

Financiado por



Organizado por



Universidad
Internacional
Menéndez Pelayo



WORKSHOP CRECIMIENTO AZUL: DESARROLLO SOSTENIBLE DEL SECTOR PESQUERO Y ACUÍCOLA (SUCCESS H2020)

Santander 8 de septiembre de 2017

La valoración de las certificaciones eco y de calidad por las empresas del sector pesquero y acuícola europeo: un estudio exploratorio

Dr. José L. Fernández Sánchez*

*Profesor Contratado Doctor de Organización de Empresas en el Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Cantabria (UC). Investigador del grupo de investigación "Gestión Económica para el Desarrollo Sostenible del Sector Primario" (IDES) de la UC. E-mail: fernandezjl@unican.es



OBJETIVOS DEL ESTUDIO

- Uno de los objetivos de este estudio es llevar a cabo un análisis exploratorio sobre las certificaciones de producto ecológico o de calidad que están implantadas en la cadena de valor (producción, procesado, y comercialización) de los productos pesqueros y acuícolas así como las razones o motivos para implantar, o no, una certificación de este tipo en las empresas del sector en Europa.
- Otro de los objetivos es conocer los problemas que surgen al implantar este tipo de certificaciones en las empresas europeas del sector.
- Por último, un tercer objetivo de este trabajo sería hacer una evaluación de los beneficios obtenidos por la implantación de estas certificaciones de producto en las empresas.

MOTIVACIÓN DEL ESTUDIO

- Las certificaciones de producto son diferentes a las certificaciones de sistemas (ISO 9001, ISO 14001, EMAS, etc.). En el caso de las certificaciones de producto se verifica y acredita que un producto específico cumple con una serie de normas o estándares (ecológicos, sociales, y o de calidad). En el caso de que un producto cumpla la certificación podrá llevar una etiqueta o sello que permite diferenciar el producto en el mercado.
- Por tanto, las certificaciones de producto pueden servir para diferenciar los productos en el mercado (variable de marketing para las empresas).
- En los últimos años ha habido un incremento en el número de certificaciones en el mercado y en la implantación de estas certificaciones por parte de las empresas. Sin embargo, no existen estudios empíricos sobre este tipo de certificaciones y, todavía menos, centrados en la cadena de valor de los productos pesqueros y acuícolas.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

- El estudio fijó como empresas a encuestar aquellas empresas europeas cuya principal actividad perteneciese a la producción, procesado, y comercialización de productos pesqueros y/o acuícolas (el conjunto de empresas del sector fueron obtenidas de la base de datos AMADEUS).
- Una encuesta por internet (*web survey*) fue enviada por correo electrónico o mediante contacto directo con las empresas seleccionadas para el estudio durante el primer semestre del año 2017 (de enero a junio de 2017). Un total de 34 empresas de 16 países europeos contestaron finalmente la encuesta por internet (<https://goo.gl/forms/ApBueqGqfS6a6sDt1>).
- El conjunto de especies cubiertas con este estudio son las siguientes: salmón/trucha, dorada/lubina, peces blancos (merluza, bacalao, etc.), peces planos (lenguado, rodaballo, etc.), moluscos (mejillones/almejas), marisco (langosta, langostinos, gambas, etc.), atún, y especies pelágicas pequeñas (anchoa, sardina, etc.).
- El estudio analizará diferencias de respuesta utilizando dos variables: tipo de actividad y tamaño de las empresas.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Distribución de empresas por país

País	N	%	País	N	%	País	N	%
Bulgaria	1	2,9	Germany	4	11,8	Portugal	1	2,9
Czech Republic	1	2,9	Greece	6	17,6	Slovenia	2	5,9
Denmark	2	5,9	Hungary	1	2,9	Spain	3	8,8
Estonia	1	2,9	Italy	5	14,7	United Kingdom	2	5,9
Finland	1	2,9	Lithuania	1	2,9	Total	34	100
France	2	5,9	Norway	1	2,9			

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Distribución de empresas con y sin certificación de producto

Actividad principal	Total encuesta		Con etiqueta o certificación		Sin etiqueta o certificación	
	N	%	N	%	N	%
Acuicultura	19	55,9	12	54,5	7	58,3
Pesca	6	17,6	2	9,1	4	33,3
Procesado	4	11,8	4	18,2	0	0,0
Venta	5	14,7	4	18,2	1	8,3
Total	34	100,0	22	100,0	12	100,0

