

El mercado del pescado conge- lado y conser- vas de pescado en Reino Unido

El mercado del pescado conge- lado y conservas de pescado en Reino Unido

Este estudio ha sido realizado por Jesús Manuel
Agra Vilariño bajo la supervisión de la Oficina
Económica y Comercial de la Embajada de Es-
paña en Londres

Marzo 2008

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. Análisis cuantitativo	9
1.1. Tamaño de la oferta	9
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	11
2. Análisis cualitativo	18
2.1. Producción	18
2.2. Obstáculos comerciales	19
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	20
1. Análisis cuantitativo	20
1.1. Canales de distribución	20
1.2. Esquema de la distribución	22
2. Análisis cualitativo	23
2.1. Estrategias de canal	23
2.2. Estrategias para el contacto comercial	24
2.3. Condiciones de acceso al mercado	24
2.4. Promoción y publicidad	25
2.5. Tendencias de la distribución	25
2.6. Principales empresas	26
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	28
1. Tendencias generales del consumo	28
1.1. Factores sociodemográficos	29
1.2. Factores económicos	30
1.3. Distribución de la renta disponible	31
1.4. Tendencias sociopolíticas	32
1.5. Tendencias culturales	32
1.6. Tendencias legislativas	34
2. Análisis del comportamiento del consumidor	35
2.1. Hábitos de consumo	35
2.2. Hábitos de compra	36
2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor	37
2.4. Preferencias	37
2.5. Factores críticos de éxito	37
2.6. Análisis de los lineales de los principales detallistas	38

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

3. Percepción del producto español	44
3.1. Imagen País	44
3.2. Situación de los productos españoles en los principales detallistas	45
V. ANEXOS	47
1. Informes de ferias	47
2. Listado de direcciones de interés	47
3. Bibliografía	48



ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

En este estudio de mercado vamos a analizar los sectores del pescado congelado y del pescado en conserva.

Para hacerlo nos vamos a centrar en tres partidas arancelarias, dos comprenden todos los productos de pescado congelado y la restante incluye todo el sector del pescado en conserva. El análisis del consumo aparente de estas partidas nos permite ver que tanto en el pescado congelado como en las conservas, las importaciones son, mucho más relevantes que la producción local. En el caso del pescado congelado destaca el bacalao como la especie más importada, seguido del abadejo. En el caso de las conservas de pescado lo más importado es el atún. Los países de los que se importa varían mucho según la partida arancelaria pero podemos destacar a Noruega, Rusia e Islandia entre los principales abastecedores del Reino Unido.

En cuanto al canal de distribución, existen principalmente dos canales, uno que tiene como destino las grandes cadenas detallistas y las tiendas detallistas independientes y otro orientado al canal horeca. Ambos canales presentan bastantes dificultades de entrada, aunque el canal horeca suele ser más accesible. También tiene cierta relevancia el canal gourmet, aunque algunas veces la forma de acceder a él, es la misma que para acceder al canal detallista.

Es preciso señalar que tanto el sector del pescado congelado como el de las conservas están experimentando grandes cambios para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado.

El sector del pescado congelado se ha visto claramente beneficiado por las campañas gubernamentales destinadas a incrementar el consumo del pescado en general. Esto unido a los grandes esfuerzos promocionales de las principales empresas del sector ha resultado en una importante mejora de la imagen del pescado congelado que ha visto como su consumo se incrementaba en más del 9% en el periodo entre junio del 2006 y junio del 2007, con respecto al mismo periodo del año anterior. Esto también ha hecho que los consumidores sean más exigentes y las empresas del sector han tenido que saber adaptarse, creando nuevos productos que sean capaces de proporcionar valor añadido a los consumidores. También resulta destacable que la principal variable de segmentación del mercado ha variado, ya que si bien tradicionalmente era el nivel de renta, ahora la edad parece ser un factor de segmentación más relevante, siendo los jóvenes uno de los principales segmentos objetivo de la industria. Otro factor que hay que tener en cuenta, es que en los últimos años, se puede decir que el consumo de pescado está de moda. De hecho los grandes chefs y grandes restaurantes incluyen con mucha más frecuencia en sus menús platos que tienen como base el pescado.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

No se puede decir que exista una imagen país de España en el sector del pescado congelado, especialmente debido a que los pescados que más se consumen en reino Unido, no suelen coincidir con los que producen normalmente las empresas españolas.

En cuanto al sector del pescado en conserva, las empresas de este sector han tenido que invertir mucho en campañas promocionales para conseguir beneficiarse también de la mejora en imagen del pescado en general. Tradicionalmente el pescado en conserva era visto como un producto poco natural, sin embargo esto está cambiando y esa imagen está evolucionando poco a poco. Una de las razones para esta mejora de imagen la tienen la creación de nuevos productos y nuevos envases que han reactivado el sector.

La conserva de pescado española es poco conocida para el consumidor medio, ya que no se asocia a España con el sector conservero. Sin embargo, es frecuente que las empresas españolas accedan al mercado o bien con productos que no suelen producir las empresas británicas y que resultan exóticos o posicionando sus productos dentro del canal gourmet. El producto español se ha abierto camino en el sector gourmet debido a la gran calidad que suele tener el producto y que al mismo tiempo dificulta que pueda competir en el segmento medio, ya que no puede competir en precio. Otra de las estrategias seguidas por las empresas españolas es la de unir su producto a cosas conocidas de la cultura culinaria española (paella, tapas..)



ICEX

I. INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

Este estudio de mercado pretende profundizar en el mercado del pescado congelado y de las conservas de pescado en el Reino Unido. Al tratarse de sectores grandes, compuestos por multitud de subsectores es básico hacer primero una delimitación, la cual viene dada por los códigos arancelarios.

Por un lado estudiaremos el pescado congelado en general, que veremos en dos partidas arancelarias, ya que los filetes de pescado tienen una partida arancelaria diferenciada de la del resto del pescado congelado. También veremos el mercado las conservas de pescado, incluyendo todas las preparaciones y especies.

Por lo tanto, teniendo en cuenta lo dicho en el apartado anterior nos vamos a centrar en las siguientes partidas arancelarias:

0303.- Pescado congelado, con exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304.

Esta partida general agrupa todo el pescado en la forma de congelado, incluyendo todas las especies y exceptuando solo los filetes de pescado. Aunque en un primer momento usaremos la partida general de 4 dígitos, de cara a obtener un mejor análisis del sector desglosaremos el comercio exterior de esta partida por especies de pescado

Dentro de la partida 0304 Filetes y demás carne de pescado (incluso picada) frescos, refrigerados o congelados, nos vamos a centrar en la partida de 6 dígitos:

030420.- Filetes congelados

Esta partida incluye los filetes de pescado congelado de varias especies y al igual que con la partida anterior, primero estudiaremos la partida de 6 dígitos en general, aunque luego haremos un análisis desglosado del comercio exterior de cada especie de pescado.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Por último estudiaremos la partida de 4 dígitos que comprende el pescado en conserva,

1604.- Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.

Al igual que en partidas anteriores analizaremos la partida en general pero intentando desglosar cuales son las subpartidas con mayor peso.



II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Para estudiar el tamaño del mercado vamos a ver el indicador del consumo aparente, que es el resultado de sumar la producción local del producto en cuestión más las importaciones recibidas y restándole las exportaciones.

0303.- Pescado congelado, con exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304.

(En millones de libras)	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	130,24	151,41	128,43	115,59	125,48	-3,6 %
+ Importaciones	87,57	85,80	96,85	118,10	106,89	22,06 %
- Exportaciones	94,18	115,89	133,44	145,47	134,49	42,08 %
Indicador de consumo aparente	123,63	121,32	91,84	88,22	97,88	-20,82 %

Fuente: World Trade Atlas; statistics nacional bureau

Hay que señalar que aunque las últimas estadísticas de año completo corresponden al año 2006, existen también estadísticas de las importaciones y exportaciones (no de la producción local) del año 2007. Las importaciones se cifraron en 97,81 millones de libras y las exportaciones en 138,85.

En la tabla anterior se puede ver que ha habido una tendencia ascendente en el comercio exterior de la partida durante el periodo 2002-2005, pero que este crecimiento se estancó en 2006. De todas formas la tendencia creciente de las exportaciones es muy clara ya que se ha confirmado también 2007. El hecho de que las exportaciones sean mayores que la producción local, nos indica también que parte del producto importado se reexporta.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

030420.- Filetes congelados (de pescado)

(En millones de libras)	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	125,02	134,92	115,83	144,96	122,23	-2,2 %
+ Importaciones	365,35	360,65	356,26	420,88	517,63	41,68 %
- Exportaciones	31,13	62,27	61,82	88,61	51,24	64,6 %
Indicador de consumo aparente	459,29	433,3	410,27	477,23	588,62	28,16 %

Fuente: World Trade Atlas; statistics nacional bureau

En este apartado sorprenden las grandes cifras de importación que, como veremos más tarde están impulsadas por el gran consumo de bacalao existente en el país. Estas cifras de importación mantenían a principios del 2007 una tendencia positiva, registrando un valor de 274,92 millones de libras hasta junio. Los datos de exportación hasta junio de 2007 son similares a los de 2006 con unas cifras de de 28,08 millones de libras.

También destacan las bajas cifras de exportación, lo que nos indica, al contrario que las otras partidas objeto de estudio esta es una partida cuya producción e importación se dedica casi por completo al consumo local.

1604.- Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.

(En millones de libras)	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	42,51	43,97	41,56	50,85	50,69	19,24 %
+ Importaciones	362,41	336,71	333,15	362,95	393,26	8,5 %
- Exportaciones	50,13	46,85	48,47	48,17	45,37	-9,4 %
Indicador de consumo aparente	354,79	333,83	326,24	365,63	398,58	12,34 %

Fuente: World Trade Atlas; statistics nacional bureau

En el 2007 las importaciones han sufrido un fuerte incremento con una cifras de 465,71 millones de libras. En cuanto a las exportaciones esta tendencia alcista era aún más acentuada arrojando unas cifras de 67,35 millones de libras.

De todas formas, podemos decir esta partida es la más estable de las que estamos estudiando, aunque los datos del 2007 parece que pueden mostrar una clara tendencia alcista del comercio exterior.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

1.2.1. Producción local

(en millones de libras)	2003	2004	2005	2006	Variación 2003-2006
0303: pescado	151,41	128,43	115,59	125,48	-0,17 %
030420: filetes	134,92	115,83	144,96	122,23	-9,4 %
1604: conservas	43,97	41,56	50,85	50,69	15,28 %

Fuente: Nacional Statistics Bureau

De la producción lo más relevante es que en ninguna de las 3 partidas objeto de estudio es demasiado cuantiosa. En el caso de la partida 0303, la razón es porque no es un producto demasiado consumido, sin embargo en el caso de las otras dos partidas, la razón es que se importa mucho más que se produce, debido a que las especies de pescado más consumidas (bacalao, abadejo) no se capturan en las costas del Reino Unido, cuyas principales capturas incluyen otras especies como la caballa y el salmón que gozan de cierta popularidad.

1.2.2. Importaciones

En este apartado vamos a analizar las importaciones que el Reino Unido hace de cada partida arancelaria. Para ello vamos a atender a dos criterios. Por un lado vamos a ver los distintos tipos de pescado que se importan y por otro lado la procedencia de esas importaciones.

Importaciones por especie

0303.- Pescado congelado, con exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304.

