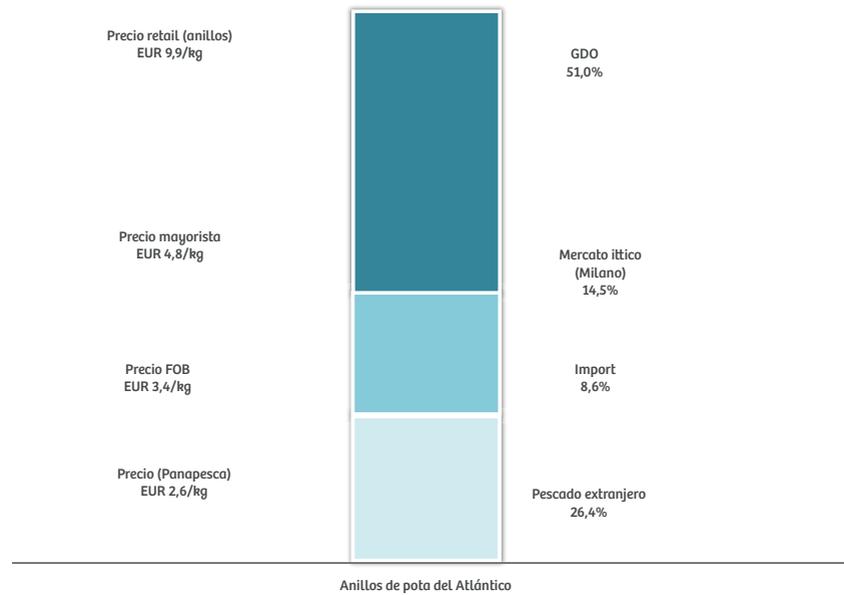
Tabla 30 – Mercato ittico di Milano (Mercado al por mayor de pescado)
- cotizaciones al por mayor de potas congelados

Fecha	Denominación	Denominación científica	Área de captura	Descripción área de captura	Precio Max	Precio Min	Precio promedio	Unidad de medida
mayo - 18								
08/05/2018	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	3,4	6,5	4,3	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	3,5	4	3,6	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	4,5	5	4,6	EUR/kg
	Pota del Pacífico	Dosidicus gigas	11	Océano Pacífico Noroeste	6,5	7,5	7,0	EUR/kg
abr - 18								
24/04/2018	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	4,5	6,5	5,5	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	4,5	5	4,7	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	3,5	5	3,9	EUR/kg
	Pota del Pacífico	Dosidicus gigas	11	Océano Pacífico Noroeste	4	4,5	4,3	EUR/kg
mar - 18								
20/03/2018	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	4,5	6,5	5,5	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	7	7,5	7,2	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	4	4,5	4,5	EUR/kg
	Pota del Pacífico	Dosidicus gigas	11	Océano Pacífico Noroeste	4,5	4,5	4,5	EUR/kg

Fecha	Denominación	Denominación científica	Área de captura	Descripción área de captura	Precio Max	Precio Min	Precio promedio	Unidad de medida
feb - 18								
08/05/2018	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	3,0	6,5	3,4	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	6	Atlántico Suroeste	4,5	4,5	4,5	EUR/kg
	Potas	Illex argentinus	7	Atlántico Suroeste	5,2	5,2	5,2	EUR/kg
	Pota del Pacífico	Dosidicus gigas	11	Océano Pacífico Noroeste	4,5	6,5	6,4	EUR/kg
en - 18								
24/04/2018	Potas	Todarodes pacificus	6	Atlántico Suroeste	4,5	4,5	4,5	EUR/kg
	Potas	Todarodes pacificus	7	Atlántico Suroeste	6,5	6,5	6,5	EUR/kg
	Potas	Todarodes pacificus	6	Atlántico Suroeste	4,5	4,5	4,5	EUR/kg
	Pota del Pacífico	Dosidicus gigas	11	Océano Pacífico Noroeste	4,2	6,8	6,2	EUR/kg

La cadena de valor de las potas (illex spp), basada en el precio del producto en las diversas etapas de la cadena de suministro (declaraciones y fuentes públicas) se muestra en la siguiente figura.