Tamaño de la empresa	Total encuesta		Con etiqueta o certificación		Sin etiqueta o certificación	
	N	%	N	%	N	%
Grande	6	17,6	6	27,3	0	0,0
Mediana	5	14,7	4	18,2	1	8,3
Pequeña	13	38,2	9	40,9	4	33,3
Micro	10	29,4	3	13,6	7	58,3
Total	34	100,0	22	100,0	12	100,0

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Número de certificaciones de producto implantadas en las empresas

Actividad principal	N	%	Certificaciones por empresa (media)	Número de certificaciones		
				Sólo una	Entre 2 y 5	Más de 5
Acuicultura	12	54,5	2,0	4	8	0
Pesca	2	9,1	2,0	1	1	0
Procesado	4	18,2	4,5	0	3	1
Venta	4	18,2	3,3	1	2	1
Total	22	100,0	2,7	6	14	2

Tamaño de la empresa	N	%	Certificaciones por empresa (media)	Número de certificaciones		
				Sólo una	Entre 2 y 5	Más de 5
Grande	6	27,3	2,7	1	5	0
Mediana	4	18,2	3,3	1	2	1
Pequeña	9	40,9	2,8	2	6	1
Micro	3	13,6	1,7	2	1	0
Total	22	100,0	2,7	6	14	2

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Distribución de ventas con certificación de producto (%)

Actividad principal	N	Opciones de respuesta en la encuesta					Total
		Menos10%	10%–25%	25%–50%	50%–75%	Más 75%	
Acuicultura	12	16,7	0,0	0,0	0,0	83,3	100
Pesca	2	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	100
Procesado	4	25,0	0,0	25,0	0,0	50,0	100
Venta	4	50,0	25,0	0,0	0,0	25,0	100
Total	22	22,7	4,5	9,1	0,0	63,6	100

Tamaño de la empresa	N	Opciones de respuesta en la encuesta					Total
		Menos10%	10%–25%	25%–50%	50%–75%	Más 75%	
Grande	6	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3	100
Mediana	4	25,0	0,0	0,0	0,0	75,0	100
Pequeña	9	22,2	11,1	0,0	0,0	66,7	100
Micro	3	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	100
Total	22	22,7	4,5	9,1	0,0	63,6	100

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Dónde se vende el producto certificado (%)

Actividad principal	Total empresas con certificación	Canales de distribución						
		Mayorista	Supermercado/ Hipermercado	Pescadería	Procesador	Restaurante	Consumidor (tienda web)	Consumidor (tienda propia)
Acuicultura	12	66,7	91,7	25,0	0,0	16,7	16,7	16,7
Pesca	2	100,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0
Procesado	4	75,0	75,0	0,0	25,0	25,0	0,0	0,0
Venta	4	100,0	25,0	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0
Total	22	77,3	68,2	18,2	9,1	18,2	9,1	9,1

Tamaño de la empresa	Total empresas con certificación	Canales de distribución						
		Mayorista	Supermercado/ Hipermercado	Pescadería	Procesador	Restaurante	Consumidor (tienda web)	Consumidor (tienda propia)
Grande	6	83,3	83,3	16,7	0,0	16,7	0,0	0,0
Mediana	4	50,0	100,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0
Pequeña	9	77,8	66,7	22,2	11,1	22,2	22,2	22,2
Micro	3	100,0	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0
Total	22	77,3	68,2	18,2	9,1	18,2	9,1	9,1

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Implantación de certificaciones de producto ecológicas y de calidad (%)