(En millones de libras)				% Cambio
Descripción	2004	2005	2006	- 06/05 -
Total	96,85	118,10	106,88	-9,5
Los Demás	29,01	30,65	36,93	20,47
Bacalaos	34,82	49,83	27,46	-44,89
Eglefinos	9,39	12,76	11,52	-9,7
Caballas	4,60	4,76	8,19	72,14
Salmones Rojos	4,48	5,30	7,09	33,68
Halibut (Fletán)	3,35	3,22	3,77	16,99
Los Demás	1,51	1,45	2,40	65,59
Escualos	1,47	1,73	1,41	-18,61
Sardinas	0,64	0,63	1,31	108,37
Hígados, Huevas Y Lechas	1,46	1,38	1,20	-12,98
Lenguados	1,30	0,95	1,17	24,28
Arenques	1,38	1,50	0,93	-37,92

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Los Demás	0,82	0,59	0,71	20,57
Merluzas	0,54	0,68	0,44	-34,84

Fuente: World Trade Atlas

En esta tabla destaca principalmente que hay dos partidas que copan el 64% de las importaciones. Una es la genérica “los demás” que incluye algún pescado como el abadejo que es muy popular en Reino Unido y la razón por la esta partida representa un porcentaje tan amplio. Sin embargo el pescado más importado es el bacalao, que como veremos más adelante goza de gran popularidad en el país.

030420.- Filetes congelados (de pescado)

(En millones de libras)				% Cambio
Descripción	2004	2005	2006	- 06/05 -
0304 Filetes Y Demás Carne De Pescado	435,33	524,10	662,69	26,44
030420 Filetes Congelados	356,26	420,88	517,62	22,99
Filetes de Bacalao	217,87	238,96	308,84	29,24
Filetes de Abadejo	55,30	69,99	83,01	18,61
Filetes de salmón	10,65	18,26	27,75	51,95
Filetes de Abadejo de Alaska	20,92	21,73	26,63	22,57
Otros	3,44	17,35	17,08	-1,53
Filetes de platija	10,86	14,05	12,85	-8,49
Otros filetes de pescados de agua salada	10,21	14,18	11,66	-17,76
Filetes de bacalao (Gadus macrocephalus)	6,84	7,51	8,72	16,13
Filetes de pescadilla del carbón	4,50	4,32	6,84	58,25
Filetes de atún	3,68	3,02	3,64	20,32
Filetes de merluza del cabo	1,83	2,74	3,52	28,43
Filetes de merluza argentina	2,40	1,98	1,30	-34,61
Filetes de pez espada	0,92	1,05	0,99	-5,44

Fuente: World Trade Atlas

Al ver esta tabla, lo primero que nos sorprende es que dentro de la partida 0304, que incluye filetes de pescado, es que la partida 030420 (filetes de pescado congelado) tiene un peso específico de cerca del 80%. Además dentro de todas las partidas que usaremos en este estudio, esta es la que más se importa y la que sigue una tendencia de crecimiento más positiva, como veremos en posteriores apartados. Si ya en la partida anterior, era relevante el papel del bacalao, en esta es abrumador, ya que aproximadamente el 60% de las importaciones de filetes de pescado congelado que realiza el Reino Unido son de bacalao. También el abadejo representa una parte bastante importante de las importaciones con aproximadamente el 16%.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

1604.- Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.

(En millones de libras)				% Cambio
Descripción	2004	2005	2006	- 06/05 -
Total	333,15	362,95	393,26	8,35
Atunes, Listados Y Bonitos	179,98	194,26	198,05	1,95
Salmones	62,39	63,52	59,54	-6,27
Las Demás Preparaciones Y Conservas De Pescado	25,57	27,47	39,94	45,37
Los Demás	23,72	29,08	39,60	36,18
Sardinias, Sardinelas Y Espadines	19,55	21,48	25,94	20,78
Caballas	10,64	16,24	17,61	8,42
Anchoas	5,85	5,70	5,84	2,46
Arenques	3,02	3,03	4,51	48,61
Caviar Y Sus Sucédáneos	2,45	2,16	2,23	3,20

Fuente: World Trade Atlas

Si en las partidas de congelado veíamos que el bacalao era con mucha diferencia el pescado más importado, en conserva es el atún, que en el año 2006 representó un 50% de las importaciones. También tiene cierta relevancia el salmón, mientras que otras especies, tales como los arenques, las anchoas o incluso las sardinias apenas tienen peso específico en el conjunto de la partida.

Importaciones por país

0303.- Pescado congelado, con exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304.

En primer lugar debemos destacar que para las importaciones del Reino Unido por país se disponen de los datos completos del año 2007

	(En millones de libras)				% Cambio
Rango	País	2005	2006	2007	- 07/06 -
	Total	118,10	106,88	97,81	-8,49
1	Noruega	9,26	14,75	16,74	13,5
2	Rusia	54,56	25,46	11,14	-56,24
3	Países Bajos	3,58	4,50	8,35	85,74
4	Alemania	5,22	6,66	7,87	18,12
5	Myanmar	4,99	6,29	7,02	11,45
6	Estados Unidos	4,70	8,26	6,58	-20,3
7	Bangladesh	9,15	8,21	6,17	-24,91

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

8	Islandia	3,55	4,17	5,20	24,56
9	India	1,64	3,20	3,48	8,97
10	Dinamarca	2,12	2,02	2,91	44,45
13	España	1,46	1,82	1,82	-0,32

Fuente: World Trade Atlas

Como podemos ver en la tabla, los principales países de los que exporta Reino Unido son principalmente países que destacan por sus exportaciones de especies como el bacalao (Noruega) o el abadejo (Rusia).

030420.- Filetes congelados (de pescado)

	(En millones de libras)				% Cambio
Rango	País	2004	2005	2006	- 06/05 -
0	Total	356,26	420,88	517,63	22,99
1	Islandia	84,35	91,71	101,53	10,71
2	China	44,85	55,93	87,25	56,01
3	Dinamarca	69,17	73,91	77,62	5,02
4	Noruega	39,86	44,53	45,62	2,45
5	Islas Faroe	28,72	28,30	32,84	16,02
6	Rusia	19,18	27,65	30,99	12,1
7	Alemania	14,48	22,13	28,90	30,61
8	Polonia	4,48	4,38	24,15	451,6
9	Países Bajos	13,41	19,45	18,90	-2,83
10	Estados Unidos	11,04	15,59	17,75	13,9
13	España	3,51	8,50	4,89	-42,47

Fuente: World Trade Atlas

Al igual, que en la partida anterior destacan los países conocidos por sus exportaciones de bacalao, especialmente Islandia, cuyo bacalao es reconocido mundialmente. También destaca el gran crecimiento de las importaciones procedentes de China y el irregular comportamiento de las importaciones procedentes de España, que no parecen seguir tendencias fijas.

1604.- Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.

	(En millones de libras)				% Cambio
Rango	País	2005	2006	2007	- 07/06 -
0	Total	362,95	393,26	461,75	17,42
1	Alemania	29,42	29,73	65,54	120,45
2	Mauricio	40,68	42,83	48,07	12,24

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

3	Seychelles	47,01	50,82	41,73	-17,88
4	Estados Unidos	34,46	32,46	36,72	13,1
5	Tailandia	32,40	35,86	35,88	0,04
6	Ghana	28,09	25,77	30,08	16,72
7	Francia	7,73	14,24	25,38	78,29
8	Polonia	0,19	9,55	21,99	130,24
9	Dinamarca	16,93	26,03	21,18	-18,63
10	Portugal	10,66	14,03	19,62	39,86
17	España	9,41	6,70	7,24	7,96

Fuente: World Trade Atlas

En esta tabla se puede ver como el origen de las importaciones está muy repartido sin que haya uno o dos países que copen un gran porcentaje. De todas formas destaca el gran crecimiento de las importaciones de Alemania, que le han hecho pasar del 6º al 1º año durante el 2007. Hay que destacar el 2º y el 3º puesto de Mauricio y Seychelles, que son debidos principalmente a que algunos productos de marca blanca de la gran distribución (Tesco, etc...) son pescados en esos países.

1.2.3. Exportaciones

Exportaciones por especie

0303.- Pescado congelado, con exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304.

(En millones de libras)				% Cambio
Descripción	2004	2005	2006	- 06/05 -
Total	133,44	145,47	134,49	-7,55
Caballas	77,64	76,47	69,08	-9,67
Bacalaos	25,55	33,39	19,88	-40,45
Arenques	16,24	19,36	15,90	-17,89
Salmones Del Atlántico	0,76	0,76	10,01	1214,94
Los Demás	3,71	4,53	7,40	63,40
Eglefinos	4,04	6,22	5,85	-5,81
Sardinias	0,67	1,61	2,23	38,11
Los Demás	1,62	0,76	1,18	56,31
Hígados, Huevas Y Lechas	0,50	0,56	1,02	83,17
Sollas	0,01	0,01	0,67	7659,12
Salmones Rojos	0,79	0,52	0,38	-27,84

Fuente: World Trade Atlas

En esta tabla podemos observar como más del 50% de las exportaciones británicas de esta partida son de caballa, debido especialmente a la popularidad de la caballa escocesa.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

030420.- Filetes congelados (de pescado)

(En millones de libras)				% Cambio
Descripción	2004	2005	2006	- 06/05 -
Total	61,82	88,61	51,24	-42,18
Bacalao (<i>Gadus macrocephalus</i>)	15,94	42,26	12,40	-70,65
Bacalao (otras especies)	8,19	10,36	10,67	2,99
Arenque	4,33	6,38	5,58	-12,65
Otros	0,79	7,20	5,48	-23,87
Abadejo	5,18	4,86	3,36	-30,82
Caballa	1,62	3,00	3,06	2,20
Salmon	3,47	1,77	1,99	12,30
Pescadilla	2,01	1,91	1,78	-7,03
Atún	0,40	0,86	1,20	39,10
Caballa (O/T <i>Scomber australasicus</i>)	0,61	0,98	1,16	17,50

Fuente: World Trade Atlas

En esta partida destaca que las dos principales partidas son dos especies de bacalao. Teniendo en cuenta, que es el pescado que el reino Unido más importa todo hace pensar que esto en la mayoría de los casos se tratan de reexportaciones, es decir producto importado por el Reino Unido que seguidamente se envasa y prepara en el país y se vuelve a exportar.

1604.- Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.

(En millones de libras)				% Cambio
Descripción	2004	2005	2006	- 06/05 -
Total	48,47	48,1	45,37	-5,81
Los Demás	21,27	20,28	21,52	6,08
Las Demás Preparaciones Y Conservas De Pescado	4,26	5,25	6,63	26,12
Sardinias, Sardinelas Y Espadines	5,42	5,94	5,52	-7,08
Atunes, Listados Y Bonitos	8,19	8,00	4,51	-43,58
Salmones	3,16	3,70	3,35	-9,65
Caballas	4,82	3,09	2,57	-16,65
Arenques	1,13	1,09	0,99	-8,49
Caviar Y Sus Sucédáneos	0,04	0,62	0,13	-78,72
Anchoas	0,15	0,16	0,12	-23,83

Fuente: World Trade Atlas

Esta, como podemos observar, no es una partida demasiado relevante en el conjunto de las exportaciones del Reino Unido.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Exportaciones por país

0303.- Pescado congelado, con exclusión de los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304.

	(En millones de libras)				% Cambio
Rango	País	2005	2006	2007	- 07/06 -
0	Total	145,47	134,49	138,85	3,25
1	Rusia	25,58	38,46	43,75	13,76
2	Países Bajos	16,28	19,50	18,55	-4,88
3	Francia	8,43	14,75	17,38	17,84
4	China	31,31	15,29	9,76	-36,17
5	Ucrania	0,00	0,94	5,85	525,44
6	Polonia	6,69	5,35	5,21	-2,60
7	Alemania	8,93	9,30	4,84	-47,97
8	Irlanda	1,94	2,58	4,63	79,55
9	Nigeria	10,93	0,87	3,60	312,61
10	Dinamarca	5,02	4,51	3,46	-23,24
11	España	5,02	3,63	2,67	-26,58

Fuente: World Trade Atlas

Esta es la única partida de las que veremos en este estudio en la que Reino Unido exporta más que importa. Como vemos una parte importante de estas exportaciones se dirige a Rusia, lo cual a simple vista parece sorprendente, porque, como hemos estudiado antes, es el segundo país del que más importa.

030420.- Filetes congelados (de pescado)

	(En millones de libras)				% Cambio
Rango	País	2004	2005	2006	- 06/05 -
0	Total	61,82	88,61	51,24	-42,18
1	Irlanda	18,25	37,59	19,48	-48,19
2	Alemania	18,87	20,96	12,50	-40,37
3	Francia	9,25	10,09	5,34	-47,08
4	España	2,26	2,99	3,48	16,41
5	Dinamarca	2,16	2,62	2,54	-2,99
6	Polonia	0,36	1,21	1,54	26,87
7	Países Bajos	1,46	1,92	1,42	-26,02
8	Grecia	0,10	0,17	0,70	311,05
9	Portugal	0,01	0,27	0,62	128,29
10	Estados Unidos	1,50	2,87	0,47	-83,48

Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Aunque las exportaciones británicas de esta partida no son muy relevantes, especialmente si las comparamos con sus importaciones, no sorprende ver que Irlanda sea el principal comprador del producto británico, dado los vínculos existentes entre ambos países. El resto de países entre los 9 primeros son todos también países de la U.E. y podríamos decir que del entorno británico.

1604.- Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.

	(En millones de libras)				% Cambio
Rango	País	2005	2006	2007	- 07/06 -
0	Total	48,17	45,37	67,35	48,43
1	Irlanda	22,79	20,66	35,80	73,29
2	Alemania	1,41	1,77	6,80	283,28
3	Francia	4,45	4,81	4,42	-8,13
4	Bélgica	1,63	1,59	2,61	63,48
5	Dinamarca	1,15	1,07	2,30	115,08
6	Países Bajos	1,29	2,75	1,89	-31,41
7	Australia	2,04	1,73	1,18	-31,63
8	Chipre	0,32	0,74	1,17	57,34
9	España	2,25	1,90	1,10	-42,34
10	Estados Unidos	1,24	1,52	0,97	-35,76

Fuente: World Trade Atlas

Al igual que con los filetes de pescado congelados, el Reino Unido no exporta demasiado de esta partida, aunque en este caso más del 50% de las exportaciones, tienen como destino Irlanda. Esto se puede deber a que muchas de las marcas líderes en Reino Unido también se comercializan en Irlanda y además algunas de las principales cadenas de distribución británicas están presentes en el mercado irlandés.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

En primer lugar, como ya hemos comentado en el apartado anterior, el Reino Unido ha perdido su tradición pesquera y por lo tanto actualmente no es un importante productor ni de pescado congelado ni de conservas de pescado. Sin embargo, existen un par de empresas en cada uno de estos sectores que acaparan un alto porcentaje de la producción y consecuentemente de las ventas.

Estas empresas normalmente se encargan de comprar el producto en el lugar de origen (de hecho este suele aparecer en el etiquetado) y posteriormente lo preparan y lo envasan. En el caso del pescado congelado, la gama de productos suele incluir desde productos sin elaboración, simplemente cortados o fileteados a platos elaborados (filetes rebozados, pescado en

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

salsa, pasteles de pescado, etc...) mientras que en el caso de las conservas los productos más comunes suelen ser solomillos o filetes de pescado en aceite, salsa o agua.

2.2. Obstáculos comerciales

De modo general hay que señalar que no existen barreras sanitarias o arancelarias que dificulten la entrada de producto español, ni en el sector del pescado congelado, ni en el de las conservas de pescado.

2.2.1 pescado congelado

El principal obstáculo que una empresa se puede encontrar intentando acceder a esta industria es la dificultad para negociar con los canales de distribución. Como veremos con más detenimiento en el apartado siguiente, podemos señalar principalmente dos canales de distribución con diferentes características y especificaciones, de los cuales uno tiene como objetivo el sector detallista y el otro se dirige al canal horeca. En el primer caso es muy difícil entrar, ya que la distribución tiene un gran poder de negociación en este mercado.

Esta dificultad se acentúa debido a la gran competencia existente en el mercado ya que las dos marcas líderes (Young's y Bird's eyes) y la marca blanca acaparan una elevada cuota de mercado. Las dos marcas líderes son las únicas que pueden lograr cierto grado de poder en la negociación con las cadenas de distribución ya que para los detallistas resulta importante tener productos de estas marcas, debido a su popularidad entre los consumidores.

2.2.2 pescado en conserva

En este sector la situación es parecida. Aquí el canal gran distribución representa más de un 80%, pero es muy complicado poder entrar en el. Se podría decir que el mercado está saturado y de hecho las dos principales empresas están buscando continuamente nuevas formas de competir. La negociación con las cadenas de distribución es extremadamente compleja ya que solo las grandes empresas tienen algún poder de negociación.

III . ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

En términos generales, (tanto para pescado congelado como en conserva) podemos decir que existen dos grandes canales de distribución, el canal detallista (compuesto por grandes cadenas detallistas y tiendas detallistas independientes) y el canal horeca. Se estima que actualmente las grandes cadenas detallistas representan en torno al 80 % para ambos sectores, siendo el canal horeca cerca del 20 %. Las tiendas detallistas independientes representan un porcentaje de mercado muy bajo. La forma de acceso a ambos canales es totalmente distinta.

- Para acceder a las grandes cadenas detallistas, el canal a seguir implica contactar empresas importadoras, distribuidoras y procesadoras, que venden no solo a estas cadenas sino también a pequeñas tiendas detallistas independientes y a otras cadenas de procesadoras de alimentos.

Estas empresas se suelen abastecer directamente del origen del producto, aunque suelen seguir procesos y procedimientos muy estrictos de control de calidad, por lo que a la dificultad de contactar con ellas, se añade el problema de ser capaces de pasar con éxito esos controles.

Dentro de este canal hay que tener en cuenta también la estrategia que están siguiendo algunas de estas importadoras y distribuidoras que consiste en comprar el producto congelado, para posteriormente descongelarlo y ofrecerlo como fresco ¹o refrigerado. Esta estrategia abre una oportunidad a los productores extranjeros ya que les da la oportunidad de tener en cuenta otros enfoques de comercialización para sus productos.

¹ En los casos en los que el producto descongelado se ofrece como fresco o refrigerado, se incluye una advertencia de que el producto no debe volver a ser congelado.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Además hay que tener en cuenta que a veces los importadores y distribuidores se hacen cargo de toda la cadena comercializando ellos el producto con su propia marca. Aunque esto no es tan frecuente, es una posibilidad a tener en cuenta por los productores extranjeros.

En el caso particular de las conservas hay que decir que las 5 principales cadenas detallistas (que veremos con más detalle en posteriores apartados) representan sobre el 72% de las ventas de pescado en conserva.

Por último, hay que señalar que las grandes cadenas detallistas tienen compradores para el producto congelado y para las conservas, pero como veremos en el apartado 2.2. no se recomienda a un productor extranjero, que se introduce en el mercado por primera vez, contactar con ellos directamente.

- Para acceder al canal horeca, lo más frecuente es contactar con mayoristas que suelen tener un tamaño pequeño y estar más especializados. Estos son los que se encargan de vender a hoteles y restaurantes.

Este canal es más accesible generalmente, ya que las principales empresas tienden a dirigirse hacia el otro segmento, por lo que es frecuente que estos mayoristas compren productos de empresas que intentan entrar en el mercado.

- Para acceder a las tiendas detallistas independientes, es posible contactar tanto con mayoristas como con importadores/distribuidores, aunque esta última opción es mucho más frecuente.

A pesar de que estos son los dos canales más relevantes tampoco debemos olvidar el canal gourmet, que además resulta un canal especialmente interesante para el exportador español. Este canal se puede enfocar de dos formas distintas. Por un lado formar parte dentro del producto gourmet de las grandes cadenas detallistas o por otro lado dirigirse a tiendas especializadas que suelen tener sus propios compradores.

Dentro del canal gourmet lo más frecuente también es contactar con distribuidores o importadores que distribuyen el producto en las tiendas del sector gourmet y contactan con los propios compradores de este producto de las grandes cadenas. Al igual que con los productos convencionales tampoco es recomendable contactar directamente con los compradores de producto gourmet de las grandes superficies.

1.1.1 Márgenes de beneficio

En el canal de la distribución mediante grandes cadenas detallistas, los márgenes de beneficio son muy altos en ambos sectores. Los importadores y distribuidores tienen un margen promedio del 15-20 %, sin embargo el de los detallistas fluctúa entre el 30% y el 250%, siendo la media en torno al 40%. Cadenas de detallistas como Waitrose o Marks & Spencers, suelen tener precios altos y por tanto su margen es mayor (generalmente en torno al 40 %, aunque para algunos productos puede llegar a incrementarse bastante), pero es frecuente que ofrezcan ofertas (2x1 y similares). Otras cadenas como Asda, Tesco y Sainsbury's ajustan más sus precios y su margen es cercano al 30%.

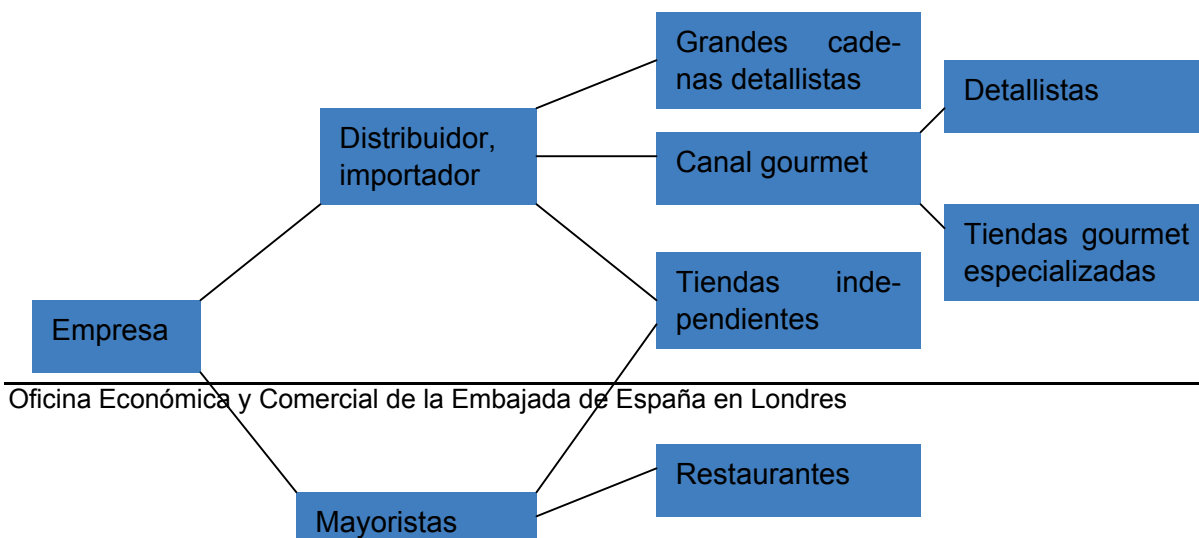
EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

El hecho de que los márgenes de beneficio sean tan altos obedece también a la imagen que los establecimientos quieren ofrecer del producto congelado, para que se vea como un producto de calidad y no como un producto barato. Por ello algunas cadenas apuestan por poner precios lo más altos posibles aunque luego ofrezcan otras promociones adicionales (2x1) por lo que sitúan el producto en la gama alta pero, al mismo tiempo, el precio puede resultar atractivo para el consumidor debido a estas promociones asociadas.

En el canal horeca es más difícil medir los márgenes de beneficio del vendedor final (hotel, restaurante) ya que el producto se suele añadir otros ingredientes y también hay que tener en cuenta los costes de elaboración. Sin embargo el margen de los mayoristas que venden al canal horeca es ligeramente más estrecho que el de los distribuidores que venden al canal de la gran distribución, cifrándose en aproximadamente el 15 %.

1.2. Esquema de la distribución

Siguiendo lo explicado en el apartado anterior vamos a esbozar un esquema en el que se puede ver, a grandes rasgos, que entre la empresa y el distribuidor al público solo suele haber un intermediario.



2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Como ya hemos explicado anteriormente el canal detallista (especialmente las grandes cadenas detallistas) es muy complicado y para una empresa que quiera empezar en este mercado no resulta fácil contactar con un distribuidor-importador que pueda introducir sus productos.

Los dos principales factores que dificultan el contacto y la negociación con los distribuidores e importadores son:

- La madurez y saturación del mercado, debido a la gran cantidad de productos ya existentes tanto en el mercado del pescado congelado como en el de las conservas. Esto provoca que los distribuidores se muestren escépticos a la hora de adquirir nuevos productos, salvo que sean realmente innovadores o aporten algún valor añadido que su gama de productos actual no cubra.
- El poder de negociación que tienen que es normalmente mucho mayor que el de las empresas, sobre todo debido a su conocimiento del mercado.

De todos modos, si se decide contactar con distribuidores puede ser más interesante intentar dirigir el producto al sector gourmet, ya sea en grandes cadenas detallistas o en tiendas especializadas, en el que puede llegarse a encontrar un nicho de mercado si se tiene un producto de calidad y adecuado. El canal gourmet parece más adecuado para conservas que para pescado congelado ya que no es frecuente que el producto congelado se considere gourmet. En este sentido es posible ver conservas españolas de calidad en tiendas especializadas en producto gourmet e incluso en grandes superficies especializadas en producto de calidad como Harrods.

Sin embargo es mucho más factible entrar en el canal horeca. Para ello es necesario contactar con un mayorista.

Estos mayoristas, al contrario que los importadores-distribuidores tienen más en cuenta factores como la calidad o el precio antes que la marca, por lo que es más fácil entrar en contacto con ellos. De todas formas la capacidad de negociación tampoco va a ser muy alta, ya que el mayorista tiene a su favor el conocimiento del mercado.

Sería recomendable que las empresas españolas se centrasen en productos que puedan resultar innovadores o incluso exóticos en el mercado británico. Una estrategia que utilizan algunas de las marcas ya presentes en el mercado es hacer referencia a platos conocidos de la gastronomía española (tapas, paella, etc...) con el fin de atraer la curiosidad del consumidor. Posteriormente veremos los factores críticos de éxito en el mercado británico tanto para pescado congelado como para conservas (sección IV, apartado 2.5). Es conveniente tenerlos en cuenta a la hora de presentar el producto a distribuidores o mayoristas.

Otra forma de entrada factible sería produciendo para marca blanca o para marca de distribuidores.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Como ya hemos comentado en el apartado anterior y aunque las grandes cadenas detallistas tienen compradores para sus productos, no es en absoluto recomendable tratar con ellos directamente y solo las grandes empresas tienen la capacidad suficiente para hacerlo debido a la madurez del mercado y a la falta de poder negociador ante ellos.

Lo más factible parece contactar con distribuidores para presentarles la empresa y el producto. En este sentido es importante enfatizar la experiencia de la empresa tanto en el mercado español, como la experiencia internacional, si la tuviera.

Teniendo en cuenta las tendencias de mercado actuales, es conveniente enfatizar los siguientes valores de un producto:

Pescado congelado: Calidad, valor añadido e innovación. Este es un mercado en el que no es suficiente con tener un producto de gran calidad ya que los distribuidores ya tienen productos de esas características, por lo tanto necesitan incorporar productos nuevos, que generen valor añadido al consumidor, ya sea por la preparación, por su contenido nutricional o que sean innovadores y distintos a lo que hay actualmente en el mercado.

Pescado en conserva: Valor añadido, innovación: Al igual que en el mercado de producto congelado, los distribuidores buscan productos distintos o innovadores. En este caso puede utilizarse también el país de origen del producto o de algunos de sus ingredientes (aceite de oliva) que puedan resultar reconocidos por el consumidor británico.

Estos valores se desprenden de los factores críticos de éxito identificados para ambos sectores y que veremos luego con más detenimiento (sección IV, apartado 2.5)

2.3. Condiciones de acceso al mercado

Foods Standards Agency (FSA, Agencia de control de calidad de productos agroalimentarios) es el organismo encargado de control del tráfico de productos agroalimentarios en el reino Unido.

No existen restricciones al tráfico de productos de pescado en el Reino Unido de países procedentes de la Unión Europea, siempre y cuando cumplan con las condiciones de higiene y producción descritas en los reglamentos 852/2004 y 853/2004.

Por lo tanto no se requiere ningún certificado higiénico adicional, ni se requiere que pase ninguna inspección aduanera previa. Señala además que es responsabilidad de los operadores británicos del sector asegurarse de que el producto no presenta ningún riesgo para la salud, por lo que como hemos comentado en el apartado dedicado a canales de distribución, es común que los distribuidores y mayoristas tengan rígidos sistemas de control de calidad.

En el caso del etiquetado, las normas son las que exige la Comunidad Europea. Estas normas están recogidas en "The Food Safety Act 1990" y "The Food Labelling Regulations 1996" (con las enmiendas de 1998 y 1999). Toda la información contenida en la etiqueta debe ser veraz, debiendo incluir: nombre del producto, lista de productos añadidos si los hubiera (hierbas, etc.), fecha de caducidad o de consumo preferente, cualquier condición especial de conservación o uso, nombre y dirección del fabricante, del empaquetador o del vendedor, así como el origen del producto.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

En este caso sin embargo es recomendable señalar que el consumidor británico está acostumbrado a que en el etiquetado figure toda la información nutricional del producto (ingredientes, calorías, grasas, azúcares, etc...) por lo que es recomendable que se incluya en un lugar fácilmente visible. Además es recomendable avisar de las contraindicaciones del producto, es decir, alergias y similares. Es posible incluso que el detallista exija esto como requisito para ofrecer el producto.

2.4. Promoción y publicidad

Para una empresa española sería conveniente seguir las siguientes pautas de cara a promocionar el producto:

- Cuidar el envasado y el etiquetado para hacerlo atractivo y que el consumidor británico pueda fijarse en ese producto sobre los demás. Es interesante subrayar todo lo que pueda interesar al consumidor como contenido nutricional e informar de donde ha sido capturado el pescado. En los envases se valora mucho la facilidad de uso por lo que si se utilizan latas es conveniente que lleven abrefácil, aunque como comentaremos en secciones sucesivas, cada vez son más comunes otras formas de envasado (sobres).

También es recomendable hacer referencia a la naturalidad del producto (la falta de aditivos o conservantes) ya que los productos naturales están atravesando un muy buen momento de popularidad en el reino Unido.

- Una de las herramientas de promoción que utilizan las empresas españolas ya presentes es hacer referencia a los platos españoles más conocidos, así por ejemplo, una conocida marca de conservas tiene una gama de productos llamada Spanish tapas, que se puede encontrar por ejemplo en Sainsbury's. Esto parece más fácil de llevar a cabo en el sector de las conservas que en el de los congelados.

2.5. Tendencias de la distribución

La distribución alimentaria en Reino Unido está muy concentrada en 5 grandes cadenas detallistas (Tesco, Sainsbury's, Somerfield, Asda y Morrisons). Existen también otra cadenas, entre las que destacan Waitrose y Marks & Spencer, que dirigen su oferta a un segmento más elevado del mercado.

Estas cadenas se centran principalmente en las marcas líderes del mercado y en su propia marca blanca. En algunos casos la presencia de productos de marca blanca/distribuidor representa más del 50% de los productos. Sin embargo, debido a la multiculturalidad de la sociedad británica, es cada vez más frecuente que las grandes cadenas detallistas incluyan productos exóticos. En el sector del pescado congelado y sobre todo en el de las conservas de pescado, esto representa una gran oportunidad para España, si las empresas son capaces de posicionar el producto. Como comentábamos en el apartado anterior algunas empresas ya lo están haciendo, mediante referencias a productos conocidos de la gastronomía española (tapas, etc...).

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

2.6. Principales empresas

2.1.1 Pescado congelado

Existen especialmente dos empresas que concentran una gran parte de la oferta local de pescado congelado. La más importante es Young's que es, sin duda la marca que domina el mercado. La otra es Bird's eyes, que se dedica al producto congelado en general, no solo al pescado congelado. También hay que tener muy en cuenta las marcas blancas de las cadenas de distribución (Sainsbury's, Tesco, etc...) aunque en estos casos la producción normalmente no se realiza en el Reino Unido, solo el envasado y etiquetado, ya que es frecuente que el producto de marca blanca se importe.

A continuación vamos a describir las dos principales empresas productoras:

Young's se presentan a si mismos como "la marca líder en productos de pescado especializados con más de 200 años de experiencia". Es una marca tradicional, en el sentido de que lleva muchos años en el sector y es muy conocida por el consumidor, pero al mismo tiempo es una marca que está intentando evolucionar con las tendencias que marca el mercado, intentando innovar constantemente en su gama de productos.

No solo producen pescado congelado sino también pescado refrigerado y su gama de productos congelados incluyen desde filetes de bacalao o abadejo sin ningún tipo de preparación a productos rebozados y precocinados, incluyendo diversos tipos de pasteles de pescado o pescado en salsa.

Bird's eye es una de las empresas líderes en el sector del congelado y por lo tanto una referencia. Aunque su gama de pescado no sea tan amplia como la de Young's, hay que tenerla en cuenta porque es una de las empresas que más tendencias de mercado está marcando actualmente. Su gama de productos comprende principalmente platos preparados elaborados con pescado.

Ambas marcas están compitiendo en el mercado usando principalmente dos armas: conseguir dotar a sus productos de valor añadido e innovar constantemente en su gama de productos. Esto también consigue dotar a ambas marcas de una imagen de calidad.

En el caso de la **marca blanca** su principal arma es dar una imagen de producto sano, ya que los productos de pescado congelado se comercializan frecuentemente bajo las marcas de productos "sanos" tales como "be good for yourself" o "healthy living".

También podemos señalar como competidor a **Weightwatchers**², que dentro de su amplia gama de productos dietéticos incluye varios productos congelados que usan el pescado como base.

² Weightwatchers es una marca que abarca bastantes sectores y sus productos son siempre elaborados por empresas líderes del sector, tales como Heinz o John West

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

2.1.2 Pescado en conserva

También en el sector del pescado en conserva hay dos empresas que destacan sobre el resto, Princes y John West, que son además las marcas más consumidas.

Princes es una empresa con muchos años de experiencia en el mercado y por lo tanto es muy conocida y respetada por los consumidores. Su gama incluye conservas clásicas de pescado (salmón, atún, caballa, etc...) aunque en su afán por innovar lanzan constantemente nuevos productos como ensaladas o similares.

No solo producen conservas de pescado, sino que dentro de su gama también se incluyen productos de carne o aves.

John West lleva menos años en el mercado que Princes, pero también es muy conocida y respetada. En los últimos años esta empresa está evolucionando mucho, de hecho destaca que ha sido la primera marca en lanzar producto en “pouches” (sobres) un formato que se está haciendo muy popular y que ha contribuido mucho a mejorar la imagen de la empresa y del sector en general. Su gama de productos incluye también conservas clásicas y platos ya elaborados, siendo la más amplia del mercado.

También hay que señalar la marca blanca de las grandes cadenas, que goza de una gran popularidad.

No nos podemos olvidar tampoco de Weightwathchers cuya gama de atún bajo en calorías, con salsas de ingredientes naturales, también está presente en los principales detallistas.

En este caso la estrategia usada por las principales empresas es la de dar valor añadido, con productos nuevos que faciliten el uso al consumidor final.

IV . ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

Actualmente, tanto los productos congelados en general, como las conservas están viviendo un clima de estancamiento. Esto se debe principalmente a la imagen que el público británico tiene de ambas industrias, considerando sus productos, como de peor calidad que los productos frescos y refrigerados. Sin embargo los subsectores correspondientes al pescado en ambas categorías son un caso diferente, experimentando ambos una constante evolución.

El consumo de pescado congelado, por ejemplo ha experimentado un crecimiento del 9,6 % en 2007 con respecto al 2006, siendo el principal motor de la industria de los productos congelados.

(Valor en miles de libras)	Consumo Diciembre 2005-Diciembre 2006	Consumo Diciembre 2006-Diciembre 2007	Incremento
Total Industria Productos Congelados	4.459.274	4.621.612	3,6 %
Pescado congelado	583.596	639.761	9,6 %

Fuente: British Frozen Food Federation

Como podemos ver en la tabla anterior, el consumo de pescado congelado ha aumentado mucho más en 2007 que el de productos congelados, en general, siendo además el principal responsable de que la industria del congelado en su consumo haya finalizado el año con cifras positivas.

El consumo de pescado en conserva, sin embargo se encuentra más estancado, aunque las empresas del sector, están buscando nuevas formas para revitalizar el sector y dotarlo de una mejor imagen. Este consumo se cifraba en 368 millones de libras en el periodo entre junio del 2006 y junio del 2007, lo que representaba un incremento del 1% con respecto al mismo periodo del año anterior (Fuente: The Grocer). Este incremento del uno por ciento no quiere decir que haya aumentado la cantidad consumida, sino que está más bien influenciado por las variaciones en precios.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Además hay que señalar que el pescado en conserva representaba en este periodo (junio 2006- junio 2007) el 21% de la industria conservera, siendo el subsector más importante de esta.

En este apartado vamos a ver cuales son los principales factores que afectan tanto al pescado congelado como al pescado en conserva y cuales son las tendencias que están afectando actualmente a estos mercados. Tanto los factores, como las tendencias las vamos a estudiar desde el punto del consumidor final, para facilitar la comprensión del proceso de decisión de compra.

1.1. Factores sociodemográficos

1.1.1 Pescado congelado

Tradicionalmente la mayor variable de segmentación ha sido el nivel de renta, ya que se trata de un producto generalmente caro en comparación con otros productos alimentarios. Además el Reino Unido nunca ha sido un país donde tradicionalmente se consuma mucho pescado, por lo que este producto se posicionaba como un producto de gama alta que se dirigía a un público de nivel adquisitivo medio-alto. Sin embargo el problema era que este público objetivo tendía a preferir el producto fresco frente al congelado, ya que se consideraba el fresco de mejor calidad, quedando el pescado congelado posicionado como un producto que siendo relativamente caro no conseguía lograr una imagen acorde a ese precio.

Sin embargo en los últimos años la segmentación ha cambiado, ayudando así al crecimiento que está registrando este sector.

Esta apertura en la segmentación del mercado se deriva de las campañas gubernamentales a favor de incrementar el consumo de pescado. Estas campañas no solo han hecho públicos los beneficios del pescado haciéndolo más atractivo al público general, sino que han abierto un segmento de mercado que tradicionalmente no era un importante consumidor de pescado congelado.

Este segmento es el de los jóvenes entre 18 y 30 años, especialmente estudiantes, que gracias a las campañas han aprendido los beneficios para la salud de tomar pescado y además por ingresos no se pueden permitir pagar por el producto fresco, por lo que recurren frecuentemente al producto congelado. Además hay que tener en cuenta que estos productos normalmente suelen ser fáciles de preparar y en algunos casos se venden ya preparados, lo cual los hace aún más atractivos para este segmento de población que muchas veces busca productos de fácil uso y que no requieran mucha preparación.

Estas campañas también han intentado incrementar el consumo infantil de pescado, dirigiéndose a los niños para que estos sean inductores del proceso de compra que llevan a cabo sus padres.

La industria también está intentando posicionar el pescado congelado como un producto de calidad, que aunque sigue siendo en comparación más barato que el producto fresco, ha aumentado sus precios en general, para mejorar así la percepción del consumidor.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

1.1.2 Pescado en conserva

En el sector del pescado en conserva, es más difícil ver una tendencia de segmentación clara. Tradicionalmente también se puede decir que el nivel de renta es la variable más usada ya que es un producto que, debido a sus precios relativamente bajos, tradicionalmente se suele dirigir a rentas más bajas. Sin embargo, hay productos en los que esto no es del todo cierto, como el atún o incluso el salmón, que por su facilidad de uso y su capacidad para combinar con otras cosas, son bastante independientes de las variables tradicionales de segmentación.

Actualmente el sector se está abriendo y las nuevas tendencias (que explicaremos en el apartado 1.5) aspiran a segmentar al menos parte de este mercado, llegando a un público más joven, que busca un mayor valor añadido en los productos.

También hay que tener en cuenta que es un sector en el que es relativamente fácil ver compartir el lineal a productos económicos con productos Premium y de precios más elevados, ya que al haber una gran cantidad de empresas compitiendo en este sector los posicionamientos son completamente diferentes. También es frecuente que algunos productos en conserva opten por el canal gourmet para llegar al consumidor.

1.2. Factores económicos

1.2.1 Pescado congelado

Como hemos mencionado en el apartado anterior, tradicionalmente el nivel de renta, ha sido un factor determinante de cara al consumo de pescado, en general, incluyendo el congelado. Esto representaba un serio problema, ya que aunque el pescado congelado, pretendía dirigirse a una población con ingresos medios-altos, el hecho de que fuera más barato que el pescado fresco o refrigerado era un factor en su contra ya que la percepción de calidad era mayor para el producto fresco por lo que era común que este público con ingresos medios-altos, al que pretendía dirigirse el producto se decantase por producto fresco o refrigerado en detrimento del congelado.

Sin embargo, la industria ha entendido esto y ha reaccionado. Podemos ver dos nuevas tendencias claramente diferenciadas, pero sin embargo compatibles:

- Por un lado está una mayor tendencia a la marca blanca, que puede permitirse poner precios más bajos, sin que se resienta la imagen general de la industria y llegar a un público con ingresos más bajos, que como señalamos en el apartado anterior, en muchos casos son estudiantes o jóvenes. Además, no podemos obviar que en el Reino Unido algunas cadenas de distribución tienen diferentes gamas de marca blanca posicionadas en diferentes segmentos del mercado.
- Por otro lado una mayor tendencia al producto "Premium". Las marcas más reputadas de la industria están trabajando para ofrecer mejores productos y preparaciones a los que puedan poner precios más elevados, posicionándose así en el segmento más alto del mercado. Básicamente esto consiste en conseguir dotar al producto de un mayor valor añadido que el consumidor pueda apreciar.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Estas dos tendencias, han provocado que la relevancia de los factores económicos en esta industria sea mucho menor que hace unos años ya que por un lado se ha abierto la gama de productos y por otro lado se ha intentado segmentar el mercado, siguiendo más bien factores demográficos como la edad.

1.2.2 Pescado en conserva

En el mercado en conserva, si que se pueden ver tendencias económicas más claras que demográficas.

Normalmente los productos en conserva suelen ser de bajo precio y asequibles para la mayoría de la población, por lo que de forma simplificada, podemos decir que es un producto que es usado por una gran parte de la población. Sin embargo, esta nos plantea, la duda de cómo un producto relativamente asequible puede resultar atractivo también por gente de nivel económico alto. Hay tres razones para ello:

- Es un producto que puede usarse para cocinar, especialmente el atún que como ya hemos visto es el producto más consumido de la categoría, siendo un ingrediente muy usado en varios platos, ensaladas, sándwiches, etc...
- Hay numerosa oferta de productos de gama Premium, que recurren a su origen o su preparación para asegurarse una imagen de producto de gama alta. Estos productos es frecuente encontrarlos en tiendas del sector gourmet o en las estanterías gourmet de los detallistas.
- Los nuevos envases, que veremos con más detenimiento en el apartado 1.5.2, han contribuido a mejorar la imagen de estos productos y consecuentemente han mejorado su imagen. Además estos envases posibilitan productos más elaborados que pueden ofrecerse a precios más bajos.

Por lo tanto podemos concluir que mientras el pescado congelado ha intentado dirigirse a públicos objetivos con menores niveles de renta (estudiantes, jóvenes), el sector de la conserva está intentado ganar mercado en sectores con mayor nivel de renta.

1.3. Distribución de la renta disponible

1.3.1. Pescado congelado

El pescado congelado nunca ha representado una porción importante dentro del gasto en alimentación de los británicos. Sin embargo, esto está empezando a cambiar en algunos sectores de la población.

Los jóvenes entre 18-30 años, a pesar de tener menores niveles de renta en general, destinan un porcentaje mayor proporcionalmente al pescado congelado. Las razones de esto se explican por el cambio en las tendencias sociales y culturales, que veremos en los dos apartados siguientes.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

1.3.2. Pescado en conserva

Tampoco el pescado en conserva representa una proporción importante dentro del gasto de la población en alimentación. En los últimos años esta proporción ha ido descendiendo ligeramente, debido principalmente a cambios en los gustos del consumidor. Sin embargo la industria está tratando de revertir esta tendencia bajista y para ello está creando nuevos productos, con mayor valor añadido (apartado 1.5.2)

1.4. Tendencias sociopolíticas

1.4.1 Pescado congelado

Como ya hemos mencionado en el apartado 1.1.1, existe una tendencia a dirigir el producto a consumidores más jóvenes y a utilizar a los niños como catalizadores del consumo de los padres. Las razones de esto se han explicado ya en los apartados anteriores y son fruto directo del cambio en las tendencias culturales, que veremos con más detalle en el apartado siguiente.

1.4.2 Pescado en conserva

Al igual que en el sector del pescado congelado se observan más tendencias culturales, que comentaremos en el apartado siguiente, que sociopolíticas.

1.5. Tendencias culturales

Antes de entrar en las consideraciones particulares de cada industria, hay que tener en cuenta ciertas pautas generales sobre el pescado.

Reino Unido no es tradicionalmente un país donde se consuma mucho pescado. Una porción importante del consumo del pescado se realiza en restaurantes y “fast foods” que ofrecen el típico “fish and chips”, filetes de bacalao rebozados con patatas fritas. Como habíamos visto anteriormente el bacalao es con diferencia el pescado que más se importa y esta es la principal razón.

Sin embargo, en los últimos años se han puesto en marcha campañas para favorecer el consumo de pescado, explicando los beneficios para la salud. Estos beneficios enfatizan, la riqueza del pescado en Omega 3 y la importancia de este para nuestro organismo.

Las empresas presentes en el mercado del pescado en cualquiera de sus formas se encargan de enfatizar estos beneficios y es frecuente que en los envases (ya sea de pescado refrigerado, congelado o en conserva) se haga referencia al contenido en omega 3 y a la poca cantidad de calorías que tiene, algo también muy valorado actualmente por el consumidor británico. Esto último también posibilita la presencia de productos elaborados con pescado en las gamas de empresas fabricantes de productos dietéticos como “Weighwatchers”.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

1.5.1 Pescado congelado

Tradicionalmente la imagen del pescado congelado elaborado ha sido bastante negativa. Se consideraba un producto artificial, con muchos conservantes y otros aditivos. El hecho de ser más barato que el pescado fresco acrecentaba además esta imagen.

Sin embargo la industria poco a poco está consiguiendo borrar esa imagen. Podemos distinguir 2 factores fundamentales en esta mejora de imagen.

- Las campañas de publicidad que las principales empresas (Young's y Birds Eyes) han llevado a cabo para mejorar esta imagen. Estas empresas utilizan frases promocionales como "Fresher than fresh (más fresco que el fresco)" con las que pretenden hacer comprender a los consumidores que el producto congelado no necesita conservantes ni aditivos, porque se congela nada más ser pescado, al contrario que el fresco o el refrigerado.
- La innovación en el mercado. La aparición de nuevos productos, situados en la gama Premium del mercado, ha contribuido también a mejorar la imagen de estos productos. Pero no solo Young's y Birds eyes han contribuido a esto, sino que dentro de la marca blanca de algunos grandes detallistas (sainsbury's, Tesco) es cada vez más frecuente encontrar productos de este tipo.

La revista The Grocer en su informe de junio del 2007, destaca este último señalándolo como uno de los principales factores de éxito en este mercado.

Asimismo, cabe destacar otros dos factores que también han provocado la evolución del mercado:

- Moda: En los últimos años se ha puesto de moda el consumo de pescado. Esto se ha visto reflejado muy claramente en la oferta de los restaurantes, que han aumentado en sus cartas los platos de pescado.
- Concienciación: Hace unos años, se ha hablado de la escasez de bacalao, lo cual ha provocado que una parte de la población tome conciencia de este problema y haya descendido ligeramente su consumo de bacalao a favor de otras especies, especialmente la lubina o el lenguado.

1.5.2 Pescado en conserva

Si la imagen del pescado congelado era tradicionalmente negativa, la del pescado en conserva era aún peor. Los envases tradicionales (latas) enfatizaban la percepción de producto poco natural. Las empresas de la industria, sin embargo, están intentando cambiar esto y lo están haciendo principalmente por medio de la innovación tanto en los productos como en la imagen.

Esta innovación ha sido provocada por la tendencia del consumidor a exigir cada vez un mayor valor añadido en los productos. Ya no basta con ofrecer el pescado en agua o en aceite, sino que el consumidor valora otras preparaciones o incluso productos nuevos que puedan surgir (ensaladas, etc...). Esto también ha incitado a las empresas a invertir más en la creación de nuevos productos.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Muchas empresas han empezado a añadir a su gama de productos enlatados, productos envasados en sobres que ofrecen un aspecto más elaborado y que además se pueden calentar y son más fáciles de usar. Estos productos, aunque llevan poco tiempo en el mercado están suscitando gran interés. Al mismo tiempo esto provoca gran incertidumbre en el mercado y crea ciertas dudas sobre el futuro de las latas tradicionales.

1.6. Tendencias legislativas

En general podemos decir que toda la industria del pescado en general se está beneficiando de las campañas informativas que el gobierno ha puesto en marcha.

Estas campañas pretenden favorecer el consumo del pescado, que como ya hemos dicho no es muy tradicional en el Reino Unido, presentándolo como un producto con múltiples beneficios para la salud.

Estas campañas, unidas a la tendencia hacia unos hábitos de vida más saludables han abierto el mercado del pescado en general.

1.6.1 Pescado congelado

El subsector del pescado congelado ha sido probablemente el más beneficiado de estas campañas que han contribuido a aumentar mucho el consumo entre los jóvenes, que por motivos económicos se decantan muchas veces por comprar pescado congelado en detrimento del pescado fresco.

Por otro lado y de forma más indirecta, también podemos decir que las prácticas actuales sobre etiquetado favorecen a este subsector, ya que al ser productos con gran contenido nutricional y a la vez bajo contenido calórico es positivo que eso se indique en el etiquetado o en el envase, favoreciendo así la imagen producto

1.6.2 Pescado en conserva

Sin embargo, el subsector del pescado en conserva ha sido el menos beneficiado por estas campañas informativas.

La explicación de esto reside en la imagen de producto que no es visto por mucha gente como pescado en si, sino como preparaciones de pescado. Sin embargo, las empresas presentes en el sector han sabido ver esto, creando nuevos productos con imagen más natural. El más destacable de estos productos son filetes (principalmente de atún o salmón) que se presentan aderezados con ingredientes naturales (limón, especias, pimienta) y envasados en sobres, que enfatizan una imagen más natural que el tradicional atún o salmón en lata.

Aún así empresas como Princes, enfatizan en sus envases, la presencia de Omega 3 en sus productos y han usado frases promocionales tales como “Buy one, get omega free (Compra 1, llévate omega gratis)” con las que pretenden capitalizar al máximo estas campañas gubernamentales y que su producto se perciba también como un producto con todos los beneficios del pescado que estas campañas pretenden enfatizar.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Por ello, podemos decir que estas campañas han contribuido a reactivar la innovación en las empresas del sector.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

De todo lo comentado en el apartado 1, podemos sacar una conclusión clara. Los hábitos de consumo, en general, de pescado, en todas sus formas, están cambiando. Tradicionalmente el consumo medio privado de pescado era muy bajo. La mayor parte del consumo de pescado se producía en pubs, restaurantes, etc., debido a la popularidad del fish and chips, plato nacional.

Sin embargo, debido a los factores ya comentados, esto está cambiando progresivamente. El pescado empieza a formar parte con más regularidad de la dieta de los británicos y se estima que cada británico consume pescado entre una y dos veces a la semana.

2.1.1 Pescado congelado

El hecho de que el pescado en general ha incrementado su presencia en la dieta de los británicos, se ha dejado notar especialmente en el mercado del pescado congelado. Los jóvenes han incrementado notoriamente su consumo de pescado y es ahora frecuente que consuman pescado una media de una o dos veces por semana.

Uno de los factores que más beneficia el consumo del pescado por parte de los jóvenes (además de los ya mencionados salud y precio) es la facilidad de preparación, ya que la mayoría de productos congelados del mercado ya están preparados para consumir, siendo simplemente necesario calentarlos en la sartén o al horno. Esto representa una clara ventaja con respecto al pescado fresco o refrigerado, que suele requerir cortarlo o limpiarlo.

Los pescados más consumidos son, como ya hemos comentado, el bacalao y el abadejo, en filetes o rebozados. Aunque algunos supermercados ofrecen una variedad más amplia de pescados, otros se centran casi exclusivamente en estos productos, por lo que no parece que esto vaya a variar a corto plazo.

También se ha incrementado el consumo de pescado en restaurantes, debido principalmente a que estos ofrecen una mayor oferta de pescado en sus cartas y que se ha puesto de moda consumir pescado.

2.1.3 Pescado en conserva

Es más difícil de cuantificar el consumo de pescado en conserva, ya que se utiliza no solo para comer solo, sino que también se utiliza en ensaladas, sándwiches y como ingrediente para cocinar.

Sin embargo resulta evidente que el producto más consumido es el atún.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Hay que tener en cuenta que los nuevos productos lanzados al mercado últimamente (filetes y ensaladas) están impulsando el consumo de las conservas de pescado como plato en sí mismo.

El consumidor valora cada vez más la facilidad de uso y estos nuevos productos, ofrecen ensaladas o filetes de pescado que no requieren nada más que abrirlos (y en el caso de los filetes calentarlos en el microondas) y que se pueden usar en cualquier momento. Por ello es frecuente que estos productos se consuman en el lugar de trabajo.

2.2. Hábitos de compra

Tradicionalmente el pescado en general, no ha sido un producto de compra impulsiva, sino un producto que el consumidor tiene que tener claro que necesita comprar. Las empresas del sector están intentando cambiar esto mediante productos más atractivos y con mayor valor añadido que sean capaces de atraer la atención de los compradores en los lineales.

También es un producto en el que el consumidor suele ser muy consciente sobre los beneficios que quiere obtener del producto por lo que es frecuente que el consumidor tenga más en cuenta la información nutricional que en otros productos. Por este motivo algunas de las empresas presentes en el sector se ocupan de señalar estos beneficios en el envase en un lugar que pueda verse fácilmente.

2.1.1 Pescado congelado

Hay que tener en cuenta que el consumidor británico no suele elaborar demasiado los platos de pescado por lo que las preparaciones que ya incluyen el pescado rebozado o cocinado son las más populares. De todas formas, es preciso remarcar que este tipo de productos elaborados también suelen hacer referencia a los beneficios del pescado, especialmente a su contenido en Omega 3.

Algunas cadenas detallistas (Waitrose, Marks & Spencer) están intentando incentivar la compra del pescado congelado mediante campañas de 2x1.

2.1.2 Pescado en conserva

En el caso de las conservas los nuevos productos están cambiando los hábitos de compra. La aparición de nuevos productos ya elaborados (ensaladas, rellenos para sándwiches, etc...) están resultando bastante populares, pero paralelamente están haciendo perder fuerza a los productos tradicionales que también se están modernizando para no perder fuerza.

Estos productos elaborados aunque se pueden encontrar fácilmente en los establecimientos detallistas, también se pueden comprar en tiendas de conveniencia que suelen ofrecer productos para el consumo inmediato (sándwiches, etc...) y que suelen ser muy frecuentadas por gente que necesita comer en su lugar de trabajo.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

En general, para ambos sectores, podemos decir que el consumidor final soporta especialmente dos costes indirectos, que provocan que el producto final aumente substancialmente su precio.

- El primero se deriva de la necesidad de las empresas y distribuidores por mejorar la imagen del producto y que no sea percibido como un producto de baja calidad, lo que provoca que los precios sean relativamente más altos.
- Además, los márgenes manejados en este sector son muy altos (ya comentados en secciones anteriores) y repercuten al consumidor final.

2.4. Preferencias

2.4.1 Pescado congelado

En general el consumidor británico se decanta por productos ya con cierto grado de elaboración. Esto se debe especialmente a la poca tradición culinaria existente en Reino Unido con respecto al pescado. Los filetes rebozados es el producto más popular. No obstante, es preciso señalar que los filetes de pescado (sin elaborar) van ganando cada vez más mercado debido a las tendencias de consumo de productos más saludables.

La variedad de pescado más popular es con mucha diferencia el bacalao, seguido del abadejo y el salmón. Otros pescados que forman parte del consumo más o menos habitual de los británicos son el lenguado y la trucha, aunque estos últimos son más vendidos como producto fresco o refrigerado, que como producto congelado.

2.4.2 Pescado en conserva

A pesar de las nuevas tendencias, comentadas en apartados anteriores, el producto más popular en esta categoría sigue siendo el pescado enlatado tradicional, ya sea en aceite o en agua.

El pescado más popular es el atún, seguido del salmón. Entre ambos concentran un porcentaje muy importante de las ventas de consumo de conservas de pescado.

De todas formas, es preciso indicar que las nuevas preparaciones son cada vez más populares y se espera que su popularidad siga creciendo. Estas incluyen filetes de atún o salmón en salsa listos para calentar en sobres y ensaladas con atún.

2.5. Factores críticos de éxito

2.5.1 Pescado congelado

Podemos identificar 3 factores que definen las posibilidades de éxito de un producto en el sector del pescado congelado. Estos factores son por orden los siguientes.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Innovación:

Según señala la revista "The grocer" en su reportaje sobre pescado congelado, este es el factor principal de éxito en esta industria. Al tratarse de un sector en el que el público aprecia mucho el valor añadido de los productos, las empresas que son capaces de aportar cosas nuevas en cuanto a productos, preparaciones o incluso beneficios para la salud, tienen muchas posibilidades, de resultar más populares a los consumidores.

Calidad:

Este sector tiene la desventaja, de que su imagen percibida es peor que la del producto fresco o refrigerado. Sin embargo el consumidor cada vez se está dando más cuenta de que existen productos congelados de alta calidad.

Imagen:

El producto aparte de tener calidad, tiene que ser capaz de transmitirla. Esto lo consiguen de 3 formas, ya explicadas en apartados anteriores: ofreciendo valor añadido, enfatizando los beneficios para la salud del producto y mediante campañas que pretenden mejorar la imagen del pescado congelado en general.

2.5.2 Pescado en conserva

Valor añadido:

Actualmente, en un mercado tan exigente como este, el principal factor crítico de éxito es el valor añadido. Como ya hemos comentado, las propias exigencias de los consumidores motivan e impulsan a las empresas a ofrecer nuevos productos, que contengan un mayor valor añadido para el consumidor. Este valor añadido se puede conseguir de varias formas distintas: con una preparación nueva e innovadora, con ingredientes de calidad o simplemente con un envase cómodo y fácil de usar. Las empresas que no consigan esto corren el riesgo de quedarse estancadas.

Imagen:

El pescado en conserva generalmente ha sido visto por el consumidor como "artificial" y lleno de aditivos. Actualmente la industria está luchando mediante campañas publicitarias y cambios en los envases para revertir esa imagen. Las empresas tienen que ser capaces de transmitir que su producto es beneficioso también para la salud (omega 3).

Calidad:

No hay que olvidar que este es un sector en el que también existe el segmento gourmet, en el que la calidad es el factor fundamenta.

2.6 Análisis de los lineales de los principales detallistas

En esta sección vamos a analizar los lineales de las principales cadenas detallistas para los dos sectores objeto de estudio. Para ello hemos ido a una sucursal de cada una de estas

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

grandes cadenas detallistas, que hemos considerado las más representativas por sus características propias:

Tesco Metro, 94 Church Street, London, NW8 8EX

Sainsbury's, 1 Cambridge Heath Road, Spitalfields London, E1 5SD

Asda, 1 Leyton Mills, Marshall Road, Waltham Forest, London, E10 5NH

Waitrose, 98-101 Marylebone High Street, London, W1U 4SD

En estos establecimientos hemos observado los productos que tienen tanto de pescado congelado, como en conserva, las marcas presentes y los precios de los productos más relevantes.

También hemos visto si hay productos españoles, pero de esto hablaremos posteriormente, en el apartado 3.2.

2.6.1 Pescado congelado

Visitando estos 4 establecimientos hemos podido llegar a la conclusión de que aunque las 4 grandes cadenas detallistas tienen enfoques completamente diferentes, hay varios puntos en común. En primer lugar destacar que el producto estrella en todos ellos y el que mejor posición ocupa en los lineales son los filetes rebozados de bacalao o abadejo, aunque en cada supermercado es una marca distinta la que ocupa este lugar. También destaca la poca variedad de especies en general, aunque Asda y Sainsbury's parecen tener un poco más que sus competidores.

Tesco:

El lineal de congelados del Tesco está fácilmente localizable en una de las esquinas. Consta de varios congeladores, aunque solo hay pescado congelado en uno de ellos. Este es el supermercado que consta con la gama más reducida de pescado de los estudiados. Una de las razones puede ser que tiene una sección bastante importante de pescado refrigerado, siendo de todos los supermercados estudiados el único en el que la gama de pescado refrigerado es sensiblemente más amplia que la de pescado congelado.

La marca más presente en el lineal es Tesco, que está presente en sus tres gamas Tesco finest, que incluye los productos de más alta calidad, Tesco que incluye los productos de gama media y Tesco Value que engloba los productos de gama más baja.

La segunda marca que más productos tiene en el lineal es Youngs, mientras que de Birds eye apenas podemos encontrar productos.

Los productos más presentes son el bacalao, el abadejo y el salmón por este orden y la preparación más frecuente es el rebozado del que podemos encontrar varios tipos (ligero, crujiente, enharinado) aunque podemos encontrar también filetes sin ningún tipo de preparación, aparte del corte.

Destaca que los filetes naturales (tanto de bacalao como de abadejo) son de la gama Tesco Finest, mientras que los productos de la gama Tesco Value son porciones de pescado en salsa de mantequilla, lo que nos da idea también de la imagen que se quiere proyectar de los

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

filetes de pescado como un producto natural y de calidad, uniéndolos a la gama alta de la marca.

La mayoría de los filetes rebozados son de la marca Youngs, aunque también podemos encontrar alguna variedad de pescado rebozado marca Tesco.

Los pocos productos Birds eye que podemos encontrar son platos ya preparados, como pasteles de pescado.

Además también podemos encontrar lubina y pescado (no concreta en el envase que pescado es, aunque leyendo los ingredientes se puede observar que es abadejo de Alaska).

A modo de ejemplo hemos tomado los siguientes precios, de los que hemos considerado los principales productos presentes en el lineal:

- 2 Filetes de lubina, Tesco Finest: 3,20 UKP
- 4 Filetes de bacalao en salsa de perejil Youngs: 3,59 UKP
- 2 Filetes de bacalao Tesco Finest: 3,49 UKP
- 600 gr. Porciones de pescado en salsa de mantequilla Tesco Value: 2,19 UKP

Sainsbury's

Sainsbury's es una de las cadenas que ofrece una gama más amplia de pescado congelado. Los congeladores donde está presente se encuentran situados en una esquina, en un lugar no demasiado accesible. Los congeladores que tienen pescado ocupan aproximadamente un cuarto del espacio dedicado a congelados.

Sainsbury tiene productos de las dos principales marcas y también de su propia marca. Podemos decir que Youngs es la marca más presente en Sainsbury's. También tienen mucha relevancia las marcas distribuidor de Sainsbury's (que al igual que Tesco tiene tres gamas diferentes: Sainsbury's "be good for yourself", que incluye productos saludables, naturales y con bajo valor calórico, Sainsbury's, que es la gama media de la marca y finalmente Sainsbury's value, aunque esta tiene muy poca relevancia).

Finalmente también podemos encontrar productos de Birds eye, por lo que podemos decir que este es uno de los establecimientos en los que más repartido está el lineal entre las dos principales marcas y la marca blanca.

Sainsbury's también es el establecimiento que cuenta con una gama más amplia de productos, ya que además de los pescados más habituales (bacalao, abadejo, salmón) podemos encontrar también lubina, platija, vieiras, calamares e incluso merluza de origen sudafricano, siendo el único establecimiento en el que hemos encontrado este tipo de pescado.

Las preparaciones más habituales son también los rebozados, aunque también vemos una mayor variedad sin elaboración que en otras cadenas, pudiendo encontrar lomos de bacalao y filetes de lubina entre otros. Al igual que en Tesco encontramos múltiples variedades de pescado con diferentes tipos de rebozados y también pescado con diferentes salsas.

Entre los platos precocinados nos encontramos principalmente con pasteles de pescado aunque también podemos encontrar salmón en hojaldre.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Llama especialmente la atención un plato precocinado de la marca Sainsbury's llamado "paella fishcakes" que aunque ni es de origen español, ni utiliza ningún tipo de producto español en sus ingredientes, recurre a la gastronomía española para llamar la atención. Esto puede resultar una oportunidad de la que las empresas españolas pueden sacar ventaja, relacionando sus productos con platos populares de la cocina española, especialmente la paella y las tapas.

Como ejemplo de precios citamos los 4 que hemos considerado más representativos:

- 4 Filetes de bacalao rebozados Birds eye: 3,79 UKP (estaba en oferta)
- 540 gr. Filetes de bacalao rebozados, Sainsbury's be good for yourself: 3,49 UKP
- 4 Lomos de bacalao islandés, Sainsbury's (400 gr.): 3,79 UKP
- 2 Filetes de lubina en tempura Youngs (320 gr.): 1,99 UKP (estaba en oferta de un tercio de su valor).

Sainsbury's ha sido el establecimiento de los objeto de estudio en el que hemos visto un mayor número de ofertas, encontrando varias de un tercio del valor del producto.

Asda

Asda, es la cadena que mayor espacio dedica al pescado congelado de todos los que hemos estudiado. Esto resulta meritorio si tenemos en cuenta que junto con Waitrose es el único que cuenta con sección de pescadería donde se vende pescado fresco y con una sección bastante importante de pescado refrigerado.

Los congeladores de pescado están cerca de la entrada y son muy fáciles de encontrar. Además el pescado ocupa el lugar más cercano a la entrada y a la salida de todos los congelados.

En Asda es el único establecimiento de los 4 visitados en el que la marca blanca tiene la menor presencia, siendo Birds Eye y sobre todo Youngs las marcas más presentes y las que ocupan mejores espacios en el lineal.

La gama que podemos encontrar es, al igual que en Sainsbury's muy variada, incluyendo aparte de las variedades más frecuentes, bacalao, abadejo y salmón, otras menos frecuentes como la lubina, la platija o el abadejo de Alaska.

Las variedades más habituales al igual que en el resto de rebozados, son las distintas gamas de rebozados, habiendo también filetes, pasteles de pescado, hojaldres y palitos de pescado.

Los precios de los productos más representativos son los siguientes:

- 4 filetes de abadejo (500 gr.) Youngs, 3,48 UKP
- 4 Filetes de bacalao rebozados (540 gr.) Youngs, 3,64 UKP
- 4 Filetes de bacalao rebozados (450 gr.) Birds eye, 3,00 UKP (estaba en oferta)
- 4 Filetes de bacalao en salsa de mantequilla (600 gr.) Asda: 2,88 UKP

En Asda también pudimos ver algunos productos en oferta.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Waitrose

De todas las grandes cadenas detallistas objeto de estudio, sin duda Waitrose es el que tiene un enfoque más diferente al resto en cuanto al pescado congelado. Esto se deriva del enfoque de mercado de la propia cadena, situada más en la gama alta que sus competidores.

Quizás por esta razón Waitrose, dedica más espacio al pescado fresco que al congelado o al refrigerado. Los congeladores con el pescado están al fondo y el espacio destinado a él, es el menor de todos los supermercados objeto de estudio.

De entrada lo que más llama la atención es que todos los productos, con excepción de algún plato preparado de la marca Youngs, son de la marca Waitrose, que posee un envase muy cuidado, que tiene como objetivo potenciar la imagen del producto.

Los productos que ocupan mejores posiciones en el lineal son, al revés que en el resto de los establecimientos, los productos más naturales y sin preparación, es decir, filetes, porciones, etc...

La variedad de pescados es reducida, habiendo solo bacalao, abadejo y lenguado, aunque es posible encontrar todos ellos en 3 distintas variedades, filetes, en porciones y rebozados. Además también hay bastantes platos preparados de gama alta (bacalao con mejillones, graten de salmón y gambas).

Viendo los precios entendemos claramente el enfoque del mercado de esta cadena detallista ya que son visiblemente superiores al del resto de competidores.

- 550 gr. Filetes de abadejo, Waitrose: 6,19 UKP
- 6 porciones de bacalao, Waitrose: 3,79 UKP
- 4 Filetes de bacalao rebozado, Waitrose: 5,99 UKP
- 10 Palitos de pescado de bacalao, Waitrose, 1,75 UKP.

2.6.2 Pescado en conserva

En el sector de las conservas, también se puede observar claramente como cada cadena detallista tiene un enfoque distinto. Mientras unas cadenas optan por el producto más tradicional, otras enfatizan el producto más moderno y alguna incluso se posiciona claramente en el sector gourmet. Esto afecta claramente a las principales marcas del mercado ya que su posición en los lineales varía substancialmente según los establecimientos.

Tesco

El lineal de conservas está en un lugar bastante apartado y difícil de ver y las conservas de pescado no están en un lugar especialmente accesible.

Este es en el único establecimiento en el que Princes es la marca más presente y la que mejores posiciones ocupa en los lineales. Concretamente los productos de Princes están a la altura de los ojos, mientras que los de Tesco están más arriba y los de John West más abajo.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

En Tesco vemos un claro enfoque hacia el producto clásico, es decir, atún o salmón en lata con aceite, agua o en salmuera. También hay conservas de caballa y sardinas, todas con el enfoque clásico. Sin embargo algunos supermercados Tesco Metro tienen filetes de atun en sobres John West, pero no toda la gama.

Los precios de los productos que hemos encontrado más significativos son los siguientes:

- Pack de 4 latas de atún en agua Princes, 3,99 UKP
- Lata de atún en salmuera (156 gr.) Tesco, 0,56 UKP
- Lata de atún en salmuera (185 gr.) Pines 1,19 UKP
- Lata de salmón rojo Princes (213 gr.), 2,35 UKP (promoción 2x1)

Sainsbury's

Sainsbury's es la cadena detallista que más espacio dedica a la conservas y el que tiene el enfoque más moderno.

Esto se ve claramente porque en el lineal de conservas los lugares más a la altura de los ojos los ocupan productos como los sobres de filetes de atún John West, las ensaladas con atún o salmón de John West y los packs de atún con salsa bajos en calorías de weightwatchers.

Por el contrario las latas clásicas de John West y Sainsbury's ocupan lugares más bajos en el lineal. De todas formas la gama de atún clásica es muy completa habiendo latas de atún en salmuera, en agua y en aceite tanto de John West, como de sainsbury's.

Princes apenas está presente en sainsbury's ya que solo se puede encontrar su gama de salmón rojo.

Llama la atención la gran cantidad de variedades de sardinas presentes, tanto de marca Sainsbury's como de John West, ya que en otros supermercados este producto ocupa un lugar casi marginal.

También podemos encontrar otros productos como caballa o arenques.

Los precios de referencia son los siguientes:

- Pack de 4 latas de atún en salmuera John West, 2,66 UKP (oferta de un tercio del valor)
- Lata de atún en agua Sainsbury's (200 gr.), 0,68 UKP
- Lata de sardinas en limón John West (120 gr.), 0,49 UKP
- Lata de salmón rojo Sainsbury's (105 gr.), 0,98 UKP

Asda

En el lineal de conservas de Asda destacan dos cosas. La primera es que casi todos los productos son de la marca John West, y los restantes de la marca blanca de Asda. Y la segunda es que al igual que Sainbury's, Asda también sigue un enfoque más moderno del sector de las conservas.

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

Esto se refleja en los productos presentes en lineal que recogen toda la gama de productos más novedosos de John West (filetes de atún, untables, ensaladas) y también la gama de atún de weightwatchers.

A pesar de esto también está presente el producto clásico incluyendo toda la gama de atún de John West y además caballa, sardinas, arenques y salmón. La mayoría de estos productos son de la marca John West, aunque también se pueden encontrar algunos productos de la marca blanca Asda. Destaca que no hay nada de la marca Princes.

Los precios recogidos como referencia son los siguientes:

- Atún en aceite de girasol John West (200 gr.), 1 UKP
- Atún en aceite de girasol Asda (185 gr.), 0,59 UKP
- Salmón rojo John West (213 gr.), 2,31 UKP
- Pack de 4 latas de atún en salmuera John West (4x185 gr.), 3,00 UKP

Waitrose

En Waitrose nos encontramos con un enfoque totalmente diferente. Debido a que este establecimiento está posicionado en la gama alta, su orientación es mucho mayor hacia el producto tradicional y al producto gourmet.

Las marcas presentes en el lineal son John West y Waitrose, ambas con una presencia bastante igualitaria. La gama de productos de estas marcas consta de los productos más clásicos como atún y salmón. Los únicos productos novedosos presentes son las ensaladas John West y el atún weightwatchers, aunque ambos están situados en la parte de abajo del lineal en lugares poco visibles.

También hay otros productos como anchoas, sardinas, caballa o arenques. Algunos de estos productos, sobre todo las anchoas y las sardinas, están posicionadas en el segmento gourmet y las marcas presentes son francesas, italianas e incluso una española (de la que hablaremos posteriormente, apartado 3.2)

Por último, podemos ver los precios como referencia:

- Atún en aceite de oliva Waitrose (150 gr.), 0,99 UKP
- Atún en aceite de oliva John West (130 gr.), 0,99 UKP
- Salmón John West (213 gr.), 2,35 UKP
- Salmón waitrose (180 gr.), 2,69 UKP

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

3.1 Imagen-País

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

3.1.1 Pescado congelado

La primera consideración general que debemos hacer es que al revés que España, Reino Unido no es un país con una gran tradición de consumir pescado y además España no un importante exportador de los pescados que más se consumen en Reino Unido (bacalao y abadejo). Por lo tanto no existe ningún tipo de imagen país de España como productor de pescado congelado.

El país que mejor imagen país tiene es Islandia, ya que el bacalao islandés es muy reconocido y el bacalao es el pescado más consumido en el Reino Unido

3.1.2 Pescado en conserva

En el caso del pescado en conserva, sin embargo, la situación es totalmente diferente, ya que algunos productos de origen español si resultan reconocidos en el segmento de gama alta. Es frecuente ver marcas españolas de conservas, siempre posicionadas o como producto gourmet o como producto exótico. En el apartado 3.2.2 veremos que marcas españolas han conseguido introducirse en los principales supermercados y con que productos.

De todas formas hay que señalar que la marca Ortiz también se ha introducido en el mercado, estando presente en los prestigiosos grandes almacenes Harrods, entre otros.

Sin embargo conviene aclarar que es difícil posicionar el producto dentro de la gama media en la gran distribución, debido a la madurez y saturación del mercado.

3.2 Situación de los productos españoles en los lineales de los principales detallistas

3.2.1. Producto congelado

No existen marcas españolas en los lineales de pescado congelado de las principales cadenas detallistas. Además tampoco ninguno de los productos de marca blanca es de procedencia españolas, lo cual es comprensible, ya que la mayoría de los pescados presentes en el lineal de pescados congelado no son de los que España tiene mayor producción

3.2.2. Producto en conserva

En el caso de las conservas de pescado, el panorama es muy distinto y si que existen productos españoles en los lineales de las principales cadenas detallistas. A continuación vamos a ver que productos españoles se pueden encontrar actualmente en los establecimientos estudiados y como están posicionados dentro del mercado.

Tesco: En el caso de Tesco, no existen productos españoles

Sainsbury's: Existen actualmente dos marcas de conservas españolas en Sainsbury's: Palacio de Oriente e Isabel. Los productos que ofrecen son calamares en su pinta y pulpo a la gallega, respectivamente. Este ultimo forma parte de la gama "Spanish tapas" de Isabel.

Su situación en el lineal es en la parte lateral de uno de los pasillos, apartado del resto de las conservas y junto a otros productos exóticos. Aunque dentro de estas estanterías, está bas-

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

tante bien situado quedando a la altura de los ojos, por lo que resulta fácil verlo en caso de pasar por ahí.

Asda: El caso de Asda es el más curioso porque aunque no hemos encontrado marcas españolas en su lineal de conservas, si que existe un producto que hace referencia a España, se trata de "Filetes de caballa escocesa con aceite de oliva español" de la gama alta de la marca blanca de Asda.

Esto nos hace pensar que aunque el pescado español no tenga una gran imagen país, el hecho de usar aceite de oliva español puede ser una ventaja competitiva que las empresas del sector pueden explotar.

Waitrose: En Waitrose, podemos ver el ejemplo más claro de posicionamiento del producto español, ya que se pueden encontrar anchoas marca "Lorea". Estas anchoas se ofrecen en 4 gamas distintas, filetes de anchoa en aceite en bote de cristal, filetes de anchoa en aceite en lata y filetes de anchoa con queso manchego en lata.

Su posición en el lineal era buena a la altura de los ojos y conviviendo con las principales marcas británicas. Esta claro que esta empresa ha conseguido posicionar su producto en Waitrose por su buena imagen de gama alta. Hay que tener en cuenta que junto al producto español también se podían ver productos franceses o italianos (sardinias) que también están posicionados en la gama alta del mercado.

Por lo tanto vemos que es posible para el producto español introducirse en los lineales de las principales cadenas detallistas. Eso si, tiene que tener muy clara la imagen que se quiere transmitir y donde se quiere posicionar el producto. Las únicas opciones posibles parecen ser o posicionar el producto como un producto gourmet de gama alta (como Lorea en Waitrose) o como un producto exótico y distinto que resulte atractivo (como Isabel en Sainsbury's).

V ■ ANEXOS

1. FERIAS

Ferias Profesionales:

- **Food & Drink Expo** – <http://www.foodanddrinkexpo.co.uk> Bienal, próxima edición 6-9 abril 2008, Birmingham.
- **Speciality & Fine Food Fair** - <http://www.specialityandfinefoodfairs.co.uk> Annual, próxima edición 7-9 de septiembre, Olympia Londres.
- **The Restaurant Show** – <http://www.therestaurantshow.co.uk> Anual, próxima edición 6-8 de octubre de 2008. Erals Court, Londres.
- **International Food Exhibition** – IFE- <http://www.ife.co.uk> Bienal, próxima edición 15-18 de marzo 2009, ExCeL, Londres.

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Asociaciones

- British Frozen Food Federation – <http://www.bfff.co.uk>
- The Guild of Fine Food Retailers - <http://www.finefoodworld.co.uk>
- Food & Drink Federation - <http://www.fdf.org.uk>
- Canned Food Information Service - <http://www.cannedfood.co.uk>
- The Shellfish Association of Great Britain - <http://www.shellfish.org.uk>
- Sea Fish Industry Authority - <http://www.seafish.co.uk>
- European Snacks Association - <http://www.esa.org.uk>

EL MERCADO DEL PESCADO CONGELADO Y CONSERVAS DE PESCADO EN REINO UNIDO

- National frozen & Refrigerated Food association - <http://www.nfraweb.org>

Organizaciones

- Foods Standards Agency – www.food.gov.uk
- Department for Environment, food and Rural affairs – www.defra.gov.uk

3. BIBLIOGRAFÍA

- Revista The Grocer, 23 Junio 2007, “Frozen Foods”
- Revista The Grocer, 8 Septiembre 2007, “Canned Foods”
- “Seafish 2006” de TNS Superpanel.
- World Trade Atlas. Estadísticas de importación del Reino Unido
- “Perfil de Mercado Productos de Mar con Valor Agregado - Reino Unido”. ProChile Londres, Julio 2006
- “Processing & preserving of Fish & Fish Products”. National Statistics 2007
- “Fish sector shines as retail frozen food storms ahead” – British Frozen Food Federation, Febrero 2008
- Foods Standards Association