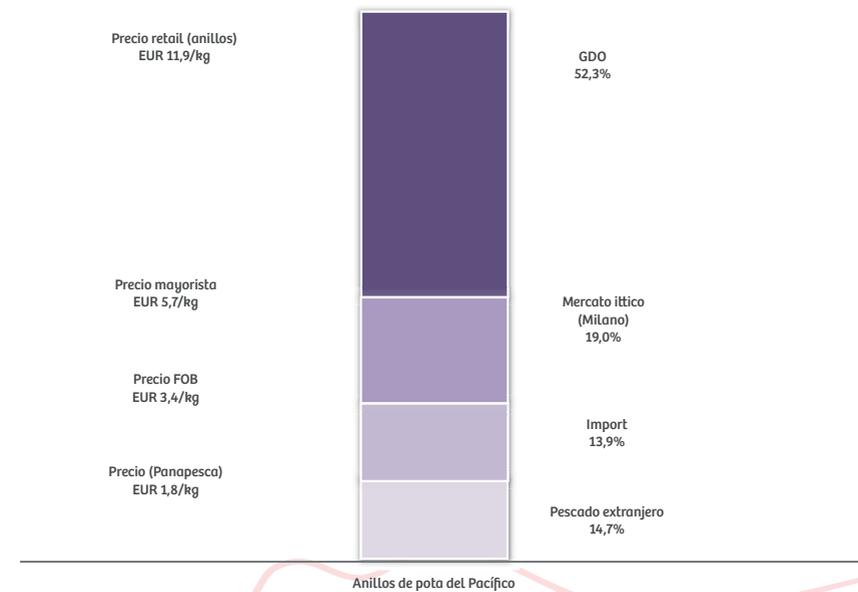
Gráfico 9 – Potas congelados (Illex spp): La cadena de valor



Fuente: Elaboraciones Nomisma

Teniendo en cuenta el hecho de que los precios de venta al por menor de varios productos pesqueros (anillos, fetuccini) también dependen del área de origen de la materia prima, para completar el análisis se reconstruyó la cadena de suministro de las potas del Pacífico (Dosidicus gigas) usando las mismas fuentes (entrevistas con operadores y fuentes públicas).

Gráfico 10 – Potas congelados (Dosidicus gigas): la cadena de valor



Fuente: Elaboraciones Nomisma

En general, cabe señalar que algunos importadores, además de importar productos congelados para transformarlo en Italia, tienen un interés potencial en encontrar también empresas peruanas de transformación y, por lo tanto, pueden considerarse empresas demandantes.

En la actualidad, muchos importadores confían en los transformadores españoles que garantizan que sus productos originales siempre cumplan con sus expectativas, ya que los envíos son puntuales, y entregan el producto ya empaquetado a Italia.

Para los operadores de Perú, es importante poder hacer negocios con compañías que ya tienen una posición sólida en el mercado. Los consumidores italianos son fieles a las marcas porque representan seguridad, garantía y calidad con las que siempre pueden contar. Por lo tanto, es importante colaborar con los importadores italianos que tienen contactos con quienes producen el producto final o que tienen una amplia distribución a través del canal HORECA y/o GDO. Un ejemplo de este tipo es:

- C.S.I. – Compagnia Surgelati Italiana Spa (marchio FINDUS) www.findus.it

La Compagnia Surgelati Italiana Spa es el propietario de la marca Findus, que siempre ha sido líder en el mercado de alimentos congelados. Y las marcas de pescado (Findus, Capitan Findus) son apoyadas por campañas periódicas de

comunicación en todos los principales medios de comunicación italianos.

Las potas gigantes (*Dosidicus Gigas*) se compran regularmente y se usan como ingredientes en platos más elaborados. Los calamares de este tipo se contratan a través de importadores especializados. Es una especie de pescados marginal en comparación con el bacalao.

Cabe señalar que C.S.I. importa solo pescados congelados de acuerdo con la legislación europea (cadena de frío a -18 °, tiempo de congelación).

Comercialización

El GDO domina la distribución de alimentos listos y frescos en Italia, incluidos pescados y mariscos. Este canal ofrece una amplia gama de productos y se encuentra en una posición preferencial para cubrir todos los segmentos del mercado: fresco y congelado. Su éxito se debe principalmente a la gran red de supermercados de barrio, que son populares gracias a su fácil acceso, pero también a la creciente presencia de grandes cadenas de hipermercados.

