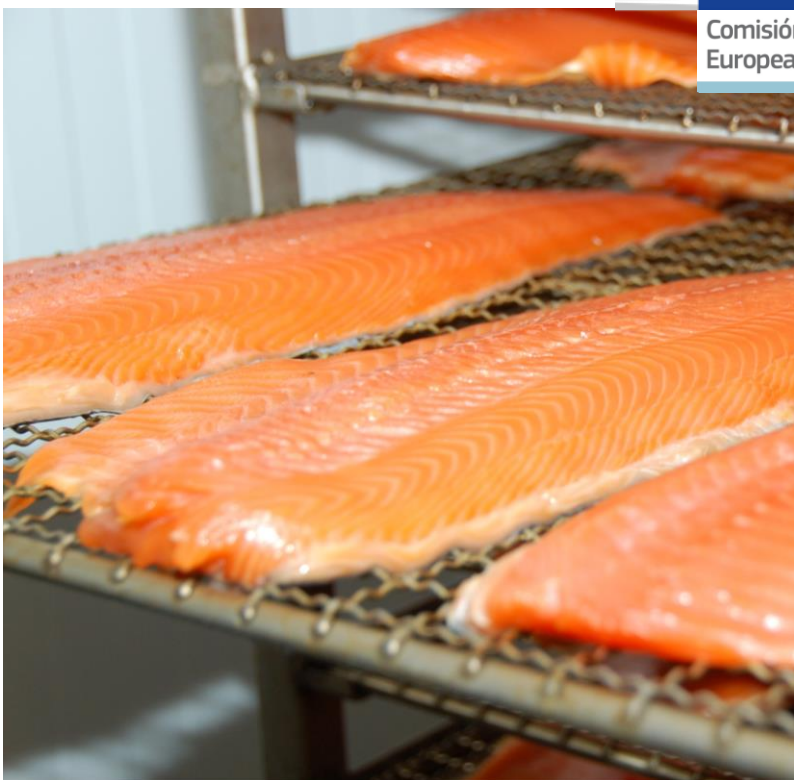




Comisión
Europea



CASO PRÁCTICO

EL SALMÓN AHUMADO EN FRANCIA

TRANSMISIÓN DE PRECIOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO



EUMOF A

Observatorio Europeo del Mercado de los
Productos de la Pesca y de la Acuicultura

Asuntos
marítimos y
pesca

ÚLTIMA ACTUALIZACION : SEPTIEMBRE DE 2016

WWW.EUMOFA.EU

Índice

RESUMEN	1
0 RECORDATORIO SOBRE LA TAREA – ALCANCE Y CONTENIDO.....	2
0.1 ALCANCE DEL CASO PRÁCTICO.....	2
0.2 CONTENIDO DEL DOCUMENTO.....	3
1 DESCRIPCIÓN DEL/DE LOS PRODUCTOS/S Y MERCADO/S	4
1.1 SALMÓN(ES) Y PRODUCTOS DEL SALMÓN AHUMADO	4
1.1.1 <i>Nombre, presentación, lugar y nomenclatura</i>	4
1.1.2 <i>Pasos para el procesado del salmón ahumado</i>	5
1.1.3 <i>Producción y disponibilidad del salmón del Atlántico</i>	6
2 LOS MERCADOS DE LA UE PARA EL SALMÓN AHUMADO.....	8
2.1 ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS COMUNITARIOS.....	8
2.1.1 <i>Mercado aparente por Estado Miembro</i>	8
2.1.2 <i>Consumo aparente de salmón ahumado en el principal mercado comunitario</i>	8
2.1.3 <i>Principales países exportadores de la UE</i>	9
2.2 EL MERCADO FRANCÉS	10
2.2.1 <i>El mercado de la trucha ahumada y del salmón ahumado</i>	10
2.2.2 <i>Estructura de la cadena de suministro</i>	11
2.2.3 <i>Segmentación del mercado</i>	12
2.2.4 <i>Estacionalidad del consumo</i>	15
2.3 PRINCIPALES CONDICIONANTES DEL MERCADO	16
3 LOS PRECIOS A LO LARGO DE LA CADENA DE SUMINISTRO.....	16
3.1 PRECIO DE LA MATERIA PRIMA	16
3.2 PRECIOS DE FÁBRICA	17
3.3 PRECIOS AL POR MENOR	18
3.3.1 <i>Elasticidad de los precios</i>	19
4 TRANSMISIÓN DE PRECIOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO.....	20
4.1 ANÁLISIS DE LA SERIE TEMPORAL DE LOS PRECIOS.....	20
4.2 COSTES Y MÁRGENES EN LA INDUSTRIA DEL AHUMADO DEL SALMÓN	21
4.3 ANÁLISIS DE LA TRANSMISIÓN DE PRECIOS	24
5 TENDENCIAS Y PRINCIPALES CONDICIONANTES DE LOS PRECIOS.....	25
5.1 PRECIOS DE LAS MATERIAS PRIMAS	25
5.2 PRECIOS DE FÁBRICA	26
5.3 TENDENCIAS FUTURAS.....	30

Resumen

- El suministro mundial de salmón del Atlántico fresco no es suficiente en comparación con la demanda que se viene produciendo desde 2010 (caída en la producción chilena) y que ha impulsado la subida de los precios. La sustitución por salmones y truchas del Pacífico no cubre este vacío.
- El aumento de los precios del salmón fresco desde 2013, junto con las campañas que apuntan a condiciones controvertidas de cría en Noruega, perturbaron seriamente el mercado (descenso de la demanda de los consumidores) y la industria (fracaso comercial y reestructuración) en Francia y, de manera más amplia, en la UE.
- La industria del procesado del salmón ahumado de la UE cubre las necesidades del mercado comunitario, estimadas en unas 155.000 toneladas, y exporta unas 9.000 toneladas a terceros países.
- A pesar de que los precios en fábrica son un 30-35% inferiores a los de los procesadores franceses, las empresas polacas sufrieron un descenso de sus exportaciones a Francia. Tras un rápido crecimiento de las exportaciones polacas a Francia (13% de 2009 a 2013), por primera vez disminuyeron en un 22% en 2014. Las estrategias coordinadas de los procesadores franceses para el desarrollo de nuevos productos, la promoción de la calidad (seco y salado y nunca congelado) y el suministro desde sistemas de producción sostenibles (salmón salvaje orgánico procedente de pesquerías bien gestionadas, acuicultura con el certificado GlobalGap...) han probado tener éxito.
- La estructura de los costes y la transmisión de los precios a lo largo de la cadena de valor francesa cambiaron considerablemente entre 2009 y 2013. El incremento del precio del salmón fresco (+36%) no se transmitió por completo a los precios en fábrica (+34%) y ejerció un impacto negativo en los márgenes de beneficio de los procesadores, que solo crecieron un 31% en valor. Los minoristas parecen haber amortizado la mayoría de los efectos del aumento de los precios de la acuicultura y el procesado, conteniendo el aumento del precio de venta al público en solo un 13%. El margen bruto medio de los minoristas cayó del 38,2% en 2009 al 18,7% en 2013.
- La elasticidad de los precios de la demanda alcanzó un límite en 2013, cuando el precio del salmón ahumado superó los 25 EUR, provocando caídas en la frecuencia de las compras y en el porcentaje de hogares que realizan compras.
- Las tendencias observadas en el mercado francés en los últimos tiempos muestran que el precio no es el único, ni el principal, componente de la competitividad. Los procesadores franceses han recuperado parte de la cuota de mercado a través de estrategias de diferenciación y de promoción de salmón ahumado “superior”. El consumo general de salmón ahumado se redujo a partir de 2013, debido al aumento de los precios de venta al público. Afecta más a los productos de menor categoría que a los productos “superiores” y más caros.

0 RECORDATORIO SOBRE LA TAREA – Alcance y contenido

0.1 Alcance del caso práctico

- El estudio se centra en el mercado más importante: Francia, de manera que se realizan análisis lo más pormenorizados posible solamente para este país;
- Se propone una perspectiva general de la información disponible y un análisis preliminar para los demás mercados relevantes y se hace especial hincapié en Polonia, que se ha convertido en el principal productor de salmón ahumado en los últimos años.
- En 2014, el mercado comunitario del salmón se estimó en 891.000 toneladas GWE¹, de las cuales 785.000 fueron utilizadas por la industria del procesado (fuente Marine Harvest).



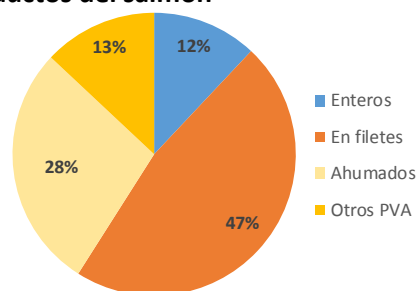
- Históricamente, los principales mercados para las distintas producciones según su origen están relativamente desconectados:
 - Noruega suministra a la UE, Rusia y Asia;
 - Escocia suministra principalmente al mercado de Reino Unido y exporta de manera limitada a la UE
 - Chile suministra a EE.UU., Sudamérica y Asia;
 - Canadá suministra a EE.UU. (costa oeste)

Cada una de las producciones se centra en los mercados cercanos, dado que el salmón se comercializa principalmente como producto fresco y que el tiempo y los costes de transporte son factores clave.

El salmón ahumado se consume en todo el mundo, pero los intercambios transcontinentales son limitados.

- De los diferentes productos del salmón, el salmón ahumado ocupó el segundo puesto en el mercado comunitario (28%), bastante alejado de los filetes (47%). El mercado comunitario del salmón ahumado se estimó en unas 175.000 toneladas de peso de producto en 2014, representando 280.000 toneladas de GWE de materia prima (salmón fresco), un aumento del 21% desde 2009.

Suministro al mercado comunitario de productos del salmón



¹ GWE: Equivalente de pescado eviscerado

Productos	Origen	Características	Mercado y factores condicionantes de los precios
Salmón del Atlántico ahumado Y sustitutos (trucha y salmón del Pacífico)	La mayoría de la materia prima se importa de Noruega (2/3) + producción comunitaria (1/3: Reino Unido, Irlanda)	Producto procesado: especialmente UE (PL, FR, Reino Unido)	La innovación es un determinante clave (innovación de los procesos en acuicultura e innovación producto-mercado de las empresas de ahumado) Mercado intracomunitario y competencia (desarrollo de las capacidades de procesado en Polonia y Lituania) Tipos de cambio (EUR/NOK, EUR/GBP)

El análisis se centra en:

- La influencia del equilibrio internacional entre oferta y demanda para el salmón fresco en el precio de la materia prima utilizada por la industria del ahumado en la UE;
- El efecto de los tipos de cambio, teniendo en cuenta que el salmón se cultiva fuera de la zona euro;
- Los efectos del traslado de la industria alemana del ahumado a Polonia sobre la competencia de las industrias nacionales y sobre el precio de los productos ahumados;
- La relación entre los actores de las cadenas de suministro y la distribución del valor, teniendo en cuenta que el sector del cultivo del salmón, la industria del ahumado del salmón y el sector minorista están muy concentrados en Francia;
- La dinámica del mercado y los efectos de la innovación y la segmentación sobre el precio medio de los productos del salmón ahumado.

0.2 Contenido del documento

La metodología utilizada para desarrollar los casos prácticos sobre la transmisión de precios en las pesquerías comunitarias y las cadenas de suministro de productos acuícolas incluye dos tareas complementarias:

- En primer lugar, recogida de los máximos datos y estadísticas disponibles y el desarrollo de investigaciones específicas (como análisis en grupo para establecer el rendimiento económico de los actores clave de la cadena de suministro);
- En segundo lugar, realización de entrevistas con expertos y partes interesadas (productores de salmón ahumado, minoristas, proveedores), con el fin de obtener comentarios cualitativos sobre los datos generados en la tarea 1, así como para recoger información adicional sobre los costes y márgenes estándar.

1 DESCRIPCIÓN DEL/DE LOS PRODUCTOS/S Y MERCADO/S

1.1 Salmón(es) y productos del salmón ahumado

1.1.1 Nombre, presentación, lugar y nomenclatura

El caso práctico se centra en los productos del salmón del Atlántico ahumado (filetes, rodajas, otros cortes), que son los productos de los salmónidos ahumados más producidos y consumidos en la UE.

- **Producto principal**

Nombre: salmón del Atlántico (*Salmo salar*)

El salmón del Atlántico cultivado es la principal materia prima procesada en la industria comunitaria del ahumado.



© Scandinavian Fishing Year Book

Presentación: casi exclusivamente pescado entero, eviscerado, con cabeza fresco o refrigerado. Talla: 3 – 6 kg. El fileteado se realiza en empresas de ahumado por razones sanitarias. La industria del ahumado utiliza pequeñas cantidades de salmón del Atlántico congelado.

- **Sustitutos**

Los principales sustitutos del salmón del Atlántico ahumado son otros dos grupos de salmónidos ahumados:

- Trucha arcoíris de acuicultura (*Onchorynchus mikiss*), en tallas grandes;
- Salmones del Pacífico de acuicultura o salvajes (*Onchorynchus* spp.), principalmente salmón rojo y salmón coho.

En el mercado francés, el salmón ahumado también se sustituye por otras carnes curadas o ahumadas (jamón curado o asado) a lo largo de todo el año, y con platos típicos de las fiestas en Navidad y Año Nuevo, como las ostras o el “foie gras”.

Códigos relacionados dentro de las nomenclaturas de los productos.

El salmón del Atlántico y el del Pacífico se diferencian en la nomenclatura COMEXT desde 2012, pero no en la nomenclatura PRODCOM. No obstante, los dos grupos de especies pueden diferenciarse por su origen.

Materia prima:

- Salmón, fresco o refrigerado - entero – COMEXT: 03021200 hasta 2011
- Salmón del Pacífico, fresco o refrigerado - entero – COMEXT: 03021300 desde 2012
- Salmón del Atlántico y salmón del Danubio, frescos o refrigerados - enteros – COMEXT: 03021400 desde 2012
- Salmón del Pacífico, del Atlántico y del Danubio, frescos o refrigerados – filetes – COMEXT: 03044100

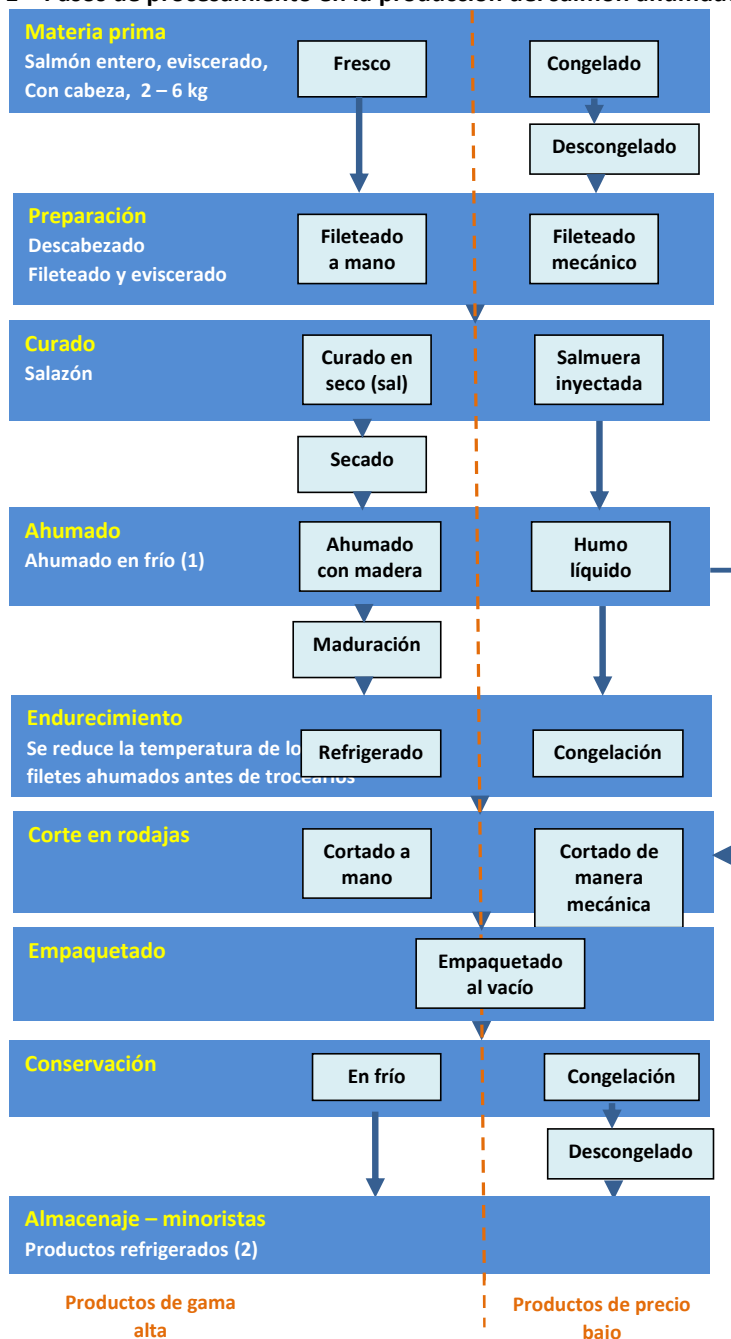
Productos finales:

- Salmón del Pacífico, del Atlántico y del Danubio ahumados (filetes incluidos) - COMEXT: 03054100; PRODCOM: 10202420 hasta 2011, 10202425 desde 2012.

1.1.2 Pasos para el procesado del salmón ahumado

Los productos de salmón ahumado se obtienen a través de dos técnicas principales: el ahumado en caliente, utilizado tradicionalmente en América del Norte, y el ahumado en frío, que es la técnica más utilizada en la UE. Los pasos para el procesamiento del ahumado en frío pueden variar dependiendo de las tradiciones y de la calidad objetivo de las empresas de ahumado (Figura en la página siguiente).

Figura 1 – Pasos de procesamiento en la producción del salmón ahumado en frío



Fuentes: Elaborado a partir de documentos técnicos proporcionados por las empresas de ahumado, IFREMER y entrevista con la organización profesional francesa (STF: Syndicat des Transformateurs de Saumon).
 (1) Existe muy poco salmón ahumado en caliente en el mercado francés. (2) La mayoría del salmón ahumado consumido en Francia está refrigerado.

Puntos fundamentales del análisis:

- Las técnicas tradicionales, que utilizan el curado en seco y el ahumado con astillas de madera, se han ido sustituyendo progresivamente por técnicas industriales, reduciendo los tiempos de procesamiento, los costes de mano de obra, la pérdida material... lo cual permite satisfacer la demanda de productos de gama media (marcas blancas) y de bajo precio;
- La industria del procesado ha desarrollado una amplia gama de productos de salmón ahumado e innovación.

Efectos sobre el precio:

- Las diferentes técnicas de procesado suponen diferentes rendimientos de la materia prima (la inyección de salmuera en los filetes permite que absorban hasta el 8% del agua, mientras que el curado en seco conlleva un pérdida de en torno al -2% del peso del pescado) y diferentes costes de producción. En consecuencia, los precios de los productos del salmón ahumado pueden variar considerablemente.

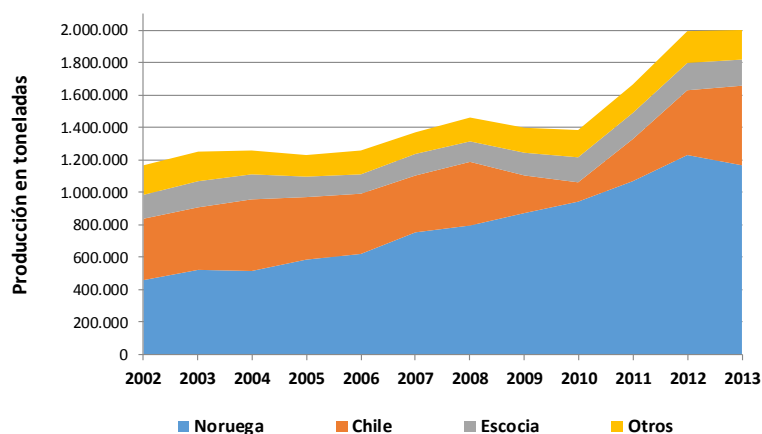
1.1.3 Producción y disponibilidad del salmón del Atlántico

La acuicultura es claramente el principal proveedor del mercado comunitario en lo que a salmón del Atlántico se refiere. En la zona del Báltico se desembarcan algunas toneladas de salmón del Atlántico salvaje, pero no se suministran a la industria del ahumado.

Puntos fundamentales del análisis:

- Tras una caída por debajo de los 1,4 millones de toneladas en 2010, debido a los fuertes efectos de una enfermedad del salmón en Chile, la producción mundial de salmón del Atlántico subió hasta los 2 millones de toneladas en 2013;
- En 2010, la cuota de mercado de Noruega creció hasta un máximo del 68% del suministro mundial. Se trata claramente del principal proveedor de salmón para la industria del ahumado comunitaria.

Gráfico 1 – Producción mundial de salmón del Atlántico de acuicultura (toneladas)



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Noruega	460 000	520 000	512 000	588 444	617 000	751 000	799 000	870 000	940 440	1 065 878	1 233 052	1 168 995
Chile	380 647	387 529	445 757	385 779	376 476	355 000	388 847	233 308	123 233	264 349	399 678	492 329
Escocia	142 961	161 748	150 000	123 000	118 525	129 930	129 545	142 283	154 800	158 544	162 888	154 458
Otros	183 683	182 259	151 775	135 910	148 040	134 689	147 095	156 353	165 283	177 264	200 879	188 803
Total	1 167 291	1 251 536	1 259 532	1 233 133	1 260 041	1 370 619	1 464 487	1 401 944	1 383 756	1 666 035	1 996 497	2 004 585
% Noruega	39%	42%	41%	48%	49%	55%	55%	62%	68%	64%	62%	58%

Fuentes: 2002 a 2009 – Datos de EUROSTAT, disponibles en el módulo 3 del dataset de EUMOFA
2010 a 2013 FAO (enlaces a páginas web disponibles en EUMOFA).

Efectos sobre el precio del salmón:

- La demanda mundial de salmón del Atlántico continuó aumentando en los últimos años, propiciado por el desarrollo de los mercados de sushi, mientras que la producción se estabilizó en 2012;
- El mercado del salmón está sumamente ajustado y cualquier caída en la producción hace que los precios suban. Este fue el caso de 2009-2010, cuando Chile redujo su suministro, debido a la crisis sanitaria, y de 2013, cuando la producción noruega se redujo;
- La industria del ahumado compite con los mercados del salmón fresco en el suministro de materias primas y se ve directamente afectada por los cambios en el equilibrio entre la oferta y la demanda.

2 LOS MERCADOS DE LA UE PARA EL SALMÓN AHUMADO

2.1 Estructura de los mercados comunitarios

2.1.1 Mercado aparente por Estado Miembro

El mercado comunitario de los productos del salmón ahumado se estimó en 155.600 toneladas en 2013, un aumento del 29% con respecto a 2010. Alemania es el mayor mercado, seguido de Francia, que fue el primer mercado hasta 2010. Juntos, ambos países representan el 49% del mercado comunitario en volumen (58% en 2010).

Tabla 1 - El mercado comunitario del salmón ahumado en 2013 (volumen en toneladas)

Estados Miembros	Producción	Importaciones	Exportaciones	Mercado aparente	% de mercado
UE 28	163 800	732	8 892	155 639	100%
Alemania	14 818	39 111	10 411	43 518	28,0%
Francia	28 259	8 696	4 368	32 587	20,9%
Reino Unido	16 716	2131	4 724	14 123	9,1%
Italia	1 149	12 418	107	13 460	8,6%
España	10 184	1 097	559	10 723	6,9%
Polonia	55 067	984	45 469	10 581	6,8%
Bélgica	2 903	6 060	1 308	7 655	4,9%
Dinamarca	13 368	2 311	9 692	5 987	3,8%
Países Bajos	3 000*	2 705	3 325	2 380	1,5%
Finlandia	1 830	308	37	2 101	1,3%
Austria	0	2 314	516	1 798	1,2%
Lituania	13 122	45	11 469	1 698	1,1%
Otros				7585	0,9%

* Estimación

Fuentes: STF (Syndicat des Transformateurs de Saumon) en la guía anual estadística de ADEPALE 2014.

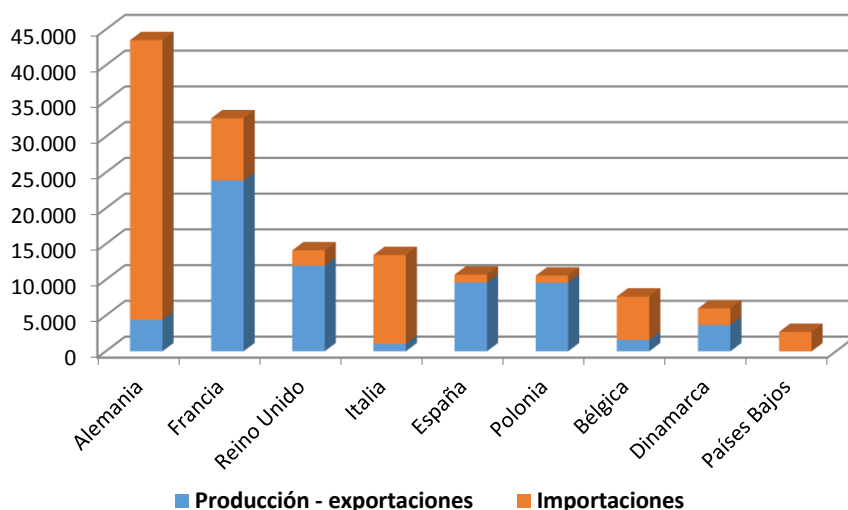
Fuentes alternativas: PRODCOM – 10202420 y 10202425 desde 2012 (producción de salmón y trucha ahumados) y COMEXT – 0305410 hasta 2011; 03021300 y 03021400 desde 2012 (importaciones y exportaciones de salmón ahumado) disponible en EUMOFA.

El mercado nacional aparente de cada Estado Miembro se calcula de la siguiente manera: producción – exportaciones +importaciones

2.1.2 Consumo aparente de salmón ahumado en el principal mercado comunitario

Los patrones de suministro del mercado son radicalmente diferentes en los dos principales mercados comunitarios: Alemania y Francia. La industria francesa del ahumado contribuye al 73,3% de la demanda nacional, mientras que Alemania depende fundamentalmente de los productos importados en un 90% (la industria alemana del ahumado se desplomó en la última década, mientras que la industria polaca desarrolló con fuerza sus capacidades de procesado y exportaciones a otros Estados Miembros de la UE).

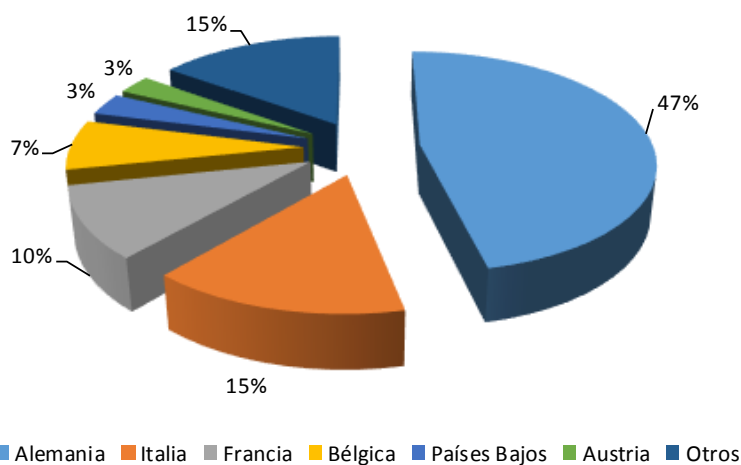
Gráfico 2 - Suministro de los principales mercados comunitarios en 2013 (volumen en toneladas)



Fuente: STF – guía anual estadística de ADEPALE 2013.

Alemania, Italia y Francia son los tres principales países importadores dentro de la UE, con un 73% del volumen total.

Gráfico 3 - Principales importadores europeos de productos de salmón ahumado (2013)

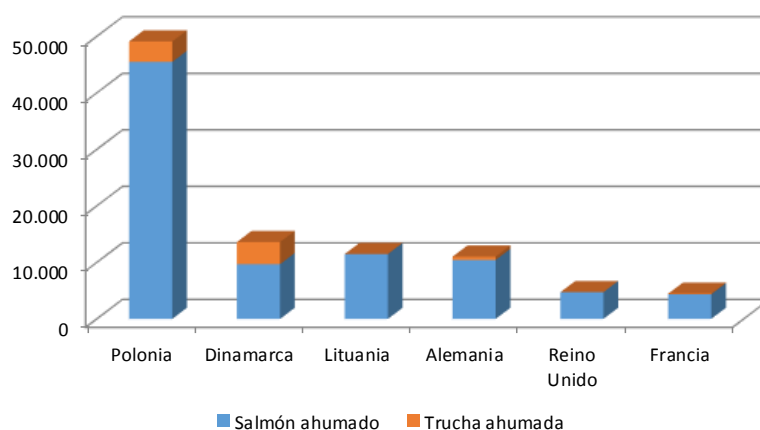


Fuente: Elaborado a partir de COMEXT – Datos de importaciones de la UE (códigos 03021300 y 03021400) disponible en EUMOFA

2.1.3 Principales países exportadores de la UE

La industria procesadora polaca desempeña un papel fundamental en el suministro de pescado ahumado (principalmente trucha y salmón ahumados) a Europa central y occidental. Las importantes inversiones realizadas en la industria del ahumado durante la última década (apoyadas por fondos del IFOP y el FEP) han convertido a Polonia en el líder de la producción y exportación comunitaria de salmón y trucha ahumados, con 49.000 toneladas en 2013 (un 40% más que en 2010). Dinamarca es el principal exportador de trucha ahumada y Lituania se sitúa en segundo lugar en lo que a exportaciones de salmón ahumado se refiere.

Gráfico 4 - Principales exportadores europeos de salmónidos ahumados en 2013 (volumen en toneladas)



Fuente: Elaborado a partir de COMEXT – Exportaciones de salmón ahumado (código 0305410) y de trucha ahumada (03054945)

Efectos sobre el precio: el desarrollo de nuevas e importantes capacidades en Polonia y Lituania durante la última década cambió las condiciones de competencia con otros procesadores comunitarios. Las industrias polaca y lituana del ahumado producen principalmente productos de básicos y de gama media (marcas blancas). Además ahora se centran en Francia, donde las dos principales empresas polacas (Morpol y Suempol) han construido y/o comprado instalaciones de procesado, que trabajan según los costes de producción franceses.

2.2 El mercado francés

2.2.1 El mercado de la trucha ahumada y del salmón ahumado

El mercado francés de los salmónidos ahumados (salmón y trucha) se estimó en 37.300 toneladas en 2014, con un ligero descenso en comparación con 2013. El de la trucha ahumada es un segmento en fuerte crecimiento, que representó el 10% de las ventas en volumen en 2014.

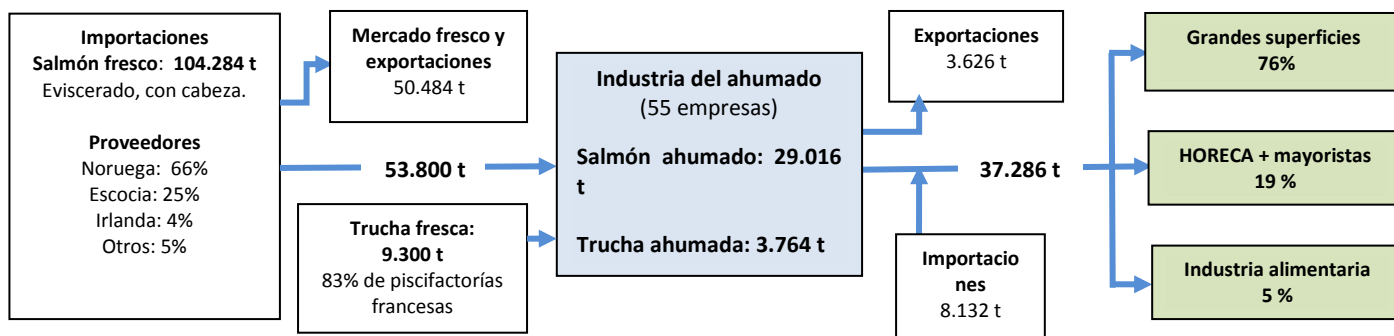
Tabla 2 - Consumo aparente de trucha y salmón ahumado en Francia (volumen)

(Toneladas)	Salmón ahumado	Trucha ahumada	Salmón + trucha
Producción	29 016	3 764	32 780
Importaciones	7 824	308	8 132
Exportaciones	3 330	296	3 626
Consumo aparente 2014	33 510	3 776	37 286
<i>Consumo aparente 2013</i>	<i>34 471</i>	<i>3 521</i>	<i>37 999</i>
<i>Evolución 2014/2013</i>	<i>-2,79%</i>	<i>+7,25%</i>	<i>-1,88%</i>

Fuentes: STF – Guía anual estadística de ADEPALE 2014.

2.2.2 Estructura de la cadena de suministro

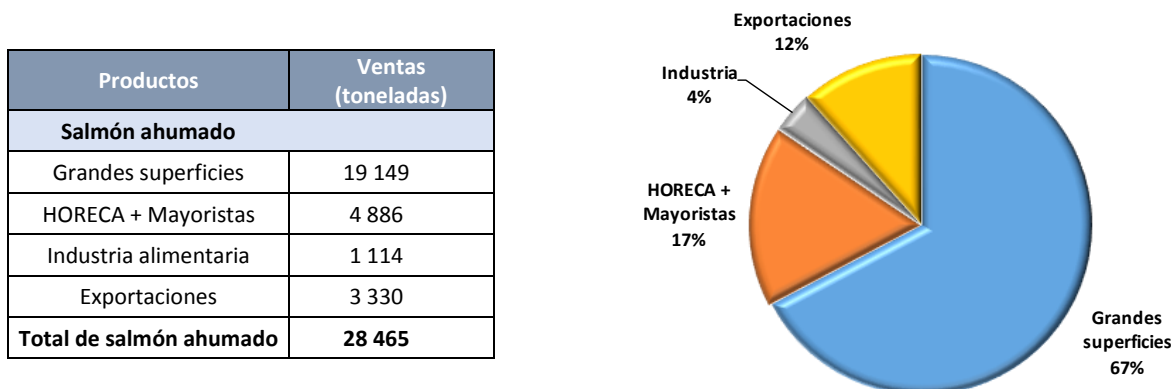
La industria francesa del ahumado la componen 55 empresas especializadas, 6 de las cuales son responsables de más del 80% del volumen de negocio total.



Fuentes:

Importaciones y exportaciones francesas de salmón fresco y ahumado según origen: EUMOFA
 Producción de trucha fresca, de salmón y trucha ahumados, canales de comercialización: STF- ADEPALE (guía anual estadística 2014). Número de empresas de ahumados: DCF – De FranceAgriMer

Gráfico 5 - Desglose de ventas de los productores franceses de salmón ahumado (volumen en toneladas)



Fuente: STF – Guía anual estadística de ADEPALE 2014.

Puntos fundamentales del análisis:

- Las grandes superficies venden más de dos tercios del volumen producido por los procesadores franceses. Desarrollan marcas blancas y productos de bajo precio.
- Las importaciones ascendieron a 8.000 t en 2013 y Polonia suministró el 72% del volumen. Se observó una caída en 2014, con una bajada general del -11% en las importaciones francesas y del -22% en productos polacos.
- El mercado francés se divide en las marcas de los procesadores, principalmente para los productos de gama alta, y en marcas blancas, en su mayoría orientadas a productos básicos y de gama media.

Efectos sobre el precio:

- Las estrategias de precios bajos de las grandes superficies han abierto el mercado de los productos de gama baja y marcas blancas a los proveedores de bajo coste (Polonia, Lituania);

- Las empresas francesas de ahumado de salmón han desarrollado estrategias innovadoras para mantener su cuota de mercado y limitar el desarrollo de marcas blancas y productos de gama baja.

2.2.3 Segmentación del mercado

El mercado francés del salmón ahumado se divide en tres criterios principales:

- El origen geográfico del salmón: Noruega, Escocia, Irlanda o Alaska, en el caso del salmón salvaje del Pacífico.
- Marcas blancas y de los procesadores.
- La calidad de la materia prima: salmón salvaje o de piscifactoría, salmón orgánico, *Label Rouge*....

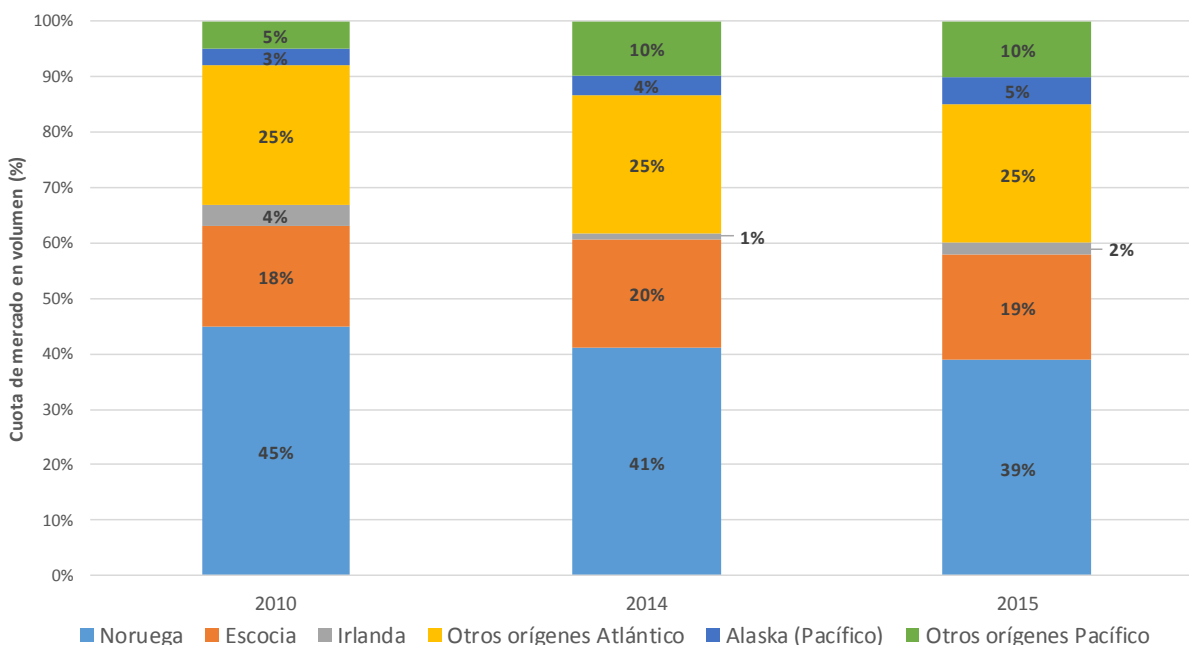
La trucha ahumada se ha convertido en un segmento de mercado específico e importante en los últimos años, estimulado por sus ventajas cualitativas (bajo en grasa, orgánico, tamaño...) La trucha ahumada representó 3.400 toneladas (un 63% más con respecto a 2009) y 101 millones de euros en 2014.

- Segmentación según origen

El salmón ahumado del Atlántico representó el 95% del volumen vendido en los supermercados franceses en 2015. La cuota de mercado del salmón ahumado del Pacífico disminuyó en 3 puntos entre 2010 y 2015.

- Noruega continúa siendo el referente, pero se enfrentó a unas pérdidas de 6 puntos de cuota de mercado en los últimos cinco años, que benefician parcialmente a Escocia;
- Otros orígenes (como Feroe) ganaron 10 puntos durante el mismo periodo.

Gráfico 6 - Segmentación del mercado según origen en los supermercados franceses (volumen)

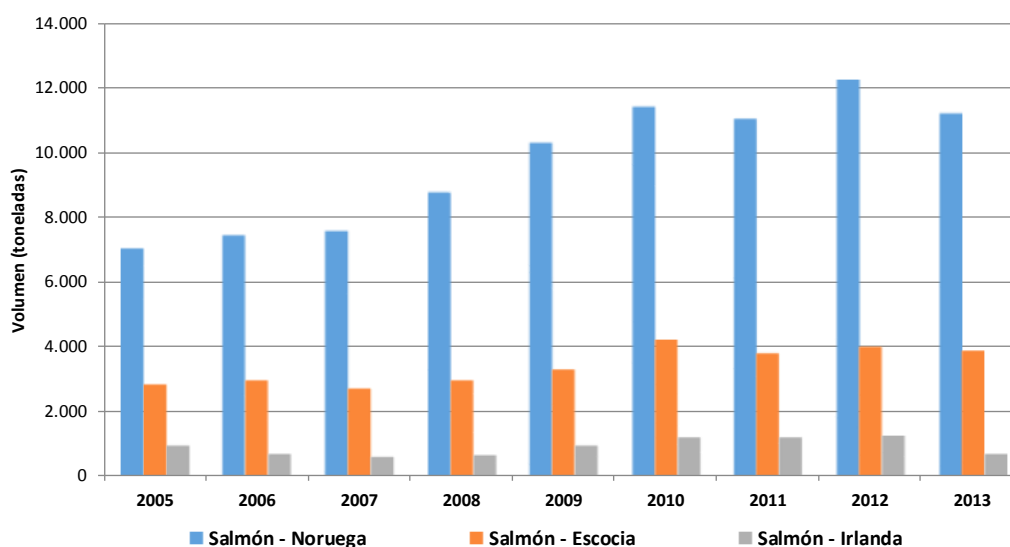


Fuente: Panel de consumidores (Nielsen), prensa profesional francesa (Produits de la Mer, Linéaires).

Las elecciones de los consumidores franceses en 2013 afectaron de forma negativa a la cuota de mercado de origen noruego, debido a:

- En primer lugar, las inversiones en marketing de los procesadores franceses a favor de la innovación y promoción de productos de alta gama, mencionando los orígenes de la materia prima.
- En segundo lugar, el gran aumento de precio a nivel minorista (ver capítulo 3.3).
- Finalmente, los efectos de las campañas de comunicación de 2013 que señalaban condiciones de cría controvertidas en las piscifactorías noruegas (baja calidad del pienso, uso de pesticidas...);

Gráfico 7 - Segmentación del mercado del salmón ahumado del Atlántico según origen principal (toneladas)



Fuente: Elaboración de Kantar Panel para FranceAgriMer, disponible en EUMOFA.

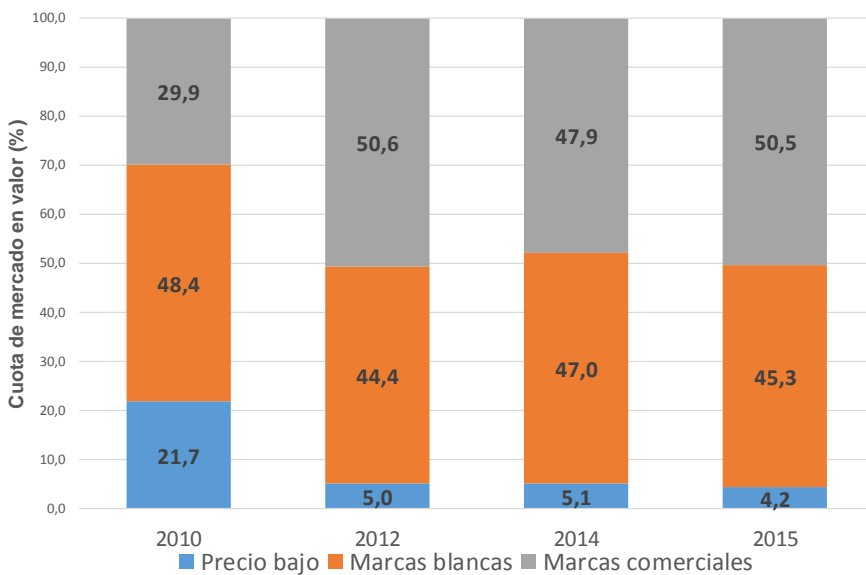
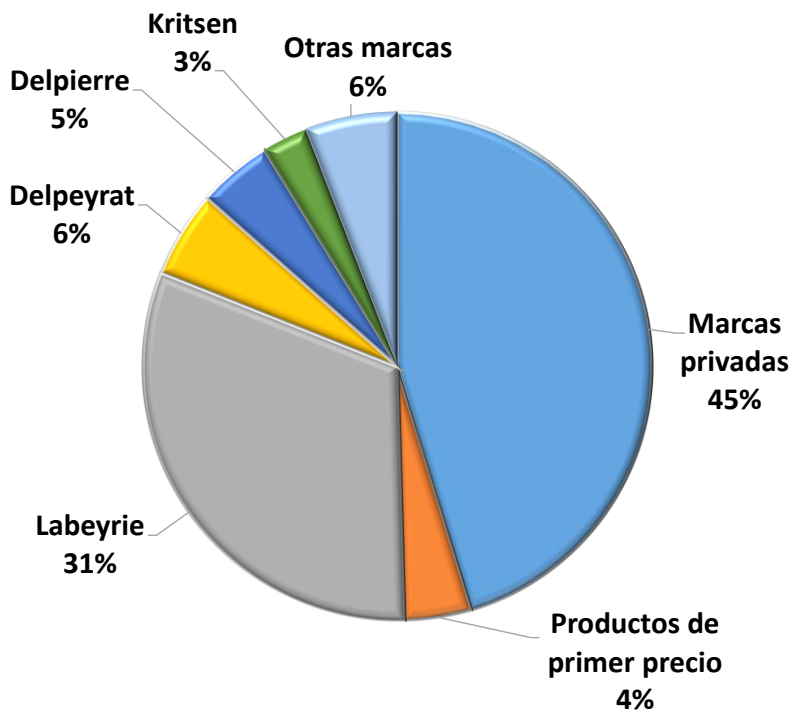
- **Segmentación por etiquetas / marcas**

Entre 2000 y 2010 en el mercado del salmón ahumado las marcas registraron una brusca reducción su cuota, de un 68% a un 30% en volumen, y una progresión simétrica de marcas blancas y productos de baja gama y precio (en ocasiones sin una marca específica).

No obstante, desde 2010, las empresas procesadoras francesas desarrollaron estrategias de marketing muy eficaces para la diferenciación y promoción de sus marcas, lo que condujo a una caída en la tendencia en 2015. El porcentaje de marcas comerciales en valor volvió a cruzar la marca del 50%.

En 2012 – 2013 tuvo lugar una reestructuración de la industria francesa del ahumado tras el aumento del precio del salmón fresco y la consiguiente reducción de la rentabilidad para las empresas de ahumado. Esto llevó a quiebras empresariales, reestructuraciones y a una concentración del sector, favoreciendo que surgieran tres grandes líderes (Labeyrie y Delpéyrat, dos líderes franceses del “foie gras” y alimentación de alta gama, y Marine harvest Kritsen-Morpol) con una mayor capacidad negociadora con las grandes superficies.

Gráfico 8 - Segmentación del mercado por marca en los supermercados franceses (en valor, 2015)



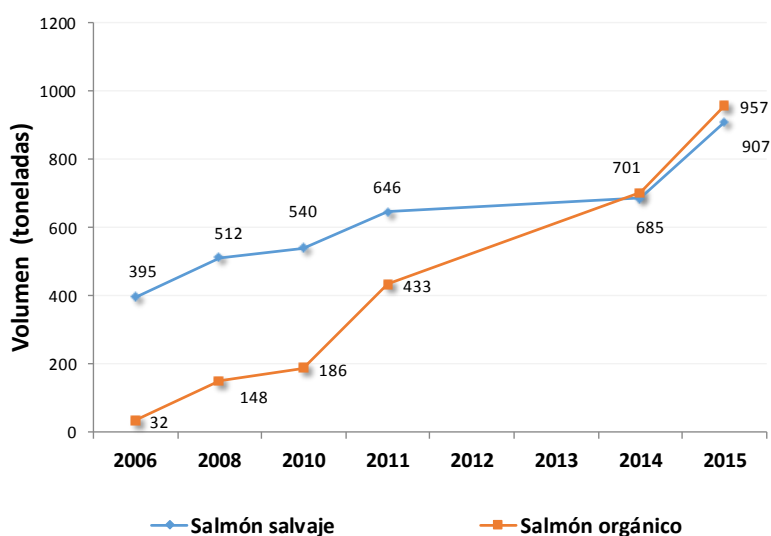
Fuente: Panel de consumidores (Nielsen), en la prensa francesa sobre productos del mar (Produits de la Mer, Linéaires).

Desde 2015 las marcas comerciales que propusieron productos de mayor calidad y/o certificados (label Rouge, orgánicos) revirtieron las tendencias descendentes y recuperaron algunas de las cuotas de mercado que habían perdido en años anteriores. Esto impactó de forma negativa principalmente en los productos de gama baja importados de Polonia.

- **Tendencias en segmentos de calidad**

Incluso representando una parte minoritaria del mercado (<10%), los productos de “alta calidad” (salmón salvaje, trucha y salmón orgánico...) atrajeron nuevos consumidores y crecieron de forma significativa (el volumen se multiplicó por 2,5 entre 2010 y 2015) a pesar de tener unos precios más altos.

Gráfico 9 - Segmentación del mercado del salmón ahumado en supermercados franceses (volumen)



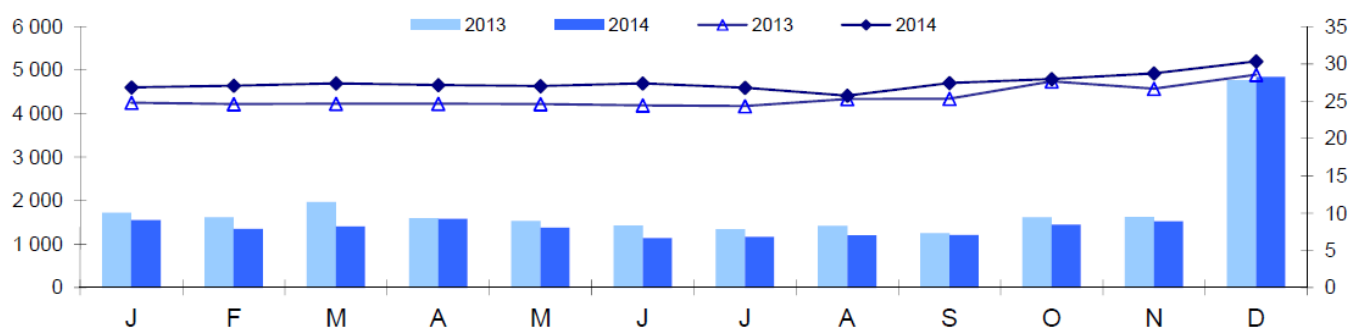
Fuente: Panel de consumidores (Nielsen), en la prensa francesa sobre productos del mar (Produits de la Mer, Linéaires).

2.2.4 Estacionalidad del consumo

Una característica clave del mercado francés de los salmónidos ahumados es que cerca del 30% de las ventas anuales se concentran en diciembre. Durante el periodo de Navidad y Año Nuevo, el salmón ahumado se considera un plato festivo tradicional, mientras que durante el resto del año se consume prácticamente solo como comida preparada.

Gráfico 10 - Patrones estacionales del consumo del salmón ahumado en Francia

(Escala: derecha – volumen en toneladas, izquierda – precio en EUR/kg)



Fuente: Kantar Panel para FranceAgriMer

2.3 Principales condicionantes del mercado

El análisis de las tendencias recientes del mercado muestra que los principales condicionantes son:

- La competencia entre minoristas (marcas blancas de bajo precio) y procesadores (marcas comerciales). La balanza de poder se ha modificado de forma significativa con la reciente reestructuración de la industria francesa y comunitaria del salmón ahumado;
- La competencia entre los productos básicos y los de gama alta, la sustitución y la elasticidad de los precios de la demanda en un contexto de aumento del precio de las materias primas;
- La mayor preocupación de los consumidores franceses con respecto a la calidad e imagen de los diferentes productos.

3 LOS PRECIOS A LO LARGO DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Este capítulo analiza los datos sobre precios disponibles (de EUMOFA y otras fuentes) y las tendencias de los precios en los distintos niveles de la cadena de suministro del salmón ahumado en Francia, con el objetivo de establecer un marco para el análisis de la transmisión de precios (capítulo 4).

3.1 Precio de la materia prima

Las empresas francesas de ahumado de salmón dependen casi exclusivamente de materias primas importadas (la acuicultura francesa produce solo 1.000 toneladas de salmón del Atlántico). La mayoría del pescado usado en la industria del ahumado se importa de Noruega y entra en la UE a través de Suecia.

El precio medio aparente del salmón fresco entero se aprecia a partir de la proporción valor/volumen importado.

Tabla 3 - Precios del salmón fresco entero importado a Francia

	Salmón, fresco o refrigerado: entero (03021200 hasta 2011 - 03021300 y 03021400 desde 2012)							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
IMPORTACIONES (valor - EUR)	345 276 579	416 286 115	539 526 073	507 661 360	474 587 511	587 879 057	565 714 975	568 198 960
IMPORTACIONES (volumen - toneladas)	91 214	107 129	111 100	109 281	116 602	110 977	104 284	107 837
IMPORTACIONES (precio - EUR/kg)	3,79	3,89	4,86	4,65	4,07	5,30	5,42	5,27

	Salmón del Pacífico, fresco o refrigerado: entero (03021300)			
	2012	2013	2014	2015
IMPORTACIONES (valor - €)	92 291 525	91 810 847	9 578 257	8 053 456
IMPORTACIONES (volumen - toneladas)	21 505	16 818	1 530	1 195
IMPORTACIONES (precio - €/kg)	4,29	5,46	6,26	6,74

	Salmón del Atlántico, fresco o refrigerado: entero (03021400)			
	2012	2013	2014	2015
IMPORTACIONES (valor - €)	382 295 986	496 068 210	556 136 718	560 145 504
IMPORTACIONES (volumen - toneladas)	95 097	94 159	102 754	106 642
IMPORTACIONES (precio - €/kg)	4,02	5,27	5,41	5,25

Fuente: Elaboración a partir de COMEXT (importaciones en volumen y valor). Los precios anuales medios se calculan dividiendo el valor entre el volumen. Desde 2012, el salmón del Atlántico y el salmón del Pacífico (especies diferentes) se distinguen en las estadísticas de COMEXT.

La caída en la producción de Chile (2009-2010) fue la responsable del primer desequilibrio mundial entre oferta y demanda. La producción chilena continuó fluctuando desde entonces, y en 2013 tuvo lugar un nuevo aumento del precio del salmón fresco (+30% con respecto a 2012).

3.2 Precios de fábrica

Hay dos fuentes disponibles en Francia para calcular, de forma anual, el precio medio de fábrica del salmón ahumado (y de la trucha):

- Los datos recogidos por la organización profesional francesa de empresas del salmón ahumado (STF-ADEPALE).
- Las estadísticas de PRODCOM (código 10202420), recogidas de forma parcial por ADEPALE.

Tabla 4 - Precios de fábrica de salmónidos ahumados en Francia (todo tipo de presentación, salmón + trucha)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PRODCOM (EUR/kg)	17,1	17	17,3	15,8	NA	18,7	17,8	20,6	21,8
ADEPALE (EUR/kg)	15,3	15,8	15,1	15,4	16,5	16,8	15,8	17,6	17,9

Fuente: Los precios de fábrica de ADEPALE se calculan dividiendo el valor de las ventas anuales de la industria entre el volumen de productos. Datos de PRODCOM (10202420 hasta 2011, 10202425 desde 2012 – ventas de trucha y salmón ahumados)

Teniendo en cuenta que los datos de ADEPALE sobre la facturación y el volumen pueden incluir otros productos aparte del salmón ahumado, el precio de fábrica que se usa en los siguientes capítulos es el de PRODCOM, excepto para 2010, donde se usan datos de ADEPALE (no hay datos de PRODCOM disponibles para ese año).

3.3 Precios al por menor

Los precios anuales medios al por menor de la trucha y el salmón ahumados están controlados por FranceAgriMer a través de un panel de consumidores. El salmón ahumado de Noruega producido con materias primas es la referencia de gama media, mientras que los de Irlanda y Escocia se comercializan principalmente como productos de alta gama.

Gráfico 11 - Precio al por menor del salmón del Atlántico y de la trucha ahumados en Francia (EUR/kg IVA incluido (EUR/kg IVA incluido))

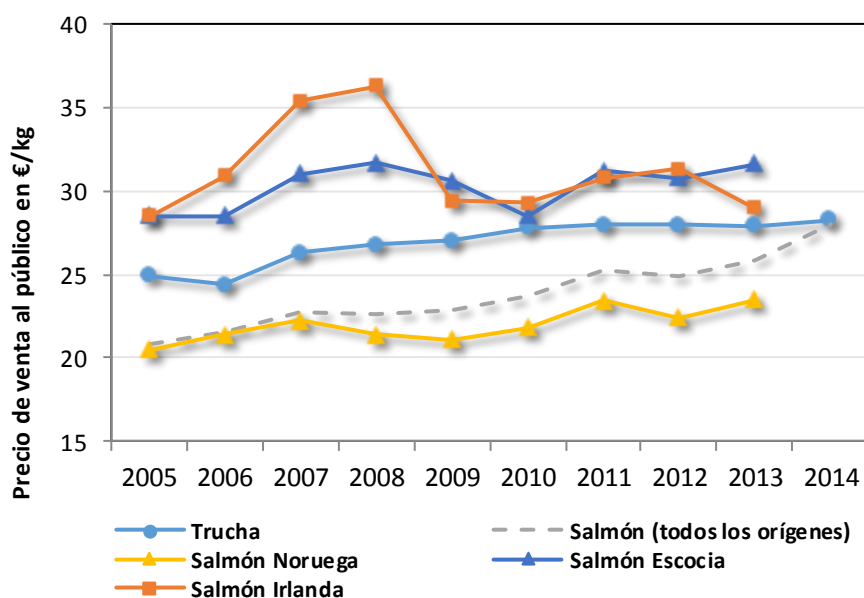


Tabla 5 – Precios al por menor franceses de la trucha y el salmón ahumados según origen (en EUR, IVA incluido)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Trucha	24,9	24,4	26,3	26,8	27	27,8	28	28	27,9	28,3
Salmón (todos los orígenes)	20,8	21,5	22,7	22,6	22,8	23,7	25,2	24,9	25,9	28
Salmón de Noruega	20,5	21,4	22,2	21,4	21,1	21,8	23,4	22,4	23,5	NA
Salmón de Escocia	28,5	28,5	31	31,7	30,6	28,5	31,2	30,8	31,6	NA
Salmón de Irlanda	28,5	30,9	35,4	36,3	29,4	29,3	30,8	31,3	29	NA

Fuente: Elaborado a partir de la guía anual de FranceAgriMer.

Los precios de fábrica afectan al precio medio de una variada gama de productos (las empresas de ahumado generalmente procesan trucha y salmón de distintos orígenes).

Por ello, es más relevante usar el precio al por menor del salmón y la trucha y calcular un precio medio para los productos de los salmónidos ahumados (tabla 6).

Tabla 6 - Precio medio al por menor de la trucha y salmón ahumados (en EUR, IVA incluido) en Francia

Valor (€)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Salmón + trucha	21,8	23	22,9	23,1	24,1	25,5	25,2	26,1	28,0

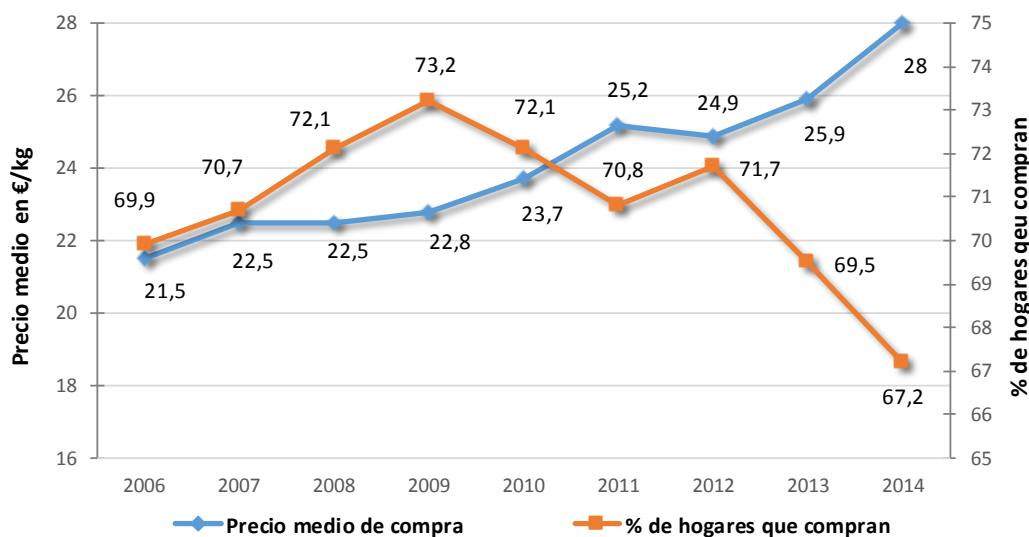
Fuente: Kantar Panel – FranceAgriMer.

Los datos del salmón y de la trucha se han sumado teniendo en cuenta que la industria del ahumado procesa ambas especies en Francia.

3.3.1 Elasticidad de los precios

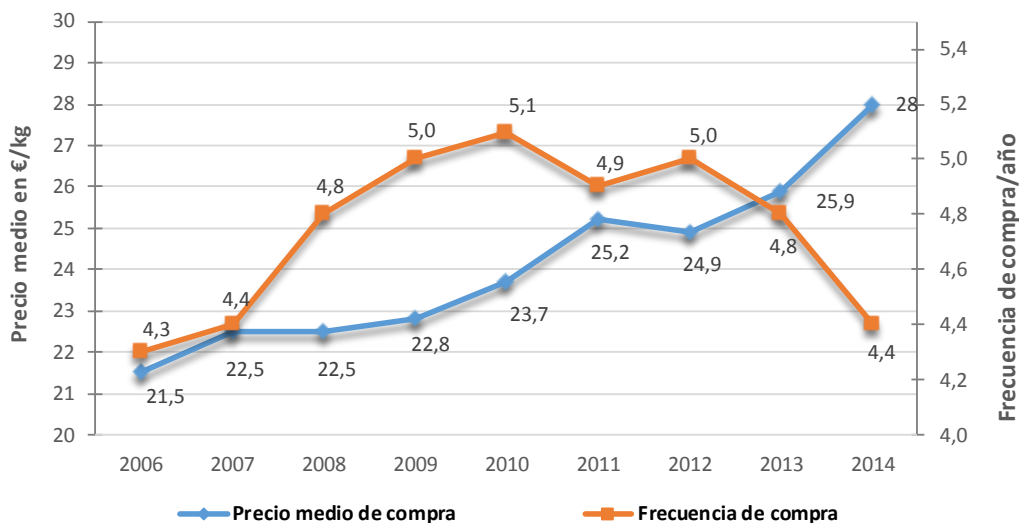
FranceAgriMer-Kantar panel proporciona algunas indicaciones acerca de la relación entre el precio y el nivel de compra. Los gráficos 12 y 13 muestran una brecha en el comportamiento de compra de los consumidores franceses cuando el precio al por menor del salmón ahumado alcanzó los 25 EUR/kg.

Gráfico 12 - Relación entre el precio al por menor del salmón ahumado y el % de hogares compradores



El aumento de 1 EUR/kg en el precio al por menor observado en 2013 (tras el aumento del 30% en el precio del salmón fresco entero) llevó a un descenso tanto en el porcentaje de hogares compradores como en la frecuencia de compra. Esta tendencia se acentuó en 2014, con un nuevo aumento en el precio al por menor de cerca de 2 EUR/kg.

Gráfico 13 - Relación entre el precio del salmón ahumado y la frecuencia de compra



Fuente: Elaborado a partir de FranceAgriMer

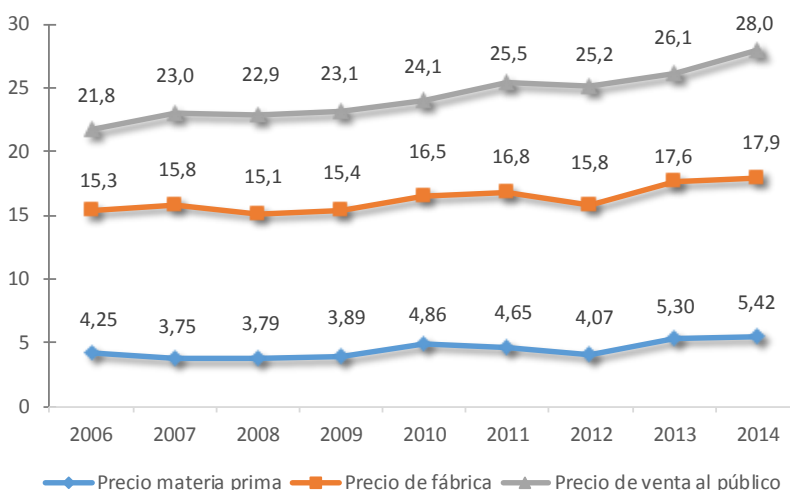
4 TRANSMISIÓN DE PRECIOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Este capítulo proporciona un análisis de los precios medios anuales disponibles a lo largo de las diferentes etapas de la cadena de valor, la distribución del valor entre actores y un primer análisis de costes y márgenes basado en las cuentas anuales de las empresas de ahumados.

4.1 Análisis de la serie temporal de los precios

La siguiente figura muestra, en un mismo gráfico, los precios calculados en el capítulo 3. La figura no muestra una asimetría evidente en las tendencias de los distintos precios.

Gráfico 14 - Precios medios anuales a lo largo de la cadena de suministro



Fuentes: Elaborado a partir de COMEXT (salmón fresco importado), PRODCOM (precios de fábrica) y Kantar Panel (precio al por menor)
Ver tablas 3 a 6 para los métodos de cálculo y límites.

Un primer enfoque consiste en calcular el “porcentaje” del valor obtenido según cada nivel/actores de la cadena en % del precio final (tabla 7 a continuación). Teniendo en cuenta los límites y los márgenes de error de los diferentes precios medios, los porcentajes son indicadores de una “situación media”; pueden ser muy distintos para productos distintos y distintos tipos de actores (grandes procesadores/minoristas, PYMEs/pequeños minoristas...).

Tabla 7 - Distribución del valor entre los actores de la cadena

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Proveedores	19,5%	16,3%	16,6%	16,8%	20,2%	18,2%	16,2%	20,3%	19,4%
Industria procesadora	50,7%	52,4%	49,4%	49,7%	48,4%	47,7%	46,5%	47,1%	44,6%
Minoristas	29,8%	31,3%	34,1%	33,5%	31,4%	34,1%	37,3%	32,7%	36,1%

Fuentes: Porcentajes calculados a partir de precios medios a niveles de importación, fábrica y minorista (gráfico 14)
 El desglose del valor final pagado por los consumidores por nivel se calcula de la siguiente manera:
 Proveedores: precio de importación / precio de minorista;
 Industria procesadora: (precio de fábrica – precio de importación) / precio de minorista;
 Minoristas: (precio de minorista – precio de fábrica) / precio de minorista.

4.2 Costes y márgenes en la industria del ahumado del salmón

Las siguientes tablas y figuras presentan la información disponible acerca de los costes y márgenes en la industria del ahumado del salmón en Francia, haciendo especial énfasis en la transmisión de precios a lo largo de la cadena de suministro. Estos elementos se analizan para dos años: 2009 y 2013 (las cuentas anuales de 2014 de DCF aún no están disponibles).

La metodología empleada para reconstituir la transmisión de precios en la industria procesadora es la siguiente:

- El precio aparente de materias primas, precio de fábrica de los productos procesados de la industria del ahumado y el precio al consumidor son los que se calcularon en el capítulo anterior;
- El “rendimiento del procesado” se calcula (para toda la industria, independientemente de los productos) a partir de la relación entre las materias primas empleadas y el volumen de los productos procesados. Permite calcular el coste real de la materia prima, que integra pérdidas en el procesado (cabeza, espinas, piel...)². Se expresa finalmente como un coste en EUR/kg de materia prima;
- Algunos costes de explotación “básicos” (costes laborales y de procesado + empaquetado + costes de logística) se deducen de las cuentas anuales agregadas (2009 y 2013) de las empresas francesas especializadas en el ahumado de salmón y trucha, disponibles en fuentes públicas (base de datos DIANE-AMADEUS), pero la normativa francesa sobre contabilidad no permite obtener información más detallada sobre los costes específicos de procesado, como los costes energéticos o de empaquetado. Los costes se expresan como un % de la facturación y el % se aplica a continuación al precio de fábrica para obtenerlo en EUR/kg;
- El margen de beneficio (EBITDA) se deduce de las cuentas anuales y se convierte a EUR/kg;

² La mayoría de la piel – recortes, carne – se valora en la fabricación de platos preparados o en comida para animales. Solo las espinas y la piel son pérdidas reales.

- A continuación se verifica que la suma de costes y márgenes de la industria del procesado al precio de la materia prima esté en línea con el precio medio de fábrica (que es el caso para la industria francesa del salmón en 2009 y 2013).

Los datos de los cálculos se presentan en la tabla 8.

Analizar la transmisión de precios en el sector de las grandes superficies es mucho más difícil, dada la concentración del negocio y la poca voluntad de comunicar sus costes y márgenes. Además, los resultados financieros del apartado de productos de la pesca y de la acuicultura no están separados de los apartados de otros productos alimentarios o no alimentarios en las cuentas de las empresas. Por eso, es imposible aplicar la metodología desarrollada para el nivel del procesado.

No hay datos disponibles para analizar el desglose de los costes laborales, costes de marketing, pérdidas y márgenes de los productos del salmón y la trucha ahumados, que se presentan a los consumidores en una sección específica en Francia (sección de delicatessen de productos del mar refrigerados, no siempre conectado con la sección de pescado fresco).

Debido a la falta de datos, la participación de los minoristas en la cadena de valor se deduce de la diferencia entre el precio de venta al público (excluyendo el IVA, que es un 5,5% para los alimentos en Francia) y el precio de fábrica (véase tabla 8 y gráfico 15 en las páginas siguientes).

Tabla 8 - Costes y márgenes en la industria del ahumado de salmón en Francia (2013)

Costes y márgenes	€/kg	% de precio de fábrica	% de precio de venta al público
Materia prima (importada) (1)	5,3	25,7%	20,3%
Rendimiento del procesado de la materia prima (2)	5,6	27,1%	21,4%
Costes de procesado, empaquetado y logística (3)	4,1	20,0%	15,8%
Costes laborales (4)	3,9	18,7%	14,8%
Margen de beneficio del procesado (5)	1,7	8,5%	6,7%
Precio de fábrica (6)	20,6	100,0%	78,9%
Costes y márgenes de la venta al público (7)	4,1		15,6%
IVA (5,5%) (8)	1,4		5,5%
Precio de venta al público (IVA incluido) (9)	26,1		100,0%

Fuentes:

(1) El precio medio anual del salmón fresco del Atlántico importado se calcula a partir de COMEXT.

(2) El rendimiento del procesado es del 49% según la organización francesa de empresas de ahumado, STF-ADEPALE. Este rendimiento va en línea con los costes de la materia prima, y aparece en las cuentas consolidadas de las principales empresas francesas especializadas en salmón y trucha ahumados. Basándose en un precio medio de 5,30 EUR/kg para el salmón del Atlántico importado desde Noruega, los costes netos de la materia prima, teniendo en cuenta las pérdidas en el procesado (cabeza, vísceras, cieno, desecación de espinas...), se estiman en 10,90 EUR/kg.

Los ratios medios de (3), (4) y (5) se obtienen a partir de las cuentas anuales consolidadas de las empresas francesas de ahumado de salmón (DCF de FranceAgriMer).

(3) Los demás costes de explotación (excluyendo los costes laborales) representaron el 20% del volumen de negocio consolidado de los procesadores franceses (DCF).

(4) Los costes laborales incluyen los de los empleados de las empresas y los de trabajadores temporales externos.

(5) Volumen de negocio – compra de materia prima – costes laborales – otros costes de explotación.

(6) Los precios medios de fábrica se calculan a partir de PRODCOM.

(7) No hay datos públicos disponibles sobre costes y márgenes de la sección de productos de la pesca y de la acuicultura en grandes empresas minoristas.

(8) IVA para productos alimentarios en 2013

(9) Precio medio de venta al público a partir de paneles nacionales de consumidores (Kantar).

La comparación de los costes y márgenes calculada para 2009 (anterior caso práctico) y 2013 muestra que el aumento en los costes de la materia prima (+36%) no se transmitió completamente a los precios de fábrica (+34%) e impactó en los márgenes de explotación de los procesadores, que solo aumentaron un 31% en valor. Los minoristas parecen haber absorbido la mayor parte de los efectos del aumento de los precios de la acuicultura y del procesado, conteniendo el aumento del precio de venta al público en solo un 13%.

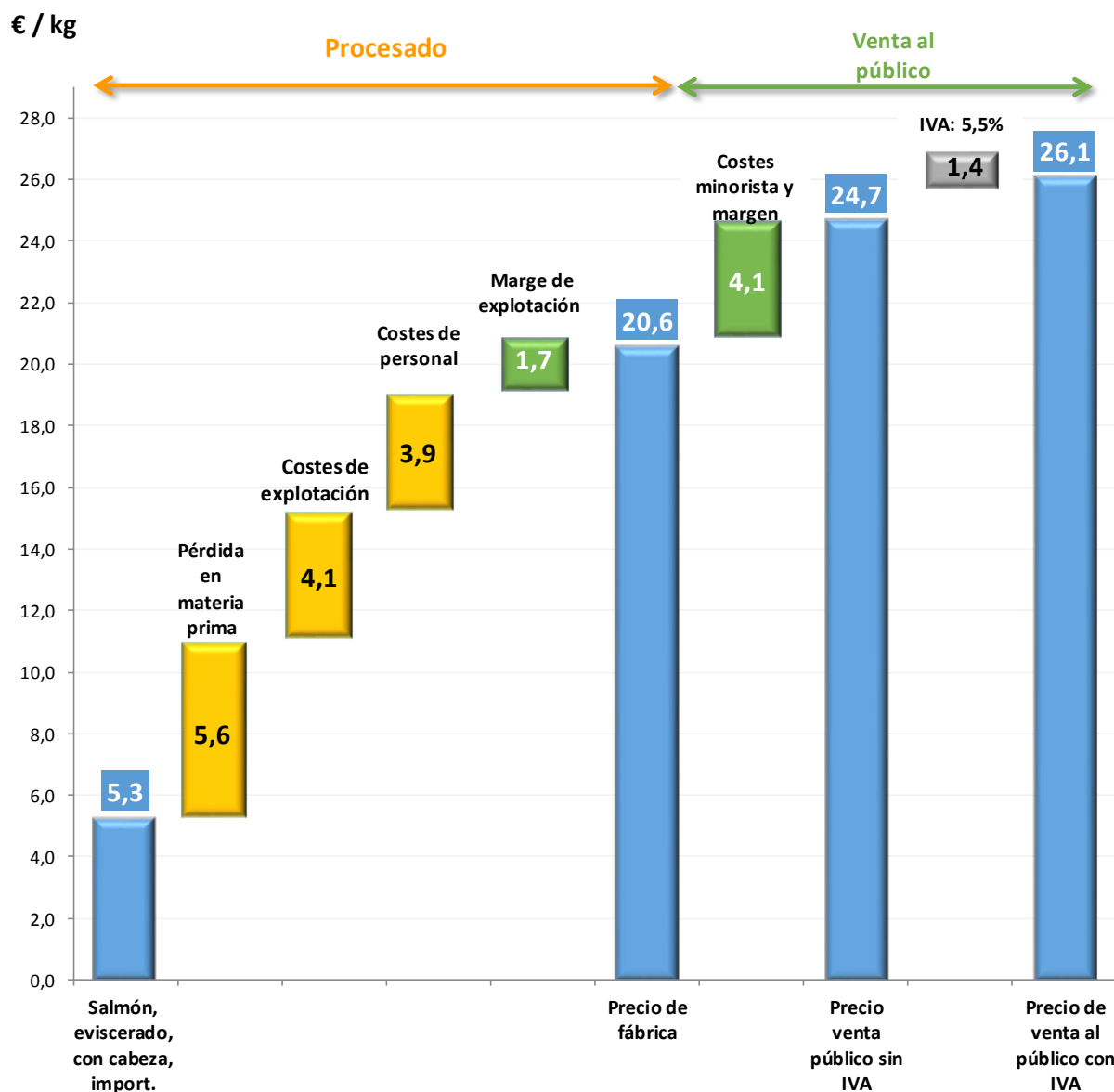
Tabla 9 – Comparación de costes y márgenes en 2009 y 2013

Costes y márgenes	2009 €/kg	2013 €/kg	2013/2009 %
Materia prima (importada) (1)	3,9	5,3	36 %
Rendimiento de procesado de la materia prima (2)	4,1	5,6	37 %
Costes de procesado, empaquetado y logística (3)	3,7	4,1	21 %
Costes laborales (4)	2,4	3,9	63 %
Margen de explotación del procesado (5)	1,7	1,7	31 %
Precio de fábrica (6)	15,7	20,6	34 %
Costes y márgenes de minorista (7)	6,0	4,1	-37%
IVA (5,5%) (8)	1,3	1,4	17 %
Precio de venta al público (IVA incluido) (9)	23,1	26,1	13 %

4.3 Análisis de la transmisión de precios

El siguiente gráfico muestra los costes y márgenes medios disponibles que influyen en la transmisión de precios en la industria del salmón ahumado de Francia (datos de 2013).

Gráfico 15 - Transmisión de precios en los productos del salmón ahumado en Francia (2013)



Fuentes: véase tabla 8.

5 TENDENCIAS Y PRINCIPALES CONDICIONANTES DE LOS PRECIOS

Este capítulo proporciona información y un análisis sintético sobre los factores externos que influyen en los precios a diferente nivel (costes de las materias primas, costes de explotación de los mayoristas, procesadores y minoristas, tipos de cambio y competición-sustitución con otros productos y proveedores).

5.1 Precios de las materias primas

El salmón es un producto afectado a nivel mundial por ciclos de sobreoferta y de desabastecimiento. Las consecuencias sobre los precios de un suministro insuficiente se han abordado en capítulos previos.

El análisis de la tendencia del precio del salmón fresco y los tipos de cambio (gráficos de abajo) muestran que:

- No se observa ninguna correlación clara entre los tipos de cambio y los precios, a pesar de que Noruega es el proveedor de referencia que suministra la mayor parte de la materia prima a procesadores comunitarios;
- La demanda de salmón continúa siendo alta y el reducido suministro de Chile desde 2010 tuvo un impacto devastador en todo el mercado.
-

Gráfico 16 - Tendencia en el precio del salmón importado a Francia desde Noruega y tipo de cambio NOK / EUR (índice)

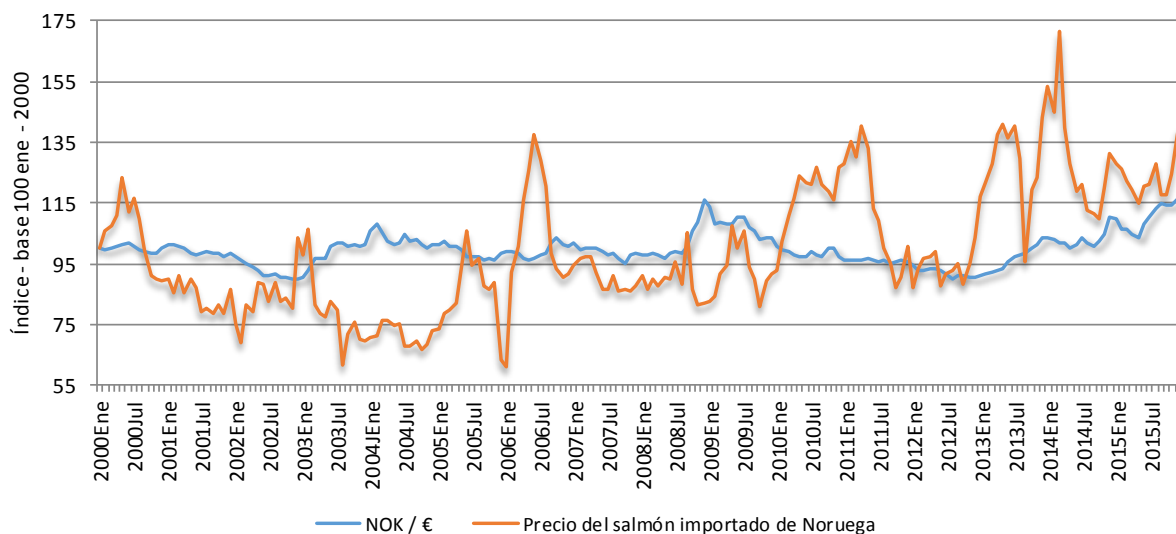
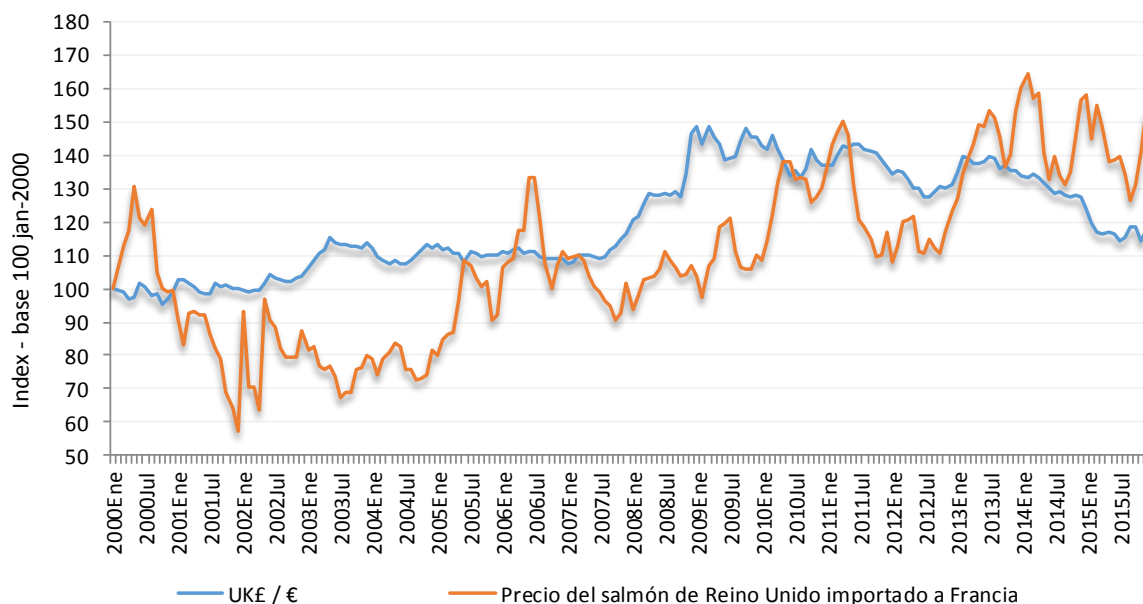


Gráfico 17 - Tendencias en el precio del salmón importado a Francia desde Escocia y tipo de cambio £/ € (índice)

Fuente: Elaboración a partir de los precios de importación de COMEXT y los tipos de cambio del BCE. La presentación en un índice 100 permite realizar una comparación visual de las tendencias relativas del precio de la materia prima importada y los tipos de cambio.

5.2 Precios de fábrica

Reestructuración del sector del procesado

La industria polaca del ahumado de salmón experimentó un gran desarrollo en la última década, parcialmente estimulado por la financiación comunitaria (IFOP y FEP). La industria se concentró rápidamente: el líder Morpol y su competidor Suempol ya representaban más del 80% del volumen de negocio de los procesadores polacos en 2009.

Tras hacerse con la mayor parte del mercado alemán, los procesadores polacos se centraron en el muy rentable mercado francés. En 2009, Morpol invirtió en una plataforma logística en el este de Francia con el objetivo de suministrar a Francia y a otros mercados europeos, y construyó una nueva planta de procesado de 12.000 t en 2012. Suempol entró en el mercado francés al absorber al procesador francés Marcel Baey en Boulogne-sur-Mer en 2013.

Por otra parte, el especialista francés en marcas minoristas, Meralliance, absorbió una planta en Polonia en 2008.

La concentración de la industria del salmón ahumado dio un paso adelante en 2015, cuando Marine Harvest absorbió Morpol y Meralliance fue adquirida por Thai Union Frozen Products.

Tabla 10 – Principales actores comunitarios en la industria del salmón ahumado

Materia prima anual estimada – Toneladas (peso eviscerado)			
70 - 90 000	20 - 40 000	10 - 20 000	5 - 10 000
Marine Harvest/ Morpol (PL-FR-UK)	Labeyrie (FR-UK)	Norvelita (LT)	Martiko (ES)
		Young's Seafood (UK)	Friedrichs (DE)
		Meralliance (FR-PL)	Neptune Intnl. (DE)
		Suempol (PL-FR)	Intermarché (FR)
		Delpeyrat (FR)	Foppen (NL)
		Lerøy (NL-SE-NO)	Ubago (ES)

Fuente: Kontali, citado en la guía de Marine Harvest 2014

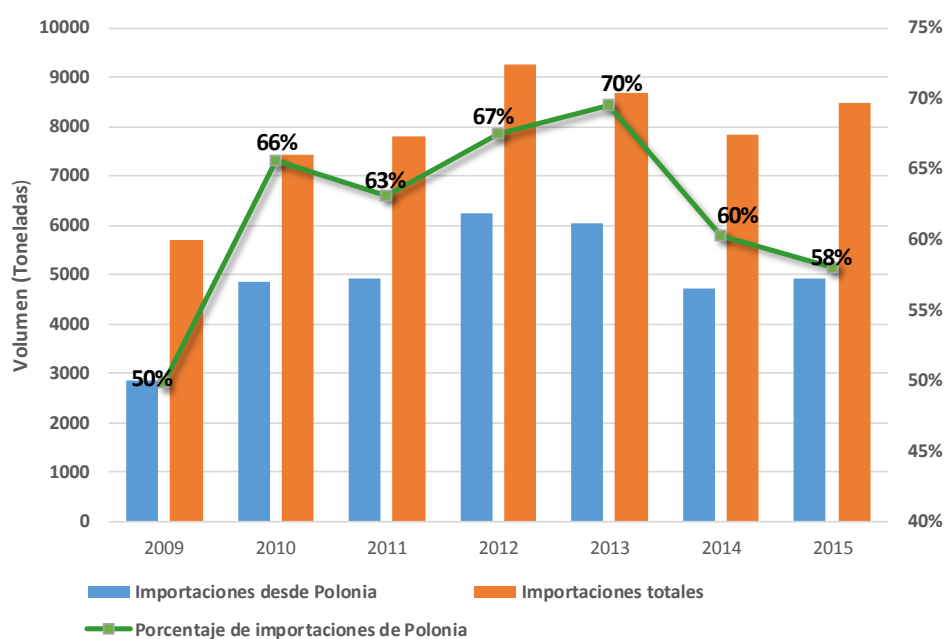
Las interacciones entre los procesadores franceses y polacos son, por tanto, un elemento clave de la segmentación del mercado y potencialmente un factor clave que condiciona los precios del mercado francés: los procesadores polacos proveen a los segmentos básico y de gama media con productos muy competitivos, mientras que los procesadores franceses abastecen al segmento *premium*, con precios que permiten cubrir los costes del procesado francés.

Polonia fue el tercer proveedor del mercado francés en 2006. En 2008 se convirtió en el primero, y hoy continúa siendo el principal proveedor, especialmente de productos de precio bajo y rodajas de pequeño tamaño (gráfico 18 y tabla 11, página siguiente). Las exportaciones se multiplicaron por 7 en valor desde 2006.

Sin embargo, las importaciones de salmón ahumado al mercado francés desde Polonia, se enfrentaron a una caída en 2014 en el mercado francés, con un descenso de 1.300 toneladas. El porcentaje del salmón polaco en las importaciones francesas, que había aumentado al 72% en 2013, bajó a un 63% en 2014.

La desconfianza de los consumidores franceses hacia los productos del salmón de gama baja como consecuencia de las campañas de “ataque al salmón”, junto con la innovación de las marcas y la publicidad por parte de marcas comerciales a favor de los productos *premium*, han rebajado la demanda de productos básicos suministrados, en su mayoría, por Polonia. Asimismo, las empresas de ahumado de Lituania son actores nuevos y muy competitivos en este segmento y han comenzado a suministrar también al mercado francés.

Gráfico 18 – Importaciones francesas de productos del salmón ahumado desde Polonia



Fuente: Elaboración a partir de COMEXT (importaciones en volumen)

Precios del salmón ahumado importado / Precios de fábrica en Francia

La siguiente tabla presenta los precios medios del salmón ahumado importado a Francia.

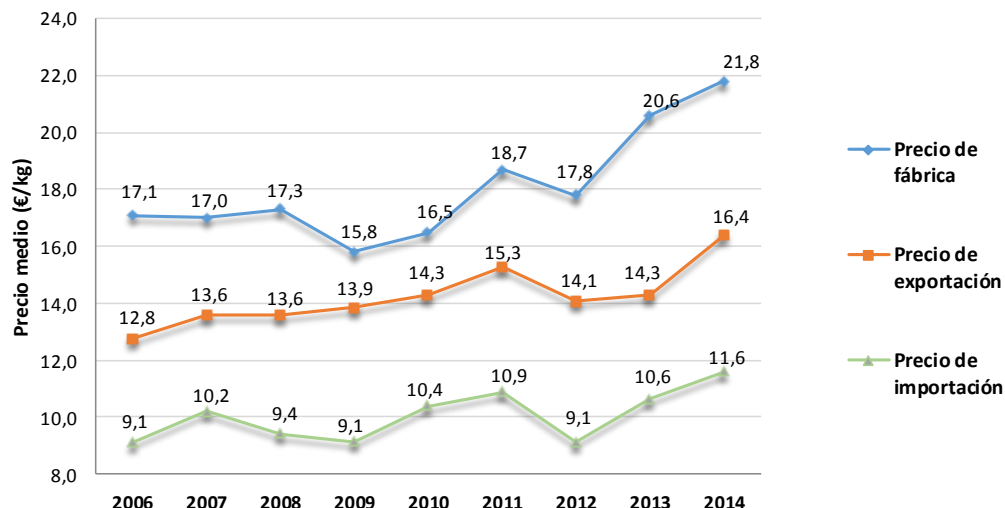
Tabla 11 - Importaciones de productos del salmón ahumado a Francia por origen

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Valor (Euros)							
Polonia	26 650 874	51 795 987	53 278 654	55 830 818	64 715 049	54 229 088	52 814 881
Alemania	11 981 713	10 479 932	11 743 541	11 342 768	11 823 484	13 575 709	13 966 179
Reino Unido	5 831 629	5 464 479	7 784 810	5 204 207	4 660 998	7 793 033	11 877 396
Dinamarca	2 328 956	3 519 651	3 458 847	2 957 728	3 225 554	2 723 891	2 188 288
Bélgica + Luxemburgo	2 571 825	3 395 813	3 395 813	4 339 935	4 835 328	6 698 681	8 186 420
Otros	2 751 507	2 253 392	5 249 007	4 591 768	3 183 092	5 615 330	5 842 601
TOTAL	52 116 504	76 909 254	84 910 672	84 267 224	92 443 505	90 635 732	94 875 765
Volumen (toneladas)							
Polonia	2 842	4 863	4 925	6 243	6 048	4 713	4 919
Alemania	1 251	857	962	1 092	1 079	1 115	1 269
Reino Unido	988	843	945	806	629	861	1 157
Dinamarca	245	392	303	275	296	236	186
Bélgica + Luxemburgo	190	266	199	325	324	519	605
Otros	189	192	475	511	320	382	339
TOTAL	5 705	7 413	7 809	9 252	8 696	7 826	8 475
Precios medios del salmón ahumado importado (€/kg)							
Polonia	9,38	10,65	10,82	8,94	10,70	11,51	10,74
Alemania	9,58	12,23	12,21	10,39	10,96	12,18	11,01
Reino Unido	5,90	6,48	8,24	6,46	7,41	9,05	10,27
Dinamarca	9,51	8,98	11,42	10,76	10,90	11,54	11,76
Bélgica + Luxemburgo	13,54	12,77	17,06	13,35	14,92	12,91	13,53
Otros	14,54	11,74	11,05	8,98	9,96	14,72	17,23
TOTAL	9,13	10,38	10,87	9,11	10,63	11,58	11,19

Fuente: elaboración a partir de COMEXT (importaciones en volumen y valor) – Salmón ahumado del Atlántico y del Pacífico (03054100)

Los precios medios del salmón ahumado importado son claramente inferiores a los observados en fábrica en Francia (10,20 EUR en 2014). Esta diferencia puede atribuirse a las importaciones de productos de gama baja y media y/o a una mezcla entre unidades de consumo (marcas blancas), filetes enteros sin cortar y/o cortes usados por la industria procesadora francesa en comidas preparadas.

Gráfico 19 - Tendencias de los precios de fábrica para el salmón ahumado en Francia / productos importados



Fuentes:

Precio aparente de importaciones y exportaciones: COMEXT, véase tabla 11, precio medio de fábrica: PRODCOM 43

La relativa competitividad de precios de los procesadores franceses y polacos puede abordarse a través de los precios de fábrica (tabla 12 y gráfico 20).

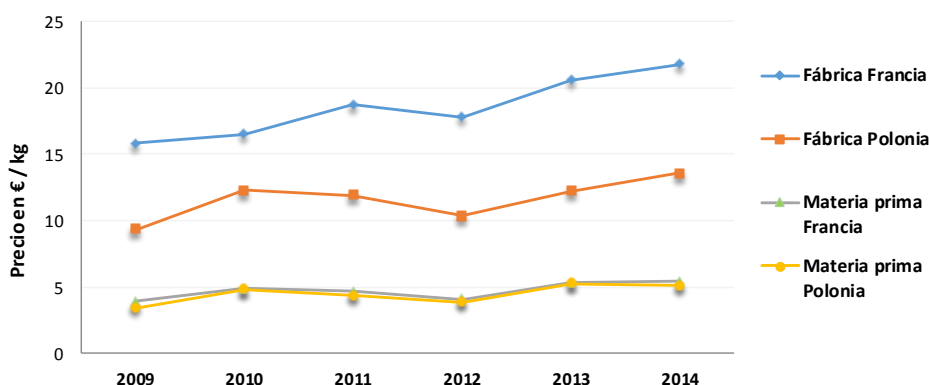
Los precios medios de fábrica en Polonia con ligeramente superiores a los precios medios de exportación, lo que podría ser resultado del predominio de los productos de gama baja en los productos exportados a Francia (bajo precio y rodajas pequeñas).

Los precios aparentes de la materia prima (precio medio anual del salmón fresco y entero, importado) son muy similares en Francia y Polonia (+0,23 EUR en Francia en relación con los costes de transporte), pero los costes de explotación (diferencias en costes laborales y procesado, en presentación y posicionamiento de los productos) dieron lugar a un precio de fábrica unos 5 EUR superior en Francia (+30 a 35% con respecto al precio de fábrica en Polonia).

Tabla 12 - - Precios medios de los productos del salmón ahumado en Polonia

Precio en EUR por kg	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Precio de fábrica	9,3	12,3	11,9	10,3	12,2	13,6
Precio de exportación (todos los destinos)	9,7	11,1	11,7	10,0	11,6	12,9
Precio de exportación a Francia	9,4	10,7	10,8	8,9	10,7	11,5
Materia prima (importada)	3,4	4,8	4,3	3,8	5,3	5,1

Gráfico 20 – Comparación entre el precio de la materia prima y el precio de fábrica en Francia y Polonia

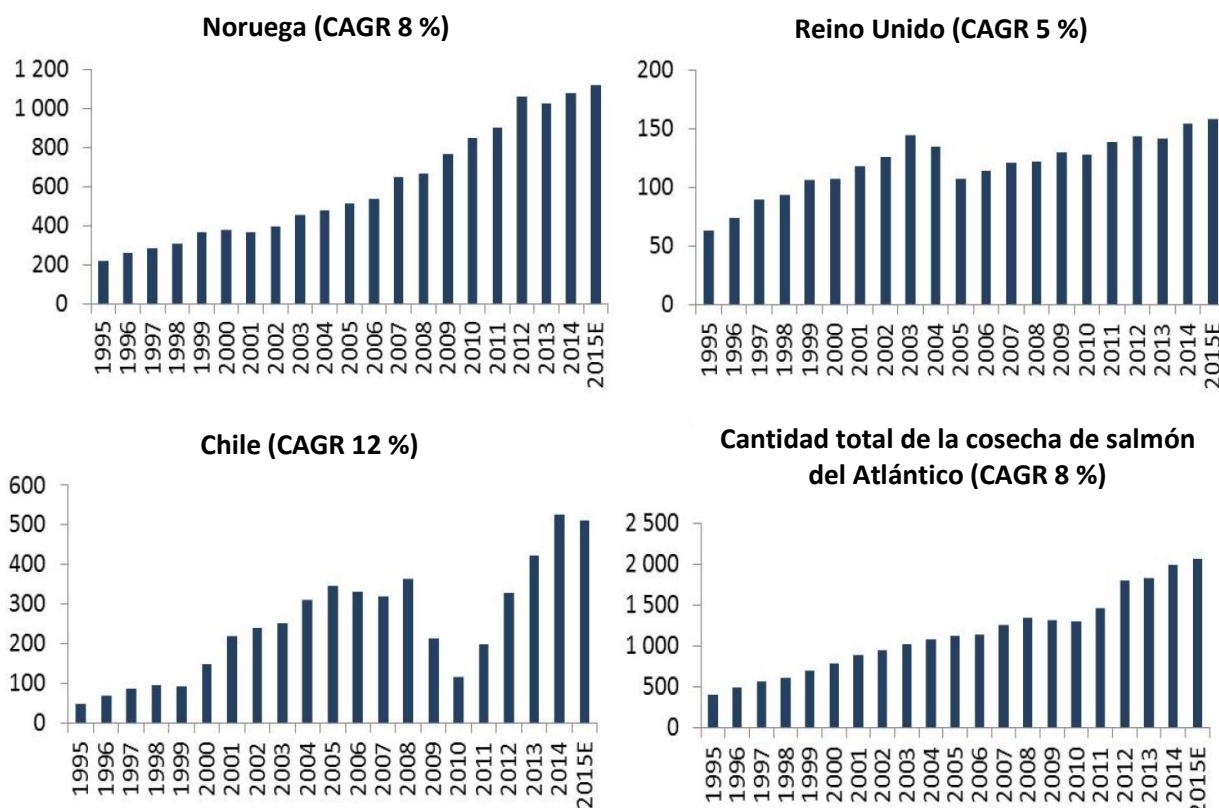


Fuentes: Precio de importación y exportación: COMEXT. Precio de fábrica: PRODCOM

5.3 Tendencias futuras

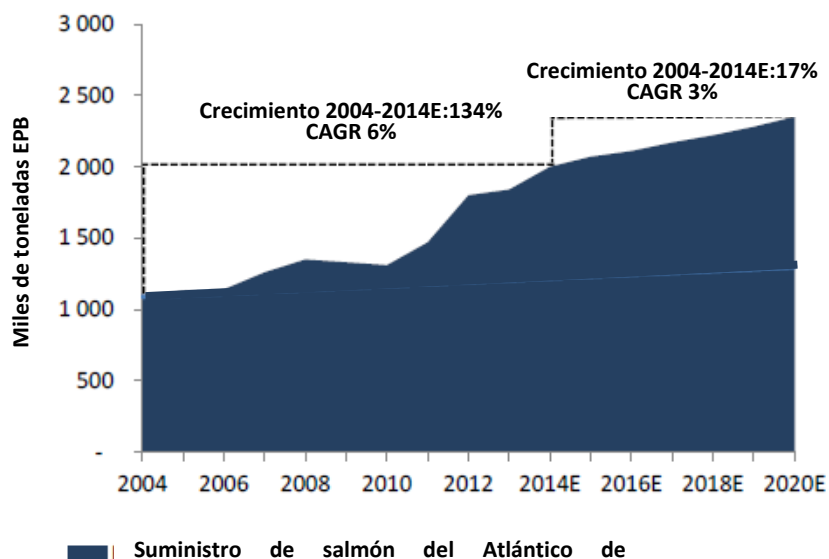
El suministro mundial de salmón del Atlántico aumentó con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR³) del 9% durante el periodo 1994-2004. La CAGR alcanzó el 6% durante el periodo 2004-2014 debido a las caídas en la producción de Reino Unido y Chile. Se encuentra cerca de un 3% anual entre 2014 y 2020.

Gráfico 21 – Recogida total histórica del salmón del Atlántico 1995-2015



Fuente: Guía de la industria del salmón 2015 – Marine Harvest

³ La tasa de crecimiento anual compuesto es la tasa media de crecimiento anual durante un periodo específico de tiempo mayor a un año.

Gráfico 22 – Tendencia de crecimiento y previsión para el suministro del salmón del Atlántico de acuicultura

Fuente: Kontali, citado en la Guía de la industria del salmón 2015 – Marine Harvest

Los precios se mantendrán altos y volátiles medio plazo

El valor del salmón fresco se ha triplicado desde 2004, mientras que el volumen subyacente solo ha crecido en un 85% (CAGR 6%). Este es un buen ejemplo de la fuerte demanda del producto. En 2012 y 2013 se produjo una sobredemanda de salmón, lo que llevó a un aumento del precio. En 2015 el precio bajó debido a la falta de demanda en Rusia por las sanciones comerciales.

Dado que el salmón es perecedero y se comercializa fresco, toda la producción de un periodo debe consumirse en ese mismo periodo. El nivel de producción es, por tanto, difícil de ajustar a corto plazo, ya que el ciclo de producción es de tres años. Por otra parte, la demanda es estacional (especialmente para la producción de salmón ahumado). Es por esto que la cantidad suministrada es muy poco flexible a corto plazo, con un gran efecto en la volatilidad de los precios.

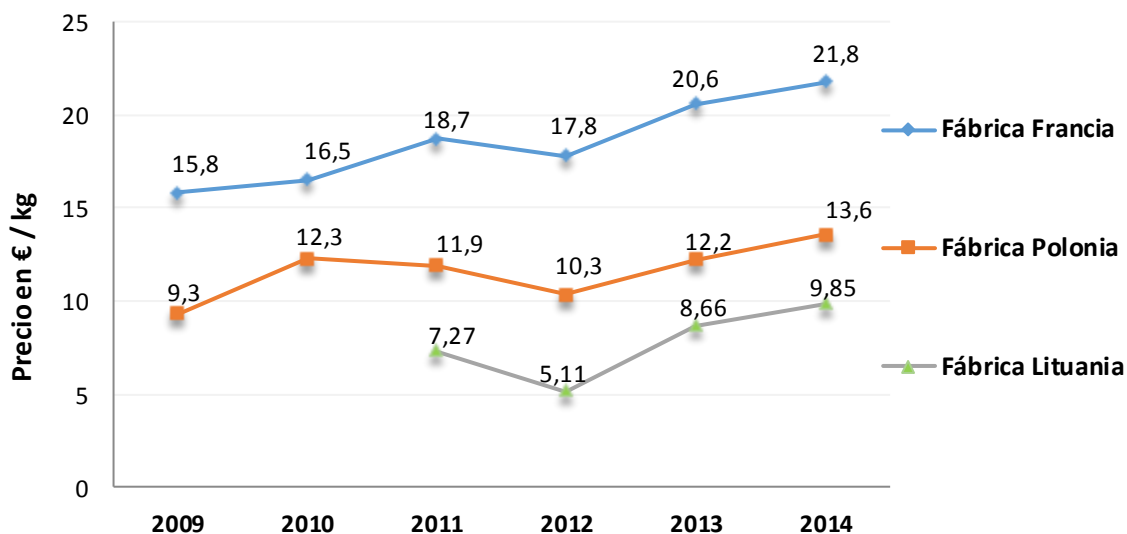
Competencia entre procesadores comunitarios y consolidación del sector

Durante la última década, la cría de salmón y las industrias procesadoras han atravesado un proceso de consolidación, dentro de la UE y en otras regiones, que se espera que continúe.

La integración vertical (Marine Harvest) y las inversiones de agentes externos en la industria europea de ahumado del salmón (la compra de Meralliance, el líder francés de marcas blancas, por parte de Thai Frozen Union) irán más allá, incluso aunque el sector ya parece estar concentrado (véase tabla 10).

La competencia entre procesadores de la UE en el mercado comunitario probablemente continuará a corto plazo, considerando las diferencias en competitividad de precios entre los productores del este y del oeste de Europa. Por ejemplo, los precios de fábrica de Francia están muy por encima de los que se observan en la industria polaca, e incluso más por encima de las prácticas que realiza la industria lituana, que emergió recientemente como un actor del mercado nuevo y muy competitivo (gráfico 23).

Gráfico 23 – Precios de fábrica del salmón ahumado en Francia, Lituania y Polonia



Fuente: PRODCOM

Tendencias en el mercado francés

La demanda de los consumidores franceses, afectada negativamente por el fuerte aumento de los precios y una imagen deteriorada, se recuperó de forma progresiva en 2015. Las innovaciones y las campañas de publicidad de grandes procesadores promocionando productos *premium* obtuvieron un éxito parcial a la hora de recuperar la confianza de los consumidores.

El mercado, no obstante, continúa poco activo, debido a los altos precios de los productos del salmón. El origen noruego continuó sufriendo (-15% durante los tres primeros meses de 2015).