Actividad principal	Etiquetas o certificaciones Eco				Etiquetas o certificaciones de calidad						
	<i>MSC</i>	<i>ASC</i>	<i>Friend of Sea</i>	<i>Dolphin Safe</i>	<i>Orgánico</i>	<i>Global GAP</i>	<i>IFS</i>	<i>BRC</i>	<i>Label Rouge</i>	<i>TSG</i>	<i>Otras</i>
Acuicultura	0,0	16,7	71,4	0,0	55,6	66,7	40,0	40,0	0,0	50,0	100,0
Pesca	22,2	0,0	14,3	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Procesado	44,4	33,3	14,3	100,0	22,2	16,7	30,0	60,0	0,0	0,0	0,0
Venta	33,3	50,0	0,0	0,0	11,1	16,7	30,0	0,0	100,0	50,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tamaño de la empresa	Etiquetas o certificaciones Eco				Etiquetas o certificaciones de calidad						
	<i>MSC</i>	<i>ASC</i>	<i>Friend of Sea</i>	<i>Dolphin Safe</i>	<i>Orgánico</i>	<i>Global GAP</i>	<i>IFS</i>	<i>BRC</i>	<i>Label Rouge</i>	<i>TSG</i>	<i>Otras</i>
Grande	33,3	16,7	14,3	50,0	11,1	50,0	20,0	80,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	11,1	16,7	28,6	50,0	33,3	33,3	30,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pequeña	44,4	66,7	57,1	0,0	55,6	16,7	40,0	0,0	100,0	50,0	50,0
Micro	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	20,0	0,0	50,0	50,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

MSC = Marine Stewardship Council. ASC = Aquaculture Stewardship Council. IFS = International Featured Standards. BRC = British Retail Consortium. TSG = Traditional Speciality Guaranteed.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Razones para implementar certificaciones de producto (%)

Actividad principal	N	Survey answer choices						Total
		<i>To enter in new markets</i>	<i>Customers' pressure</i>	<i>To improve firm reputation</i>	<i>To get better profit margins</i>	<i>To increase product sales</i>	<i>To get entry barriers</i>	
Acuicultura	12	33.3	16.7	41.7	8.3	0.0	0.0	100
Pesca	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	100
Procesado	4	0.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	100
Venta	4	0.0	25.0	25.0	0.0	50.0	0.0	100
Total	22	18.2	27.3	31.8	4.5	13.6	4.5	100

Tamaño de la empresa	N	Survey answer choices						Total
		<i>To enter in new markets</i>	<i>Customers' pressure</i>	<i>To improve firm reputation</i>	<i>To get better profit margins</i>	<i>To increase product sales</i>	<i>To get entry barriers</i>	
Grande	6	33,3	16,7	33,3	0,0	16,7	0,0	100
Mediana	4	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	100
Pequeña	9	2,2	22,2	22,2	11,1	11,1	11,1	100
Micro	3	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3	0,0	100
Total	22	18,2	27,3	31,8	4,5	13,6	4,5	100

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Problemas al implementar certificaciones de producto (%)

Actividad principal	N	Opciones de respuesta en la encuesta							Total
		Costes certificación	Trabajo administrativo	Poca información sobre la certificación	Conseguir una empresa certificadora	Qué etiqueta elegir	Trazabilidad del producto	Otras razones	
Acuicultura	12	28,0	32,0	12,0	4,0	24,0	0,0	0,0	100
Pesca	2	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	100
Procesado	4	30,0	30,0	10,0	10,0	10,0	10,0	0,0	100
Venta	4	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100
Total	22	29,5	36,4	9,1	4,5	15,9	2,3	2,3	100

Tamaño de la empresa	N	Opciones de respuesta en la encuesta							Total
		Costes certificación	Trabajo administrativo	Poca información sobre la certificación	Conseguir una empresa certificadora	Qué etiqueta elegir	Trazabilidad del producto	Otras razones	
Grande	6	30,0	40,0	0,0	0,0	20,0	0,0	10,0	100
Mediana	4	33,3	22,2	11,1	11,1	22,2	0,0	0,0	100
Pequeña	9	30,0	35,0	15,0	5,0	15,0	0,0	0,0	100
Micro	3	20,0	60,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	100
Total	22	29,5	36,4	9,1	4,5	15,9	2,3	2,3	100

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Principales razones por las que todavía las empresas no han implementado certificaciones de producto (%)

Actividad principal	N	Opciones de respuesta en la encuesta				Total
		<i>Costes certificación</i>	<i>Trabajo administrativo</i>	<i>No es necesario para la empresa</i>	<i>No tenemos información</i>	
Acuicultura	7	0,0	28,6	14,3	57,1	100
Pesca	4	0,0	25,0	25,0	50,0	100
Procesado	0	-	-	-	-	-
Venta	1	100,0	0,0	0,0	0,0	100
Total	12	8,3	25,0	16,7	50,0	100

Tamaño de la empresa	N	Opciones de respuesta en la encuesta				Total
		<i>Costes certificación</i>	<i>Trabajo administrativo</i>	<i>No es necesario para la empresa</i>	<i>No tenemos información</i>	
Grande	0	-	-	-	-	-
Mediana	1	0,0	100,0	0,0	0,0	100
Pequeña	4	0,0	25,0	25,0	50,0	100
Micro	7	14,3	14,3	14,3	57,1	100
Total	12	8,3	25,0	16,7	50,0	100

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Efecto de la certificación de producto sobre los ingresos y beneficios (escala Likert de 5 puntos)

Actividad principal	N	Incremento en ingresos		Incremento en márgenes	
		Media	Desviación	Media	Desviación
Acuicultura	12	3,00	0,95	2,83	1,12
Pesca	2	3,00	1,41	3,50	0,71
Procesado	4	3,00	0,82	2,25	0,96
Venta	4	2,25	1,50	2,25	1,50
Total	22	2,86	1,04	2,68	1,13

Tamaño de la empresa	N	Incremento en ingresos		Incremento en márgenes	
		Media	Desviación	Media	Desviación
Grande	6	3,17	0,75	2,83	0,98
Mediana	4	3,25	0,96	3,25	1,26
Pequeña	9	2,89	1,17	2,78	1,09
Micro	3	1,67	0,58	1,33	0,58
Total	22	2,86	1,04	2,68	1,13

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Muestra muy pequeña de empresas y en el estudio hay un peso mayor de las empresas de acuicultura, aunque la distribución geográfica y por tamaño es más homogénea.
- Las empresas utilizan diferentes tipos de certificaciones, aunque las empresas grandes certifican más que las empresas pequeñas. Además, las empresas grandes suelen utilizar o combinar diferentes tipos de certificaciones (en algunas empresas hasta 7 certificaciones diferentes).
- Las empresas pequeñas certifican la mayor parte de su producción, mientras que en las empresas grandes hay mayor variabilidad (poca o mucha producción certificada).
- De acuerdo con el estudio realizado, en acuicultura las certificaciones más implantadas son *Friend of Sea* (ecológica), *Sellos de origen (DOP, IGP, ETG)*, *GlobalGAP* y *Orgánica* (calidad). En pesca *MSC* (ecológica) y *Orgánica* (calidad). En procesado *Dolphin-Safe* y *MSC* (ecológicas) y *BRC* e *IFS* (calidad). En distribución y venta las más utilizadas son *MSC* y *ASC* (ecológicas). *MSC* es utilizada independientemente del tamaño de la empresa, mientras que *Dolphin-Safe* es utilizada por empresas grandes del sector conservero. Sellos de origen y marcas propias son más utilizadas por las empresas pequeñas.
- A nivel de distribución las ventas se concentran en mayoristas y supermercados independientemente de la actividad. Por otra parte, las empresas pequeñas tienen más diversificada su distribución de producto certificado.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Sobre los motivos por los que las empresas han implementado este tipo de etiquetas o certificaciones, de acuerdo con este estudio, mejorar la reputación (imagen) de la empresa ha sido el motivo más mencionado. La presión del mercado es mencionado en segundo lugar. Para las empresas grandes entrar en nuevos mercados es otro motivo importante, mientras que para las empresas pequeñas otra razón importante es su utilización para incrementar las ventas (volumen) de la empresa.
- Entre los problemas que han encontrado las empresas para implementar etiquetas y/o certificaciones de producto, el trabajo administrativo que conlleva su implantación junto con los costes de certificación son los más sugeridos (por todas las empresas en general). Sin embargo, el desconocimiento sobre qué etiqueta o certificación habría que implantar también se ha mencionado como un problema relevante para las empresas (sobre todo para las empresas grandes).
- Las razones por las que las empresas no han implementado todavía estas certificaciones son: en primer lugar la ausencia de información sobre etiquetado y certificación de productos (sobre todo para las empresas pequeñas), mientras que el trabajo administrativo es otro impedimento importante para implantar estas certificaciones (sobre todo para las empresas grandes).
- Ligera percepción positiva sobre ingresos y beneficios (en todas las actividades en general). Por tamaño, las empresas grandes perciben mayores ingresos (ventas) y beneficios, mientras que las empresas pequeñas perciben lo contrario (pesan más los costes). Mejor percepción sobre los ingresos que sobre los márgenes.