El principal distribuidor italiano de productos alimenticios en términos de ventas y cuota de mercado es Coop Italia, con 14,3 millones de ventas en 2016. Sus operaciones se basan firmemente en sus hipermercados, supermercados y tiendas de barrio. Según la entrevista realizada con Coop Alleanza 3.0 (la mayor Coop que adhiere a Coop Italia) se estimó una

facturación del departamento de pescado (fresco y congelado) de € 150 millones. La política de la empresa para los productos pesqueros es proponer pescado local fresco de Italia en las ciudades más cercanas a las costas, centrándose en el suministro de pescado fresco en los mercados de pescado locales, cuando

es posible, y distribuir el producto en las regiones del interior.

El pescado congelado también se vende a los consumidores en todas las otras cadenas de GDO, como PAM, Esselunga, Bennet, Carrefour, Ali & Aliper, Auchan, Eurospin, Lidl y otros.

10

10. Perfil de compradores

Con el fin de recopilar información directa para reconstruir el perfil de los productos investigados; Nomisma ha realizado entrevistas directas a los stakeholder del sector.

Respecto a los productos pesqueros congelados, se han realizado 7 entrevistas a empresas más una Asociación (AIIPA), y las informaciones recopiladas están incluidas en todos los párrafos anteriores, organizadas según los temas de los párrafos que componen este estudio.

Las entrevistas han involucrado:

- 1 empresa que cubre toda la cadena del valor, desde la importación hacia la transformación y distribución
- 1 empresa que distribuye el producto (al por mayor y HORECA), pero hace también importación
- 2 empresas que importan y distribuyen el producto

- 1 empresa importadora
- 1 empresa de transformación de productos congelados
- 1 empresa de la GDO (COOP Alleanza)

Entre las empresas entrevistadas, aquellas que han declarado tener interés en ampliar o iniciar negocios con productos pesqueros congelados procedentes de Perú son:

- Metarex S.P.A.

Datos de contacto del entrevistado

Empresa	Metarex S.P.A.
Nombre	Massimo Rossi
Cargo	Presidente del Consejo de Administración
Página web	www.metarex.it

La empresa que importa y distribuye el producto, está dispuesta a evaluar cualquier propuesta que permita establecer

relaciones comerciales con empresas serias, preparadas y con la mentalidad correcta.

- Nettuno Alimentari S.P.A

Datos de contacto del entrevistado	
Empresa	Nettuno Alimentari S.P.A
Nombre	Luca Betti
Cargo	Presidente del Consejo de Administración
Página web	https://neptun.it

La empresa importadora está disponible para evaluar contactos con operadores peruanos.

- Panapesca S.P.A.

Datos de contacto del entrevistado	
Empresa	Panapesca S.P.A.
Nombre	Fabrizio Paesini
Cargo	Director comercial
Página web	www.panapesca.it

Especialmente en relación con el calamar gigante, la empresa está dispuesta a considerar cualquier propuesta que faci-

lite nuevas relaciones comerciales con empresas peruanas.

Otras empresas han demostrado interés hacia los productos pesqueros congelados procedentes de Perú.

MARR (www.marr.it) está disponible en ampliar sus proveedores, pero el contacto no lo hace la empresa misma, sino que sus buyers específicos.

Por lo que se refiere a la mayor empresa de transformación de productos congelados, C.S.I. – Compagnia Surgelati

Italiana Spa (www.findus.it) se aclara que tiene un procedimiento específico para la selección de proveedores, entonces no está interesada en tener un contacto directo por parte de PROMPERÚ. Sin embargo, la compañía está presente en las principales ferias europeas del sector, donde conocer a proveedores potenciales y proporcionar la información necesaria. Esa podría ser una ocasión de contacto por parte de los operadores peruanos.

11

11. Actividades de promoción

11.1. Ferias

Las principales ferias que afectan el sector analizado y con referencia al producto específico son:

Sector	Rubros de servicios	Feria	Lugar	Fechas	Enlace
Pesca	Industria de la pesca	Aquafarm	Pordenone	13-14 febrero 2019	http://www.aquafarm.show/
Pesca	Pesca sostenible	Slow Fish	Genova	-	http://slowfish.slowfood.it/
Pesca	Exposición de productos pesqueros internacionales	The Global Seafood Marketplace	Bruselas (Bélgica)	24-26 abril 2018	https://www.seafoodexpo.com/global/
Pesca	Productos del mar congelados	Conxemar	Vigo (España)	2-4 octubre 2018	http://www.conxemar.com/es/feria-conxemar-2018
Alimentación en general	Productos frescos y transformados, alimentación y nutrición	Cibus International Food Exhibit	Parma (Italia)	7-10 mayo 2018	http://www.cibus.it/
Alimentación en general	Productos frescos y transformados, alimentación y nutrición	Tuttofood – World Food Exhibit	Milano (Italia)	6-9 mayo 2019	http://www.tuttofood.it/en
Producción orgánica	Productos frescos y transformados, alimentación y nutrición	Sana	Bolonia (Italia)	7-10 septiembre 2018	http://www.sana.it/home-page/1229.html
Alimentación en general	Empresas del sector de marca privada	Marca - Private Label Conference & Exhibition	Bologna (Italia)	16-17 enero 2019	http://www.marca.bolognafiare.it/home/1348.html

12

12. Oficinas y gremios

11.2. Exhibiciones

FICO - Fabbrica Italiana Contadina <https://www.eatalyworld.it/it/>

11.3. Publicaciones especializadas

Revistas

- FOOD, Gruppo Food
- Eurofishmarket, Eurofishmarket S.r.l.
- Surgelati magazine, Pubblindustria S.r.l.

Páginas Web

- <http://www.freshplaza.it/>
- <https://www.foodweb.it/>
- <http://www.ilfattoalimentare.it/>

Blogs

- <http://www.cucinarepesce.com>

Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (Ministero de Agricultura, Alimentación y Políticas Forestales) <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/202>

Ministero dello Sviluppo Economico (Ministero de Desarrollo Económico) <http://www.sviluppoeconomico.gov.it>
Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (Ministero de Medio Ambiente y Protección del Territorio y el Mar) <http://www.minambiente.it/>

Comisión Europea <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es>

Italian International Chamber of Commerce <http://www.iccitalia.org/>
Camere di commercio d'Italia <http://www.camcom.gov.it/>

Confcommercio <http://www.confcommercio.it/associazioni>

Certificaciones

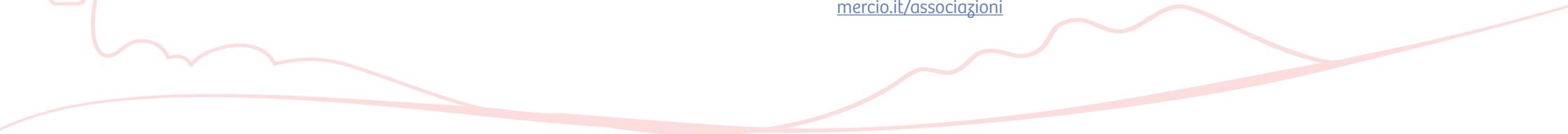
MSC https://www.msc.org/it?set_language=it

HACCP <http://www.fao.org/docrep/005/y1579s/y1579s03.htm>

IFS Food <https://www.ifs-certification.com/index.php/it/standards>

BRC Global Standard <https://www.brcglobalstandards.com/>

Friends of the Sea <http://www.friendof-thesea.org/IT/>



13

13. Fuentes de información

- European Commission, Trade Helpdesk, 2018. <http://trade.ec.europa.eu/trade-help/es>
- Euromonitor International (base de datos privada)
- Istat <http://dati.istat.it/>
- Coeweb Istat: <https://www.coeweb.istat.it/>
- Faostat <http://www.fao.org/faostat/en/#data>
- Reglamento (UE) 1379/2013, Comisión Europea, 2013.
- Reglamento (UE) 1169/2011, Comisión Europea, 2011.
- Reglamento (CE) 1005/2008, Comisión Europea, 2008.
- Reglamento (CE) 1881/2006, Comisión Europea, 2006.
- Reglamento (CE) 852/2004, Comisión Europea, 2004.
- Reglamento (CE) no 853/2004, Comisión Europea, 2004.
- Reglamento (CE) no 854/2004, Comisión Europea, 2004.
- Reglamento (CE) 1935/2004, Comisión Europea, 2004.
- Reglamento (CE) 178/2002, Comisión Europea, 2002.
- Directiva 89/108/CEE, Consejo Europeo, 1989.
- <http://www.ismeamercati.it/analisi-e-studio-filiere-agroalimentari>
- <https://www.seafoodexpo.com/global/>
- <http://slowfish.slowfood.it/>
- <http://www.conxemar.com/es/feria-conxemar-2018>

2019



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo