

Documentos Técnicos de Salud Pública

# Estudio de las Características de los Productos de la Pesca y Acuicultura Comercializados en la Comunidad de Madrid

Líneas de Mejora de la Calidad

Documentos Técnicos de Salud Pública

# Estudio de las Características de los Productos de la Pesca y Acuicultura Comercializados en la Comunidad de Madrid

Líneas de Mejora de la Calidad



## PRESENTACIÓN

Los especialistas que trabajan en el campo de la alimentación y nutrición están detectando la tendencia creciente, por parte de los consumidores, de dar más importancia a la calidad de los alimentos que consumen, buscando que su alimentación sea nutritiva, saludable y equilibrada.

Ése es uno de los principales objetivos que se perseguía con la aprobación, hace ya más de un año, del Plan Integral de Alimentación y Nutrición de la Comunidad de Madrid: garantizar una alimentación de calidad, además de segura y saludable, en nuestra Región.

Para ayudar a conseguir dicho objetivo es necesario contar con una mayor presencia en nuestra alimentación de un producto básico y tradicional en la dieta mediterránea como es el pescado. Conviene recordar que se trata de un alimento rico en proteínas de alto valor biológico, que aporta minerales y vitaminas indispensables para nuestro organismo y suponen una fuente importante de ácidos grasos omega 3, cuyos beneficios para la salud son cada día mas evidentes.

El sector de la pesca en nuestro país está muy desarrollado, estando considerada España, actualmente, como la segunda potencia pesquera de Europa. Además, hay que reconocer el esfuerzo realizado por la industria de transformación, que se ha visto reflejado en unos cambios muy importantes, no sólo para resultar competitiva, sino más específicamente para responder a las necesidades actuales de los consumidores que buscan productos sanos que proporcionen un valor añadido en términos de calidad.

2

Este documento pretende profundizar en los aspectos más relevantes que caracterizan el sector pesquero, proporcionando una visión general que parte de la producción primaria, pasa por la transformación y comercialización y finaliza en el análisis del consumo de las diferentes especies, tanto en el ámbito nacional como en la esfera de la Comunidad de Madrid. Es preciso recordar que, por evidentes razones geográficas, en nuestra región, el abastecimiento de productos de la pesca depende totalmente del exterior sin embargo es aquí donde se ubica el segundo mayor mercado de pescado del mundo (Mercamadrid).

El objetivo último de este estudio persigue, además, utilizar este conocimiento de las particulares características de la comercialización del pescado en nuestra Comunidad para orientar más eficazmente las acciones necesarias de control y vigilancia por parte de las Administraciones Públicas, que proporcionen al consumidor madrileño las máximas garantías de protección además de una adecuada información. Para ello, es preciso contar no sólo con la colaboración de las diferentes Administraciones, sino que se hace necesario reforzar e implicar de manera activa a los agentes sectoriales y a los consumidores.

Manuel Lamela Fernández  
Consejero de Sanidad y Consumo  
de la Comunidad de Madrid

# Índice

5	1. INTRODUCCION
7	2. METODOLOGIA
9	3. SECTOR PESCADO Y MARISCO FRESCO
10	3.1 El consumo de pescado y mariscos frescos
10	3.1.1 Estructura del consumo de pescados y mariscos frescos.
11	3.1.2 El consumo de pescados y mariscos frescos en los hogares de la comunidad de Madrid.
12	3.2 Abastecimiento y comercialización de pescados y mariscos frescos.
12	3.2.1 Estructura productiva de pescados y mariscos frescos.
13	3.2.2 Mercado mayorista de los pescados y mariscos frescos.
15	3.2.3 Mercado Minorista de los pescados y mariscos frescos.
18	4. SECTOR PESCADO Y MARISCO CONGELADO
19	4.1 El consumo de pescado y mariscos congelados
19	4.1.1 Estructura del consumo de pescados y mariscos congelados.
20	4.1.2 El consumo de pescados y mariscos congelados en los hogares de la comunidad de Madrid.
22	4.2 Abastecimiento y comercialización de pescados y mariscos congelados.
22	4.2.1 Estructura productiva pescados y mariscos congelados.
23	4.2.2 Mercado mayorista de los pescados y mariscos congelados en la C. de Madrid.
24	4.2.3 Mercado Minorista de los pescados y mariscos congelados.
26	5. SECTOR CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO
27	5.1 El consumo de conservas de pescado y marisco.

27	5.1.1 Estructura del consumo de conservas de pescado y marisco.
28	5.1.2 El consumo de conservas de pescado y marisco en los hogares de la comunidad de Madrid.
30	5.2 Abastecimiento y comercialización conservas de pescado y marisco.
30	5. 2.1 Estructura productiva de conservas de pescados y mariscos.
32	5.2.2 Mercado mayorista de conservas de pescado y marisco en la C. de Madrid.
33	5.2.3 Mercado Minorista conservas de pescado y marisco.
33	5.3 Efecto sustitutivo de las conservas de pescado y marisco respecto a los productos frescos y congelados.
35	6. SECTOR SALAZONES Y AHUMADOS
36	6.1 El consumo de salazones y ahumados.
36	6.1.1 Estructura del consumo de salazones y ahumados.
37	6.1.2 El consumo de ahumados en los hogares de la comunidad de Madrid.
37	6.2 Abastecimiento y comercialización salazones y ahumados.
38	6.2.1 Problemática del abastecimiento de materias primas para la elaboración de ahumados.
38	6.2.2 Estructura de la distribución de ahumados.
40	7. ATRIBUTOS Y PROPIEDADES DEL PESCADO
42	8. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA
44	9. CONCLUSIONES
45	9.1 Conclusiones generales.
47	9. 2 Conclusiones relativas al sector de pescado y marsico fresco.
49	9. 3 Conclusiones relativas al sector de pescado y marisco congelados.
49	9. 4. Conclusiones retativas al sector de conservas de pescado y marisco.
50	9. 5 Conclusiones relativas al sector de salazones y ahumados.
51	9. 6 Factores de riesgo y aspectos generadores de fraude en el sector.
52	10. PROPUESTAS O LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

# 1. INTRODUCCIÓN

En España existe una arraigada cultura y tradición de consumo de productos pesqueros y es, después de Portugal, el segundo país de la UE en consumo de este tipo de productos.

El gasto de los españoles en productos pesqueros, agrupando consumo en hogar y HORECA ha crecido paulatinamente en los últimos años hasta representar, en el año 2004, cerca del 15% del gasto total en alimentación y bebidas, constituyendo el segundo mayor capítulo de gasto de los consumidores españoles después del grupo de carne y productos cárnicos y muy similar al valor gastado en la compra de frutas y hortalizas.

El sector pesquero tiene un importante desarrollo en nuestro país. No obstante, por obvias razones de índole geográfica, no tiene gran implantación industrial en la Comunidad de Madrid, donde sin embargo existe un importante tejido comercial y donde el consumo y gasto per cápita en productos de la pesca supera el promedio nacional.

Se trata de un sector caracterizado por numerosos y complejos circuitos de suministro y distribución, que tienen su reflejo en la existencia en nuestra Comunidad de una de las plataformas de distribución más importantes, a nivel Europeo y Mundial, de productos tanto frescos como congelados. Otra de sus características es la enorme variedad de productos y la diversidad de especies, tamaños, presentaciones, denominaciones y procedencias que en un momento dado pueden generar confusión o desinformación en el consumidor.

Mediante este estudio se ha pretendido no sólo conocer la situación del sector, en cuanto a producción, consumo, factores que pueden influir en la decisión de compra etc., sino también aquellos aspectos que pueden ser inductores de posibles fraudes, para así identificar y proponer la puesta en marcha de actuaciones más eficaces tendentes a garantizar la máxima transparencia de la oferta alimentaria garantizando la protección de los consumidores.



## 2. METODOLOGÍA



Para la elaboración de este documento se han integrado varias líneas de trabajo.

1. En primer lugar para la obtención de los datos relativos a producción, comercio y distribución se han consultado diferentes bases documentales de algunas de las asociaciones o agrupaciones del sector como: ANFACO, CECOPECA, MERCAMADRID, etc., así como de organismos o empresas: FAO, ICEX, DIRCE, INE, FROM, MAPA, MERCASA, CÁMARA DE COMERCIO DE MADRID etc.

Los datos sobre consumo de alimentos proceden del Panel de Consumo del MAPA y están referidos a cantidad comprada.

2. En segundo lugar se ha realizado una investigación directa en punto de venta, con el objetivo de identificar y valorar los aspectos que van a influir en la decisión de compra del consumidor cuando se posiciona en un lineal de venta, así como investigar los posibles fraudes relacionados con los productos de la pesca. En total se han visitado entre junio y septiembre del 2005, 77 puntos de venta y para complementar o contrastar la información se ha repetido visita a 47 de ellos. En total se han analizado 907 referencias de pescados y mariscos frescos en las 35 visitas realizadas. Para la investigación en pescados y mariscos congelados se han efectuado 30 visitas y se han analizado 297 referencias distintas. En el sector de las conservas de pescado se han estudiado 501 referencias en las 25 visitas realizadas. Finalmente para el análisis en ahumados y salazones se han llevado a cabo 34 visitas y se han valorado 350 referencias.

3. En una última fase se han realizado 30 entrevistas o consultas directas con agentes sectoriales a fin de contrastar algunas de las informaciones obtenidas tanto en las observaciones en el punto de venta como de algunas fuentes de información.

Todo ello ha permitido obtener una serie de conclusiones que pueden orientar las posibles líneas de intervención tendentes a proporcionar al consumidor unas mayores garantías en los productos de la pesca que compra y consume.



# 3. PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS

### 3.1 El consumo de pescados y mariscos frescos

#### 3.1.1 Estructura del consumo de pescados y mariscos frescos

En España, el gasto en productos de la pesca durante 2004 representó, el 13,4% del gasto total en alimentación (74.752 millones), constituyendo después del grupo de carne y productos cárnicos el capítulo más importante del gasto de los españoles en alimentación, y muy similar a la cantidad gastada en la compra de frutas y hortalizas.

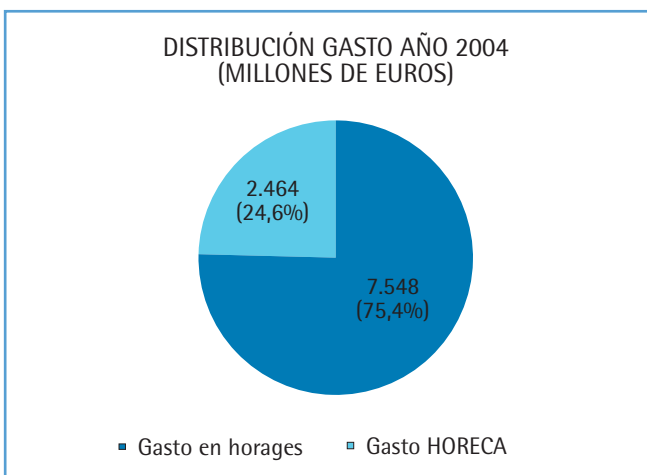
El valor gastado en productos de la pesca durante este año fue de 10.012,02 millones de euros; de ellos, el 75,4% corresponde a gasto en hogares (7.548 millones de euros) y el 24,6% a gasto en Hostelería, Restauración e Instituciones (2.464,4 millones de euros).

Haciendo la diferenciación porcentual de consumo tanto en los hogares como fuera del hogar con datos del año 2004 por tipo de producto, destaca que el 85,9% del marisco cocido se consume en el hogar. Este porcentaje baja al 82,9% en lo referente al pescado fresco, que tiene una mayor presencia que el marisco fresco, con un 75,3%. En el canal hostelero destaca el mayor consumo de los mariscos frescos, que se consumen en un 24,4%, seguido de los pescados frescos, con un 15,7%. El apartado de instituciones es prácticamente residual en productos frescos destacando tan solo el 1,1% en pescado fresco.

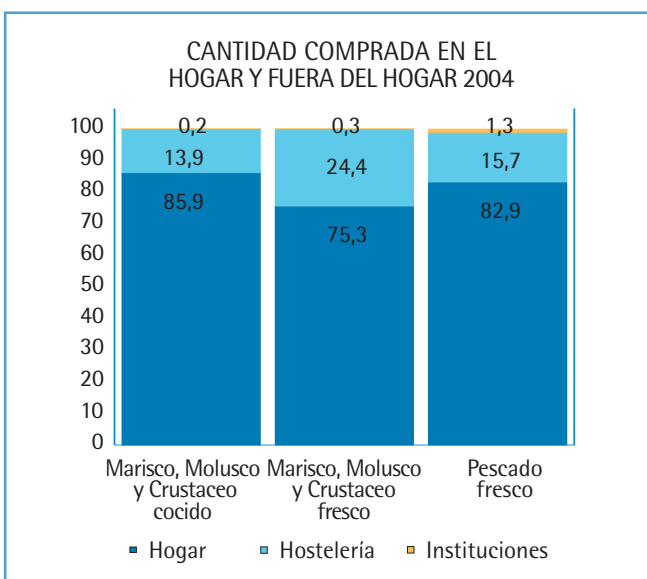
El consumo de productos de la pesca y la acuicultura en España es muy elevado, superando al consumo medio mundial en un 128% y al consumo de la UE-25 en un 101%.

Dentro de los productos de la pesca, el capítulo de pescado fresco es el más importante en volumen, seguido del grupo formado por mariscos, moluscos y crustáceos.

El conjunto de pescado fresco ha incrementado su consumo en un 4% interanual entre 1999 y 2004, destacando el consumo de atún y bonito así como de otros pescados cuyo crecimiento ha sido de un 5,3%, y un 5,8% respectivamente, mientras que el de la trucha ha disminuido en un 0,7% en este período. En cuanto al marisco, el incremento más significativo corresponde al marisco cocido con un 28,9% mientras que el fresco se sitúa en un 3,1%.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA



CANTIDAD COMPRADA EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR (MILLONES DE Kg)					
	1999	2003	2004	% 03/04	TVI 99/04%
<b>TOTAL PRODUCTOS DE LA PESCA</b>	<b>1.252,31</b>	<b>1.497,21</b>	<b>1.568,77</b>	<b>4,8</b>	<b>4,6%</b>
<b>PESCADO FRESCO</b>	<b>568,97</b>	<b>670,41</b>	<b>695,57</b>	<b>3,8</b>	<b>4,1%</b>
Merluza y Pescadilla	122,74	142,31	149,54	5,1	4,0
Sardinas y boquerones	127,16	124,49	132,37	6,3	0,8
Atún y Bonito	24,43	29,59	30,35	2,6	5,3
Trucha	26,11	25,83	25,26	-2,2	-0,7
Otros pescados	269,54	348,20	358,05	2,8	5,8
<b>Pescado Congelado</b>	<b>157,06</b>	<b>180,85</b>	<b>190,94</b>	<b>5,6</b>	<b>4,0</b>
<b>Mariscos, moluscos y crustáceos Frescos</b>	<b>233,44</b>	<b>254,77</b>	<b>272,41</b>	<b>6,9</b>	<b>3,1%</b>
<b>Mariscos, moluscos y crustáceos cocidos</b>	<b>8,74</b>	<b>25,94</b>	<b>31,14</b>	<b>20,0</b>	<b>28,9</b>
<b>Mariscos, moluscos y crustáceos Congelados</b>	<b>125,41</b>	<b>169,50</b>	<b>178,69</b>	<b>5,4</b>	<b>7,3</b>
<b>Conservas de Pescado y Marisco</b>	<b>158,68</b>	<b>195,74</b>	<b>200,03</b>	<b>2,2</b>	<b>4,7</b>

Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

### 3.1.2 El consumo de pescados y mariscos frescos en hogares en la Comunidad de Madrid

El consumo de productos de la pesca en los hogares de la Comunidad de Madrid superó en el año 2004 el valor de 972 millones de euros, de los que el 69%, unos 667 millones; corresponden a pescados y mariscos frescos-cocidos.

El consumo per cápita de productos de la pesca en nuestra región es superior a la media nacional en un 2,17%, destacando el consumo de pescado fresco y marisco cocido que superan la media nacional en más de un 18%. Por el contrario el consumo es inferior a la media en mariscos frescos (-16%), pescados congelados (-9%), en conservas (-5%) y muy bajo en mariscos congelados (-32%).

El consumo per cápita de pescado fresco en los hogares de la Comunidad de Madrid es de 16,25 Kg/hab/año, un 18,2% superior al consumo nivel nacional que se sitúa 13,75 Kg/hab/año.

El volumen de pescado fresco consumido en nuestra región representa el 14,3%, en el conjunto nacional, destacando el lenguado; que supone el 26,74% del consumo de toda España, el rodaballo (20,98%), la merluza y pescadilla (17,98%) y la lubina (17,09%).

El consumo de pescados frescos en los hogares de la Comunidad de Madrid en el 2004 se elevó a 82,6 millones de Kg, el precio medio fue de 6,03 euros/Kg. (un 3% superior a la media nacional) lo que supuso un gasto total de 497,87 millones de euros.

El consumo de mariscos y moluscos frescos alcanzó, en nuestra Comunidad, los 20,84 millones de Kg con un valor de 135,57 millones de euros, correspondiendo el mayor consumo per cápita a gambas y langostinos frescos, seguido de otros mariscos frescos. Su valor representa el 11,3% del total nacional, elevándose al 16,25% en el caso de mariscos cocidos.

El precio medio del marisco fresco consumido en los hogares de la Región en 2004 fue de 6,51 euros/Kg en los crudos y 8,73 euros/Kg en los cocidos, lo que representa unos incrementos respecto a la media nacional del 11% y 13% respectivamente.

El gasto per cápita en la región es inferior a la media nacional en almejas y berberechos, mejillón, calamar y pulpo mientras que supera la media nacional en gambas - langostinos cocidos y crudos.



GASTO/CONSUMO HOGARES. 2004

PRODUCTO	NACIONAL					COMUNIDAD DE MADRID					
	VOLUMEN (Millones Kilos)	GASTO (Millones Euros)	CONSUMO Hab./año	GASTO Hab./año	PRECIO medio	VOLUMEN (Millones Kilos)	GASTO (Millones Euros)	CONSUMO Hab./año	GASTO Hab./año	PRECIO Medio	Diferencia de consumo Madrid/España %
PESCADOS FRESCOS	576,88	3.387,50	13,75	80,69	5,87	82,56	497,88	16,25	98,2	6,03	18
PESCADOS CONGELADOS	126,56	759,55	3,01	18,09	6,00	13,92	86,38	2,74	16,99	6,21	-9
<b>TOTAL PESCADO</b>	<b>703,44</b>	<b>4.147,05</b>	<b>16,76</b>	<b>98,78</b>	<b>5,90</b>	<b>96,48</b>	<b>584,26</b>	<b>19</b>	<b>115,03</b>	<b>6,06</b>	<b>13</b>
MARISCOS FRESCO	205,05	1.199,46	4,88	28,55	5,85	20,83	135,57	4,11	26,7	6,51	-16
MARISCOS COCIDOS	26,75	206,66	0,64	4,90	7,72	3,84	33,58	0,76	6,61	8,73	19
MARISCO CONGELADO	97,92	810,74	2,33	19,32	8,28	8,06	67,48	1,59	13,27	8,37	-32
<b>TOTAL MARISCO</b>	<b>329,73</b>	<b>2.216,87</b>	<b>7,86</b>	<b>52,80</b>	<b>6,72</b>	<b>32,73</b>	<b>236,63</b>	<b>6,45</b>	<b>46,59</b>	<b>7,23</b>	<b>-18</b>
CONSERVAS Y AHUMADOS	165,97	1.183,71	3,94	28,20	7,13	19,02	151,24	3,72	29,76	7,95	-6
<b>TOTAL PROD. DE LA PESCA</b>	<b>1.199,14</b>	<b>7.547,64</b>	<b>28,55</b>	<b>179,78</b>	<b>6,29</b>	<b>148,23</b>	<b>972,13</b>	<b>29,17</b>	<b>191,4</b>	<b>6,56</b>	<b>2</b>

Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

## 3.2. ABASTECIMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS

### 3.2.1 Estructura productiva de pescados y mariscos frescos

Según los datos que proporciona MERCASA en su estudio "La Alimentación en España 2005", las capturas pesqueras que realizan los buques españoles sobrepasan los 1,17 millones de toneladas, lo que supone el 1,3% de la producción mundial y convierte a nuestro país en la decimosexta potencia pesquera mundial.

A nivel europeo, España es la segunda potencia pesquera de Europa, después de Dinamarca y su producción representa el 16,5% del total de la producción europea.

El 73% de dicha producción corresponde a capturas marinas y el 27% restante a la acuicultura.

La actual flota española cuenta con 15.700 barcos, siendo la más numerosa la flota pesquera artesanal, es decir la que faena en las 12 millas de aguas de la Unión Europea que cuenta con alrededor de 10.250 embarcaciones lo que representan un 65% del conjunto de la flota pesquera.

Del conjunto de desembarcos que realiza la flota pesquera de nuestro país, unas 450.000 toneladas (52,5 %), corresponden a **pescados y mariscos frescos**, alcanzando la producción acuícola unas 313.000 toneladas, de las que casi 279.900 toneladas (89,3%) corresponden a la acuicultura marina y las

restantes 33.400 toneladas (10,7%) a la acuicultura continental. Esta producción sitúa a España en el puesto 11 del mundo, tan solo superada en Europa por Noruega.

En el sector de la acuicultura existen unas 3000 empresas, en general de pequeñas dimensiones, básicamente dedicadas al cultivo del mejillón y la trucha, aunque en la actualidad están surgiendo grandes operadores que concentran su producción en el rodaballo, lubina, dorada y atún.

En el sector de pescados y mariscos frescos se observa, por una parte, una tendencia a la concentración empresarial que tiende a romper la atomización existente hasta la actualidad y, por otra, se detecta la progresiva introducción por parte de los grupos líderes, de nuevas líneas de productos que pueden suponer un valor añadido para el consumidor.

Respecto al comercio **exterior** de pescados y mariscos frescos las importaciones superan a las exportaciones. Las importaciones de pescados frescos y refrigerados se sitúan en torno a las 264.000 toneladas y proceden fundamentalmente de la Unión Europea; mientras que las importaciones de crustáceos y moluscos frescos ascienden a 381.700 toneladas.

En cuanto a las exportaciones, la mayoría se dirigen a la Unión Europea y, en el caso concreto de los pescados y mariscos frescos y refrigerados, alcanzan casi las 78.000 toneladas; mientras que las de crustáceos y moluscos frescos suponen unas 33.100 toneladas.

### 3.2.2 Mercado mayorista de los pescados y mariscos frescos

En España la **distribución mayorista** de pescado y mariscos frescos se efectúa mayoritariamente a través de la red de MERCAS. Existen un total de 17 Mercados Mayoristas de Pescados, a través de los cuales se comercializa el 60% del pescado y marisco que se consume a nivel nacional. Este porcentaje se eleva al 95% en las zonas de influencia próximas a este tipo de Unidades Alimentarias.

En la Comunidad de Madrid el abastecimiento de pescados y mariscos frescos se realiza fundamental-

mente a través de MERCAMADRID, donde se comercializan en torno a 100 especies diferentes, el 70% de pescados, y el 30% de mariscos.

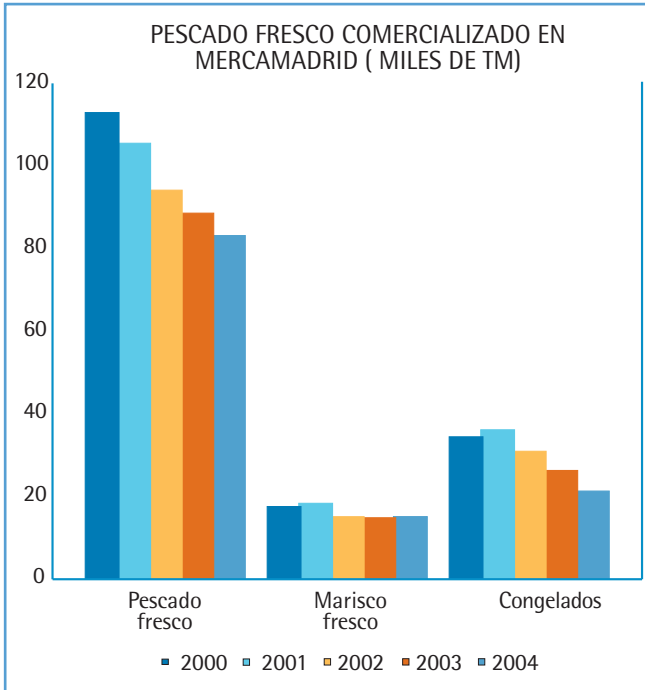
En la actualidad, este mercado mayorista se ha convertido en la más moderna y avanzada plataforma alimentaria de Europa, comercializando en el año 2004 casi 2 millones de toneladas de productos con un valor superior a los 2.800 millones de euros. El mercado de pescados representa el 25,6% de los ingresos del total de los sectores que comercializan allí sus productos, superando en ese mismo año los 718 millones de euros.

El 67,8% de los pescados y mariscos comercializados por MERCAMADRID provienen del mercado nacional, un 19,85% de países de la Unión Europea y el 12,4% procede de terceros países, de forma que en el año 2004 se comercializaron 23,7 millones de Kg de pescados y mariscos procedentes de la UE y 14,9 millones de Kg de los países extracomunitarios.

El peso relativo de MERCAMADRID en la red detallista de la Comunidad de Madrid está disminuyendo, debido fundamentalmente a que la distribución organizada se aprovisiona cada vez más en origen, tratando de evitar así, el intermediario en destino. De esta forma en los últimos cinco años el mercado de pescado ha perdido un 27% de su volumen de comercialización:

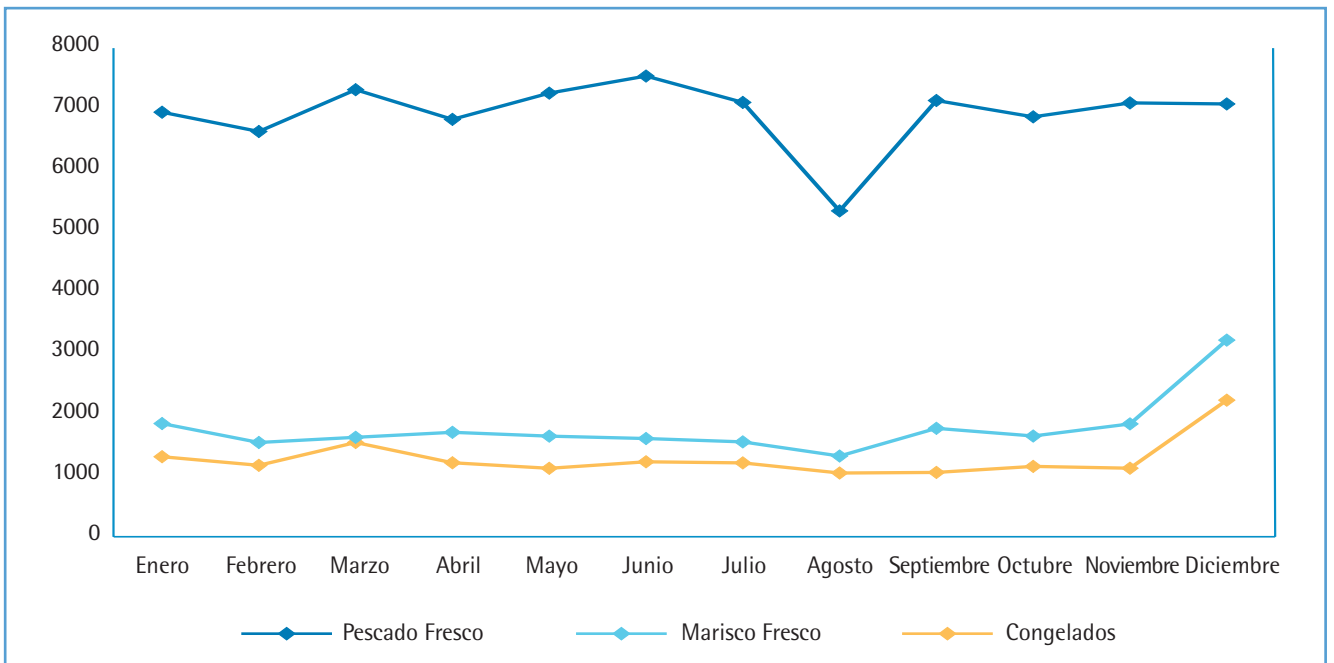
- ✦ En **pescado fresco** se observa una disminución continua durante estos últimos años pasando de 112.930 toneladas comercializadas en el año 2000 a 83.176 toneladas en 2004, lo que representa una caída del 26%. El 46% de las ventas de pescado fresco se concentran en cuatro productos (merluza, boquerón, sardina y pescadilla)
- ✦ En **marisco fresco** el volumen comercializado en el año 2004 fue de 15.167 toneladas, lo que supone una disminución respecto al 2000 de un 14%, si bien se registró un incremento en 2004 respecto a 2003 próximo al 2%. El 64,4% de las ventas de marisco fresco corresponden a mejillón, chirla y almeja.

✦ En pescado y marisco congelado se produjo un incremento entre los años 2000 y 2001 de un 5%, para disminuir después año tras año hasta 2004, totalizándose una pérdida de mercado de un 38%.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos Informe anual Mercamadrid.

Otro aspecto a tener en cuenta es el grado de estacionalidad que en función del tipo de producto presentan las ventas de MERCAMADRID:



Elaborado por la DGSPA a partir de datos Informe anual Mercamadrid.

Las ventas mensuales de pescado fresco difieren poco de un mes a otro, salvo un ligero descenso en el mes de agosto y un ligero incremento en junio. Las ventas mensuales de marisco fresco tienen mayores oscilaciones, con un máximo acusado en diciembre, cuando se comercializa el 14,7%.

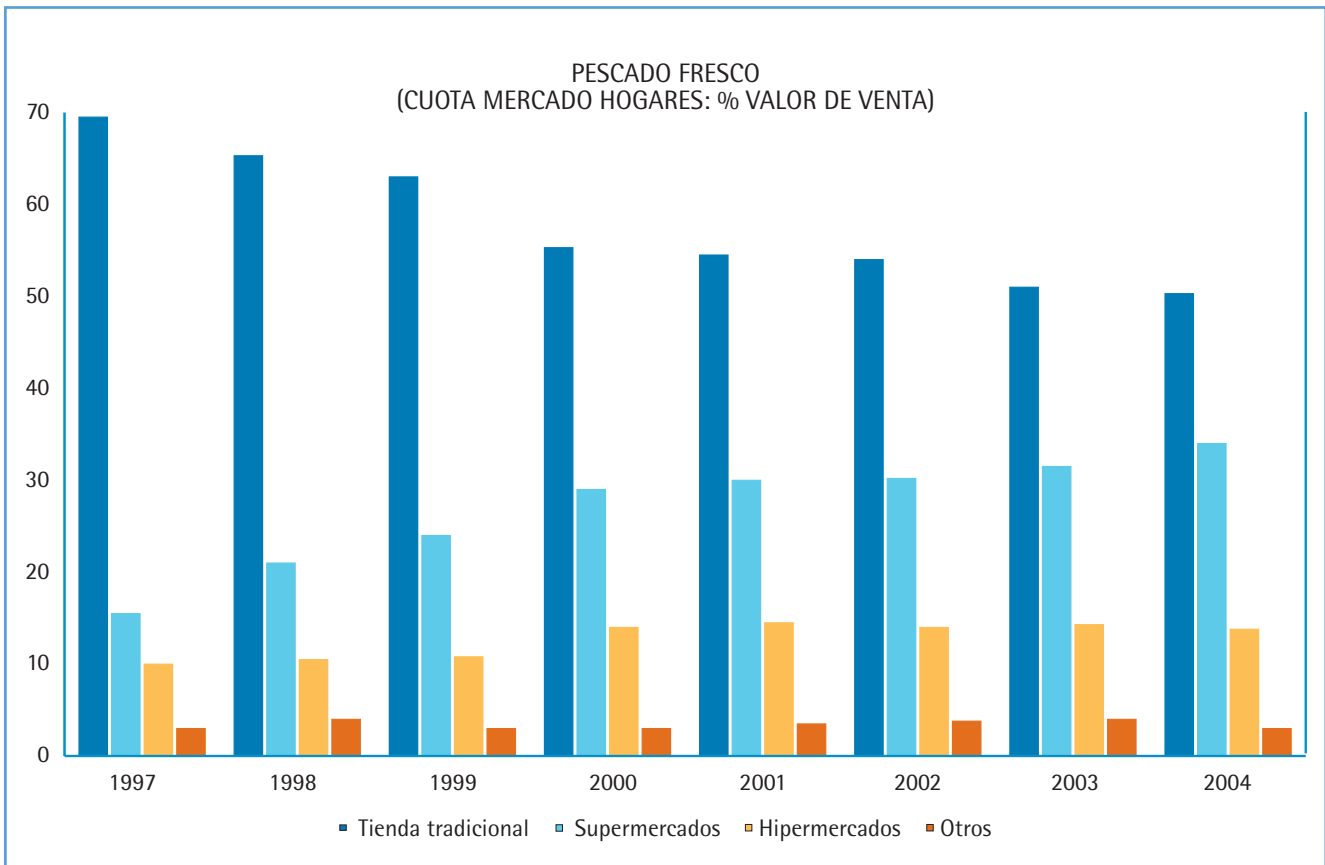
Las ventas de pescados y mariscos congelados se centran en noviembre y diciembre cuando se vende el 32,4% de dichos productos. En el mes de diciembre se duplican las ventas de congelados respecto a otros meses y se produce un desplazamiento del fresco hacia el congelado que llega a representar el 25,7% de la oferta total.

### 3.2.3. Mercado minorista de los pescados y mariscos frescos

El abastecimiento de los hogares tanto a nivel nacional como en la Comunidad de Madrid, sigue un patrón muy similar tanto para pescados como para mariscos frescos.

Así, en cuanto al **lugar de adquisición del pescado fresco** en los hogares españoles durante el año 2004, cabe señalar que:

- Las tiendas tradicionales, con una cuota de mercado de un 51% en el año 2004, continúan siendo el lugar mayoritariamente elegido por los españoles para realizar la compra de pescados frescos, a pesar de la caída ininterrumpida que dicha cuota viene sufriendo desde el año 1997, cuando se situaba en un 69,2%.
- La cuota de los supermercados continúa creciendo anualmente y ha pasado de un 18,47% en el año 1997 a un 33,2% en el 2004.
- La cuota de los hipermercados se encuentra en ligero retroceso, de forma que en el 2004 cuentan con una cuota de 12,7%, inferior a la que tenían en año 2000 que era de un 13,35%.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

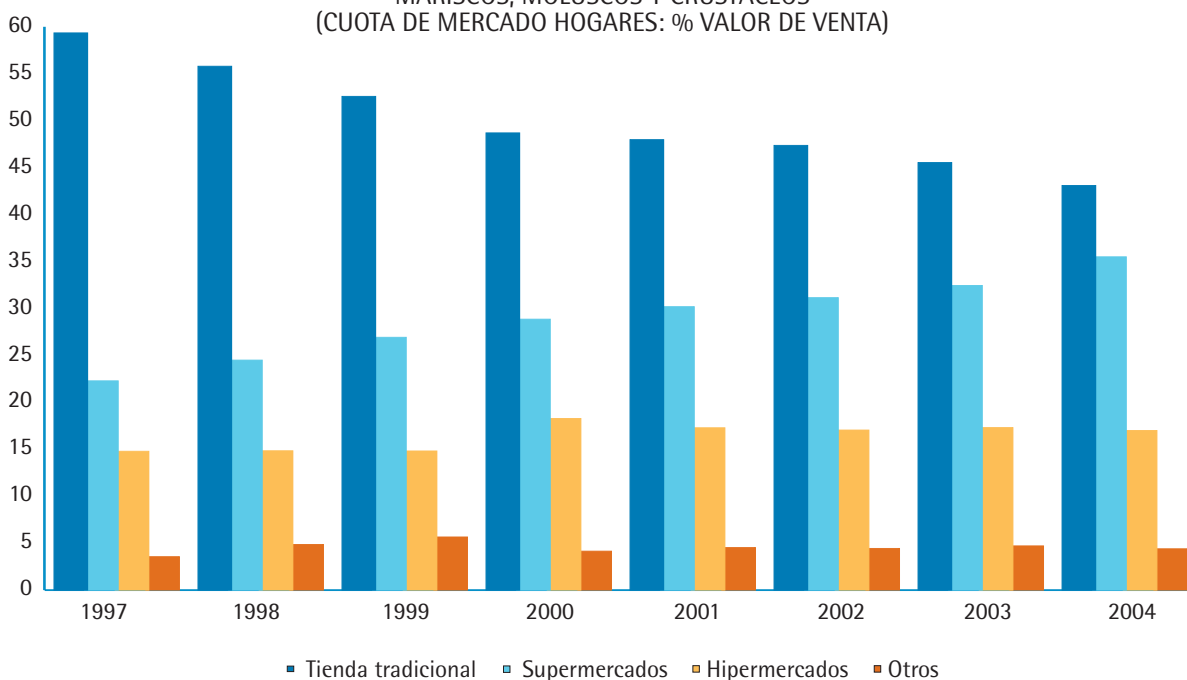


A nivel nacional la compra de **marisco, moluscos y crustáceos** en hogares en el año 2004, se distribuye de una manera similar a las compras de pescados frescos:

- ✦ Así la tienda tradicional es la que presenta una mayor cuota de mercado 43,1% no obstante la tendencia muestra un continuo descenso desde el año 1997 cuando se situaba en un 59,4%.
- ✦ La cuota de los supermercados continúa creciendo ininterrumpidamente desde el año 1997 al haber pasado de un 22,3% a un 35,5% en el año 2004.
- ✦ La cuota de hipermercados se mantiene estable en torno al 17%.



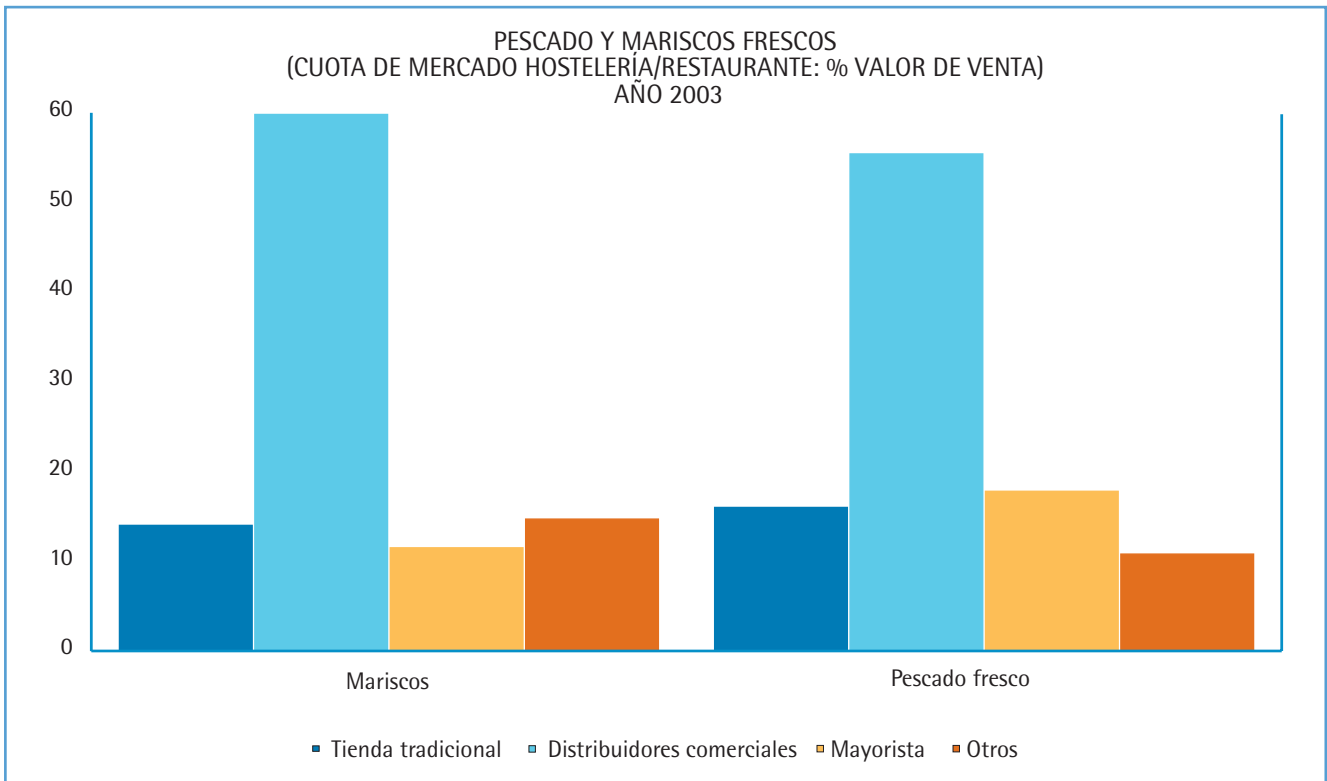
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS  
(CUOTA DE MERCADO HOGARES: % VALOR DE VENTA)



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

En hostelería y restauración el suministro de pescados y mariscos frescos procede mayoritariamente de los distribuidores. En el caso concreto del pescado fresco, el 55,4% se compró a través de los distribuidores, el 17,8% en mayoristas, el 16% en tiendas tradicionales y el resto, un 10,8%, a través de otros canales de

comercialización como pueden ser las lonjas. En el caso de mariscos frescos ocurre algo similar, el 59,8% se compraron a través de los distribuidores, el 14% en tiendas tradicionales, el 11,5% en mayoristas y el restante 14,7% se comercializa a través de otros canales de comercialización.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MERCASA



## 4. PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS



## 4.1. El consumo de pescado y mariscos congelados

### 4.1.1 Estructura del consumo de pescados y mariscos congelados

Los españoles consumen una media anual de 4,5 kg de pescado congelado. Esto supone un 21,4% del pescado consumido y un 12% del consumo total de productos de la pesca. El consumo de 4,5 kg/hab/año, durante el 2004 representa un crecimiento de un 2,5 % respecto al año 2003, frente al 0,7% experimentado por el pescado fresco. En el periodo 1999-2004 el consumo de pescado congelado ha sufrido un crecimiento interanual de un 2,8%. El incremento más importante corresponde al bacalao (18,6%) y el retroceso más acusado un (1%) lo experimentó la merluza/pescadilla.



CANTIDAD COMPRADA EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR (Millones de Kilos)								
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Diferencias 04/03 (%)	TVI 04/99 (%)
<b>TOTAL PR. PESCA</b>	<b>31,3</b>	<b>32,5</b>	<b>35,3</b>	<b>36,6</b>	<b>36,5</b>	<b>37,2</b>	<b>1,7</b>	<b>3,5</b>
<b>PESCADO FRESCO</b>	<b>14,2</b>	<b>14,8</b>	<b>16,3</b>	<b>16,5</b>	<b>16,4</b>	<b>16,5</b>	<b>0,7</b>	<b>3,0</b>
<b>PESCADO CONGELADO</b>	<b>3,9</b>	<b>3,8</b>	<b>4,1</b>	<b>4,5</b>	<b>4,4</b>	<b>4,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>
Merluza y Pescadilla	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	-0,9	-1,0
Lenguado	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	19,5	6,9
Salmón	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	-4,7	13,7
Bacalao	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	20,2	18,6
Otros pescados	1,2	1,1	1,3	1,7	1,5	1,5	0,1	5,1
<b>MARISCOS/MOLUS /CRUSTRA</b>	<b>9,2</b>	<b>9,6</b>	<b>10,4</b>	<b>10,9</b>	<b>11,0</b>	<b>11,4</b>	<b>4,0</b>	<b>4,4</b>
Marisco Congelado	3,1	3,4	4,0	4,4	4,1	4,2	2,3	6,2

Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

El consumo de mariscos congelados se sitúa en 4,2 kg/hab/año muy próximo por tanto al de los pescados congelados. Su crecimiento interanual en el periodo 1999-2004 ha sido de un 6,2%, si bien en el periodo 2002-2003 experimentó un retroceso de un 6,8%.

El consumo de pescado congelado es inferior al consumo de pescado fresco, posiblemente debido a que en el pasado, su imagen estuvo ligada a una calidad inferior que inducía al consumidor a comprar producto fresco para congelarlo, en lugar de recurrir a la oferta de productos congelados

Cada tipo de producto tiene un determinado público consumidor por lo que no suele darse el efecto sustitutivo del producto fresco por el congelado. Sin embargo las variaciones en el consumo de ambos tipos de productos sí se relacionan con otro tipo de factores:

- ✦ El consumo tanto de pescados y mariscos frescos como congelados, se incrementa a medida que mejora el poder adquisitivo del consumidor, sin que se produzca ningún efecto sustitutivo debido a este factor. Sin embargo el consumo disminuye a medida que disminuye la edad del consumidor, y fundamentalmente la edad del ama de casa.
- ✦ El mayor consumo de pescados y mariscos frescos se registra en la familia de dos miembros y disminuye al aumentar el tamaño, debido a su coste. Por el contrario se está observando un incremento del consumo de congelados en las familias monoparentales, debido al fuerte crecimiento de productos precocinados congelados.

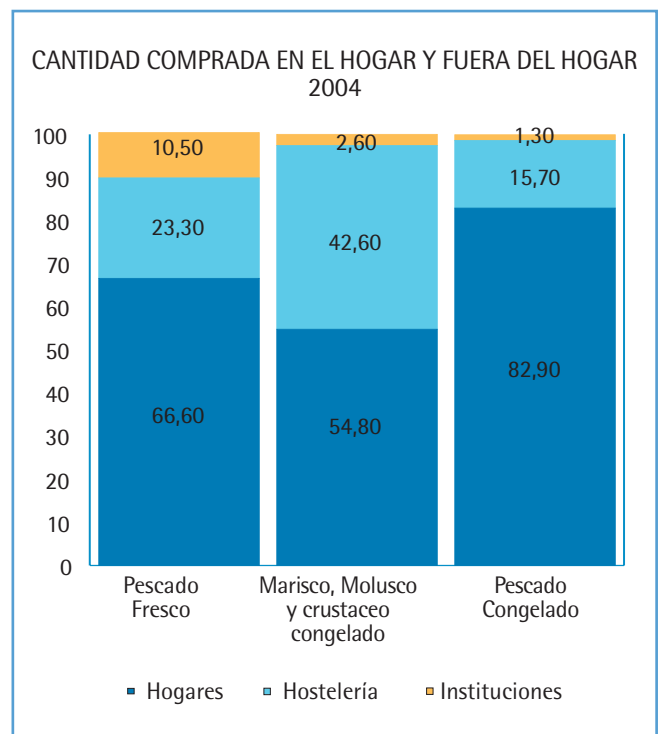
El consumo en el hogar y fuera del hogar en el año 2004 sigue un reparto diferente al seguido por los productos frescos. El consumo de pescado congelado en el hogar es solo de un 66,6%, habiendo disminuido un 6% con respecto al 2003 cuando era de un 72,3%.

El consumo de pescado congelado en instituciones está aumentando y durante este año ha supuesto un 10,5% del total.

El consumo a través de hostelería-restauración en general es ligeramente superior en el caso de pescados congelados (23,3%), que en frescos (15,7%). Pero el consumo a través de este canal es muy superior en el

caso de algunos productos congelados, como el salmón (41,1%), otros pescados(24,7%) y el bacalao (24%).

En el hogar se consume proporcionalmente menos marisco congelado (54,8%) que pescado congelado (66,6%), siendo este valor muy inferior al de consumo de pescado fresco. Sin embargo el consumo en hostelería de marisco congelado es de un 42,6%, muy superior al consumo de otros productos pesqueros. En instituciones el consumo de este producto congelado tan solo representa un 2,6%.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA. Año 2004

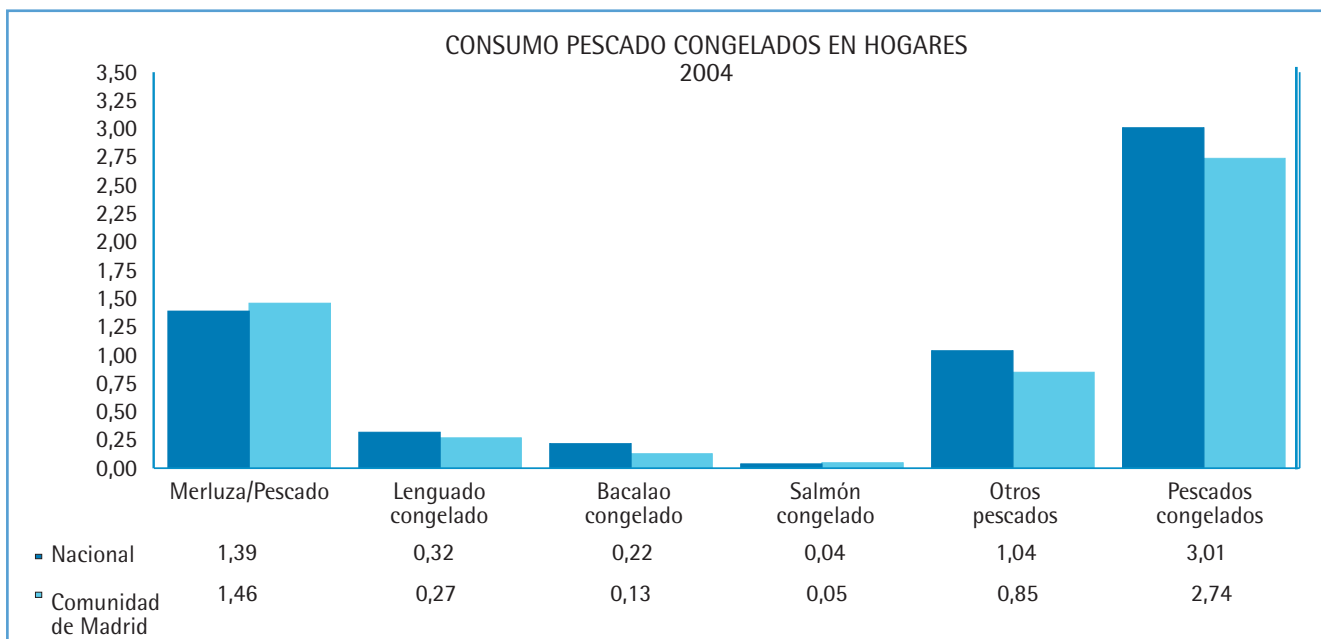
#### 4.1.2 El consumo de pescados y mariscos congelados en hogares en la Comunidad de Madrid

El valor de las compras de pescados congelados efectuadas por los hogares de la Comunidad de Madrid durante el año 2004 alcanzaron los 86,4 millones de euros, mientras que las de mariscos congelados supusieron 67,5 millones de euros, lo que representa un 8,32% y un 11,37% respectivamente en el conjunto del gasto nacional.

La Comunidad de Madrid se caracteriza por un menor consumo de pescados y mariscos congelados; así durante el año 2004 su consumo se situó en 4,33 kg/hab/año, un 19% menos que el conjunto nacional que fue de 5,34 kg/hab/año.

A nivel nacional, el 21,7% del consumo total de pescados y mariscos corresponde al pescado y marisco congelado mientras que en la Comunidad de Madrid dicho consumo sólo representa el 17%.

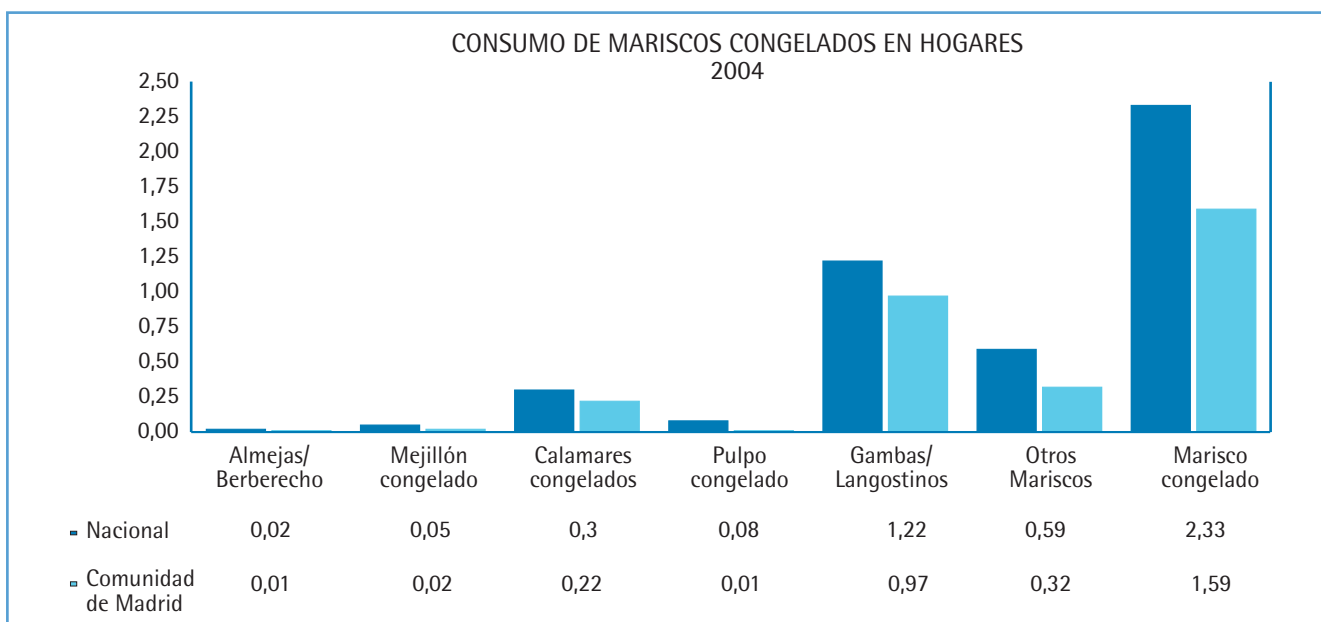
El consumo per cápita de pescado congelado en la Comunidad de Madrid está por debajo de la media nacional en bacalao (59%), lenguado (84.4%) y otros congelados (81.7%). Por el contrario es superior a la media nacional en salmón (125%) y merluza /pescadilla (105%).



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA. Año 2004

En marisco congelado, el consumo per cápita de la Comunidad de Madrid es inferior a la media nacional en todos los productos, destacando algunos como

gambas y langostinos, cuyo consumo es un (79.5%) inferior o el de otros mariscos congelados, y mejillón, que son de un (54,2%) y de un (40%) respectivamente.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA.

En la Comunidad de Madrid la relación congelado-fresco es menor que en el conjunto nacional, tanto en pescado como en marisco, como consecuencia de que el consumo per cápita en nuestra región supera la media nacional en un 18,2% en el caso de pescado fresco y 18,8% en el caso del marisco cocido, mientras que en pescado congelado es de un (-9%), en mariscos y moluscos congelados (-31,8%) y en mariscos y moluscos frescos (-15,7%).

El precio medio del mix de pescados congelados consumidos en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2004 se situó en 6,21 €/kg, un 3,5% superior al precio medio nacional. Los precios más altos corresponden al bacalao y al lenguado siendo los más bajos la merluza/pescadilla.

En cuanto al precio de mix de mariscos congelados éste fue de 8,37 €/kg, un 1% superior a la media nacional. El precio más elevado corresponde a gambas y langostinos congelados y el más bajo a calamares congelados.

22

## 4.2 Abastecimiento y comunicación de pescados y mariscos congelados

### 4.2.1 Estructura productiva de pescados y mariscos congelados

La atomización es uno de los rasgos característicos del sector de la pesca en su conjunto, en el que destacan las industrias dedicadas a las conservas de pescado y las dedicadas a la elaboración de productos básicamente congelados.

El sector de pescado congelado se ha configurado como uno de los más complejos de la industria alimentaria, con una cadena compuesta por numerosos eslabones en sus tres niveles:

- ✱ Primario (armadoras, lonjas y empresas de acuicultura, que son completadas con la labor de importadoras y otros comercializadores).
- ✱ Industrial (con un amplio abanico de procesadores, desde el congelado a bordo de los buques factoría a las más complejas plantas de elaboración).

- ✱ Comercial (donde conviven mayoristas, distribuidores regionales, empresas de ámbito nacional, compañías con una clara vocación marquista y otras especializadas en las ventas a los mercados exteriores).

La estructura de este sector se está viendo modificada en los últimos años debido a los procesos de verticalización realizados por ciertas empresas con objeto de tener presencia en todos los eslabones de la cadena. Por otra parte se están eliminando aquellos operadores que apenas aportan valor en su conjunto y las empresas del sector primario o comercial han comenzado a realizar actividades de elaboración con objeto de dotar de mayor valor añadido a los productos.

El sector por tanto tiene como uno de sus rasgos característicos la concentración. El primer operador de este sector tiene un volumen de producción de 120.000 toneladas, el segundo 80.000 toneladas el tercero unas 50.000 toneladas. Entre las 40.000 y 20.000 toneladas se encuentran 11 operadores del sector, entre 10.000 y 20.000 toneladas se encuentran 33 empresas de nuestro país.

Según los datos que proporciona MERCASA en su estudio "La Alimentación en España 2005", la producción española de pescados congelados llega hasta las 400.000 toneladas, con un valor de 640,6 millones de euros. La principal partida, 368.000 toneladas corresponden a los pescados siendo 30.700 toneladas de mariscos y crustáceos.

Dentro del mercado español, los pescados congelados representan el 58,1% de todas las ventas, mientras que el 41,9 % corresponden a mariscos. Por especies la merluza es la más demandada con un 27,3% del total y las gambas y langostinos con un 22,7%.

Las **importaciones** de productos del mar congelados alcanzaron las 836.800 toneladas, con un incremento interanual de un 14%. Las principales partidas corresponden a pescados congelados (294.500 toneladas), crustáceos (285.700 toneladas) y filetes de pescado (153.700 toneladas) Dentro de los mariscos la mayor parte de las importaciones se concentran en mariscos y camarones que supusieron unas 117.900 toneladas. Las importaciones de crustáceos proceden principal-



mente de Argentina, Brasil y Reino Unido. En el caso de los filetes congelados nuestro principal proveedor es Namibia

Las **exportaciones** de productos congelados alcanzaron unas 413.000 toneladas con un valor de 871,2 millones de euros. La parte mayoritaria corresponde al pescado congelado que supuso un 60%, los crustáceos un 25.4% y el resto se reparte entre filetes de pescado y moluscos. Las exportaciones españolas se dirigen básicamente a la Unión Europea, principalmente a Portugal, Italia y Francia.

En los últimos años estamos asistiendo a fuertes desequilibrios entre la oferta y la demanda que están provocando un efecto sustitutivo del langostino respecto a otros mariscos y pescados, lo que conduce a un estrechamiento de los márgenes de las grandes empresas para no perder cuota de mercado ante la resistencia al consumo de especies de mayor precio. Las causas fundamentales de esta situación se explican por:

- \* La disminución de capturas de diversas especies como merluza, gambón y cefalópodos en algunos importantes caladeros.
- \* La sobrecapacidad instalada de salas de elaboración de productos de la pesca congelados.
- \* El fuerte incremento de las importaciones y la sobreoferta de langostino de acuicultura que ha hecho disminuir su precio de manera importante.

#### 4.2.2 Mercado mayorista de los pescados y mariscos congelados en la Comunidad de Madrid

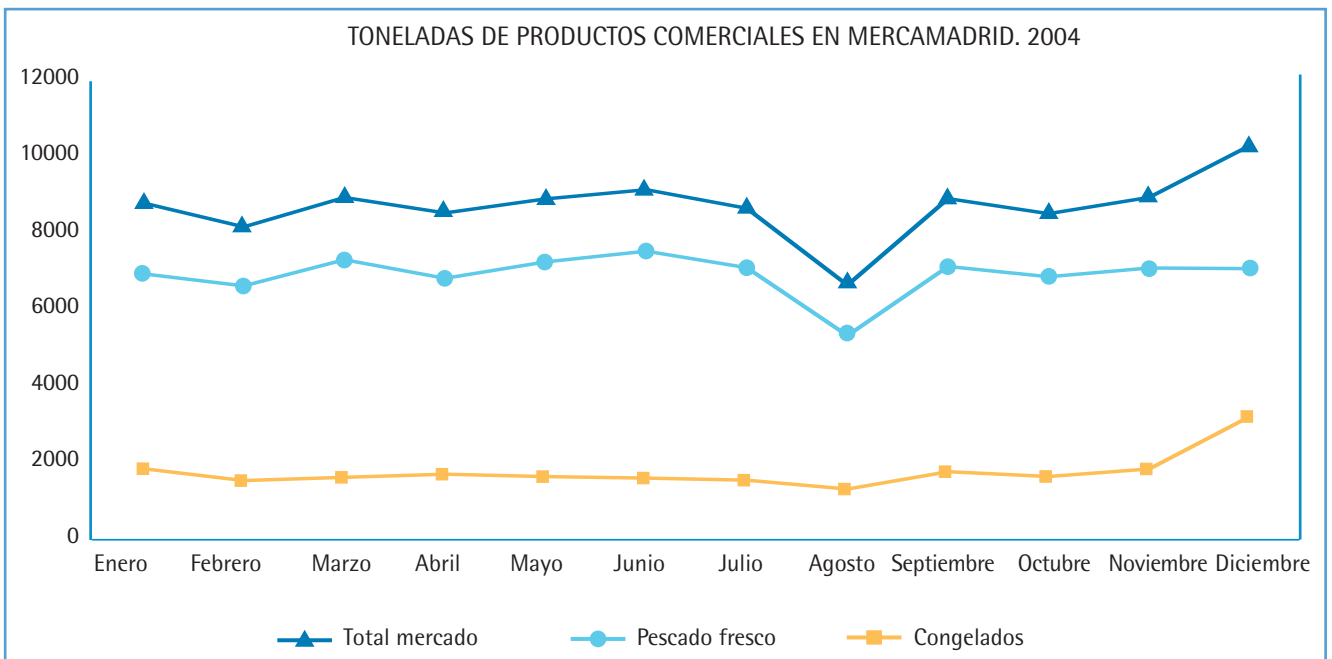
El mercado mayorista de MERCAMADRID ha perdido un 27% de su volumen de comercialización en los últimos cinco años, al haber perdido peso relativo en la red detallista de la Comunidad de Madrid. Esta pérdida es más significativa en el caso de los productos congelados que han sufrido una caída de cuota de mercado de un 41% desde el año 2001 y su peso relativo en el mercado de pescados se ha reducido un 4,8%, pasando así del 22,6% en 2001 al 17,8% en 2004.

En el año 2004 las ventas de congelados ascendieron a 21.350 Tm y representaron el 18% de las ventas del mercado de pescados de MERCAMADRID donde se comercializan más de 50 especies distintas de pescados y mariscos congelados. Entre ellos, destaca el langostino, que se comercializa en un 97% congelado, y la gamba que supera el 80%. Los pescados precocinados suponen el 26% del volumen de producto comercializado y superan el 11% de las ventas de congelados de este mercado mayorista, precediendo a las ventas del calamar, del langostino, la gamba y el pez espada.

De forma paralela a lo explicitado en el pescado fresco, las ventas de estos productos en MERCAMADRID siguen una tendencia relativamente uniforme a lo largo del año con mínimos en los meses de Julio y Agosto y máximos en la época navideña (Noviembre, Diciembre y Enero) y en Septiembre por el retorno de las vacaciones. En el mes de Diciembre se concentran las mayores ventas del año (3,2 millones de kilos) y también la mayor proporción de congelados sobre el total (26%).





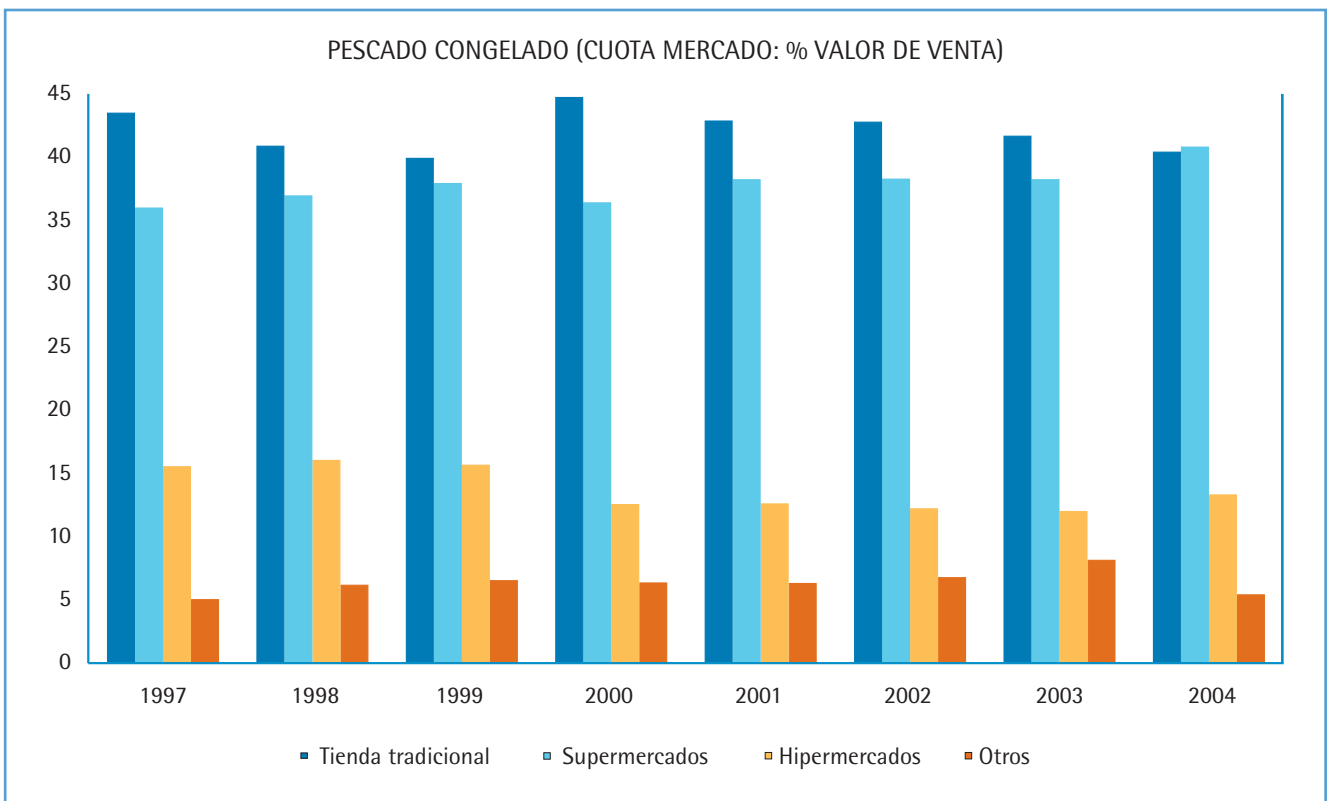


Elaborado por la DGSPA a partir de Memoria Anual Mercamadrid.

#### 4.2.3 Mercado minorista de los pescados y mariscos congelados

24

Las compras de pescado congelado en los hogares españoles en el año 2004, no siguen la misma distribución que las compras de otros tipos de pescado, así:



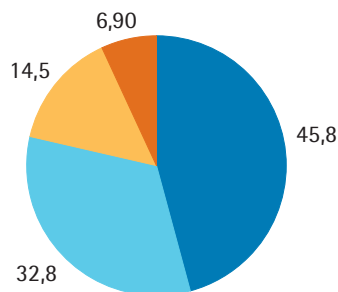
Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

Las tiendas tradicionales tienen una cuota de mercado muy inferior a la del pescado fresco (51%). Desde el año 1998 han estado perdiendo cuota de mercado hasta situarse en 2004, en una cuota de un 40,4%, algo inferior a la cuota de los supermercados que ha aumentado de manera importante en el último año hasta situarse en 40,8%

Los hipermercados, a diferencia de años anteriores han aumentado su cuota de mercado hasta situarse en 13,3% en el año 2004, posiblemente a costa de la pérdida sufrida por otras formas de comercialización (venta domiciliaria, economatos, etc.)

En el caso de los mariscos congelados la mayor cuota de mercado la mantienen las tiendas tradicionales, con un 45,8%, seguida por los supermercados con un 32,8% y de los hipermercados que mantienen una cuota de 14,5%, similar a la del pescado fresco.

CUOTA DE MERCADO MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS CONGELADOS. AÑO 2004



■ Tienda tradicional ■ Supermercados ■ Hipermercados ■ Otros

Elaborado por la DGSPA a partir de datos de Mercasa

Según los datos proporcionados por Alimarket, el pescado congelado más demandado en el punto de venta es la merluza, que representa el 70,5% del volumen y el 67,8% del valor del consumo en hogar.

El bacalao, la pescadilla y el lenguado, totalizan el 24,6% del valor y todos los productos restantes suman el 7,6%.

Los mariscos y cefalópodos congelados sin preparar, representan el 81,4% del valor del mercado, los preparados el 14,7% y los surtidos para paellas el 3,9%.

Dentro de los congelados sin preparar el langostino, gamba y gambón totalizan el 60% de las ventas del grupo, sin olvidar el auge del consumo de surimi y gula, que ya suponen un 28%.

En el grupo del congelado preparado, el calamar representa el 51% del valor de las ventas del grupo y el cangrejo y la gamba el 21%.



## 5. CONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS

## 5.1. El consumo de conservas de pescados y mariscos

### 5.1.1 Estructura del consumo de conservas de pescados y mariscos

El consumo en conservas de pescados y mariscos en España alcanzó en el año 2004 los 200 millones de kilos, lo que supone un 4,7% más que el consumo de pescados congelados, y representa un 12,7% del consumo total de productos de la pesca.

El mayor consumo corresponde a las conservas de atún y bonito, que representan el 53,3% del conjunto de las conservas, seguido de las conservas de sardinas, que supone el 7,1%.

Entre 1999 y 2004 el consumo de estas conservas experimentó un crecimiento interanual del 4,7%, frente al 4,1% del pescado fresco y el 4,0 % del pescado congelado.

En el grupo de las conservas, el mayor crecimiento, un 6,3%, corresponde a otros pescados y mariscos, en el que se incluyen las conservas de mejillón y otras especies procedentes de la acuicultura. En sentido contrario están las sardinas y boquerones, que han disminuido un 1,2% entre el año 2003 y 2004, manteniendo un discreto crecimiento interanual, de un 2,2%, contado desde el año 1999.

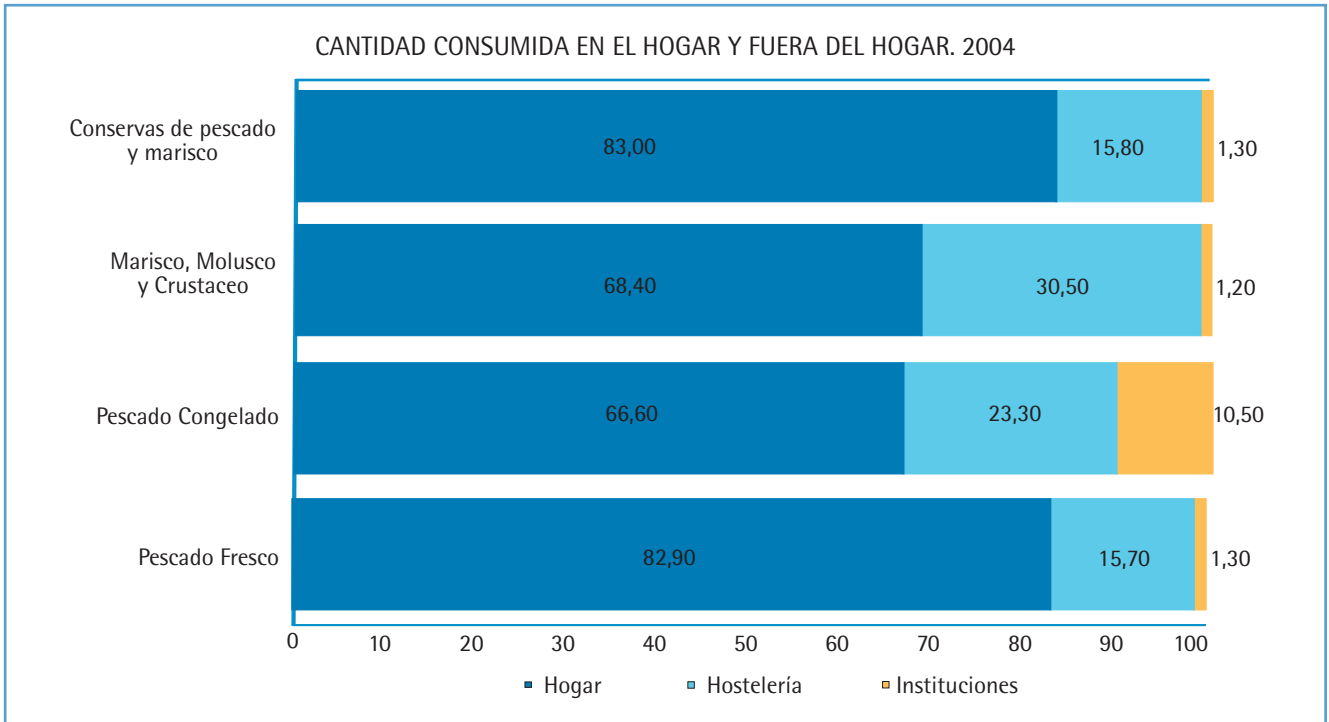


CANTIDAD COMPRADA EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR  
(MILLONES DE Kg)

	1999	2003	2004	% 03/04	TVI 99/04%
<b>TOTAL PRODUCTOS DE LA PESCA</b>	<b>1.252,31</b>	<b>1.497,21</b>	<b>1.568,77</b>	<b>4,8</b>	<b>4,6%</b>
<b>PESCADO FRESCO</b>	<b>568,97</b>	<b>670,41</b>	<b>695,57</b>	<b>3,8</b>	<b>4,1%</b>
<b>PESCADO CONGELADO</b>	<b>157,06</b>	<b>180,85</b>	<b>190,94</b>	<b>5,6</b>	<b>4,0</b>
<b>MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS</b>	<b>367,60</b>	<b>450,21</b>	<b>482,24</b>	<b>7,1</b>	<b>5,6</b>
<b>CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO</b>	<b>158,68</b>	<b>195,74</b>	<b>200,03</b>	<b>2,2</b>	<b>4,7</b>
Sardinas y boquerones	12,94	14,58	14,40	-1,2	2,2
Atún y bonito	87,60	104,27	106,62	2,3	4,0
Otros pescado y mariscos	58,14	76,89	79,00	2,7	6,3

Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

En cuanto al **lugar de consumo** de este tipo de productos, es importante señalar que el consumo en el hogar durante el 2004 ha experimentado un incremento de un 2,5% al haber pasado de un 80,5% en el 2003 al 83,0% en 2004, porcentaje similar al del pescado fresco. Este porcentaje baja al 80,2% en conservas de atún y bonito y asciende al 86,5% en el caso de conservas de otros pescados y mariscos.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

El consumo de las conservas a través de hostelería y restauración, representó un 15,8%, y ha supuesto un caída de 2,3% con respecto al 2003. Entre las conservas más consumidas en hostelería y restauración, destacan las de atún y bonito con un 17,9% y las de sardina con un 14,4%.

El consumo de conservas a través de instituciones representan un 1,3%, al igual que el pescado fresco y muy lejos del 10,5% que supone el consumo de pescado congelado a través de este tipo de establecimientos.

### 5.1.1 El consumo de conservas de pescados y mariscos en hogares en la Comunidad de Madrid

El consumo de conservas de pescados y mariscos en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2004 fue de 19 millones de kilos, lo que representó un 11,46% del consumo nacional. El gasto ascendió a 151 millones de euros, y supuso un 12,78% del conjunto del gasto realizado por los españoles en la compra de este tipo de producto.

Las conservas de atún y bonito representan el 30,8% del gasto total en conservas de la región y el 11% del gasto nacional.

Las conservas de sardina y las conservas de mejillones representan el 8,6% y el 7,4% respectivamente del gasto en conservas de la región y suponen el 17,5% y 14,5% del gasto nacional respectivamente.

El gasto per cápita en la Comunidad de Madrid es superior a la media nacional en sardinas, calamares, mejillones, caballa y anchoa. Por el contrario, es inferior a la media en almejas, pulpo, atún, berberecho y otras conservas de pescado.

El precio de las conservas de pescados y mariscos en la Comunidad de Madrid es superior a la media nacional en todas las partidas, resultando un precio medio en el mix de conservas consumidas en hogares de 7,95 €/kg, un 11,5% superior a la media nacional

CONSUMO/GASTO HOGARES. 2004

PRODUCTO	NACIONAL					COMUNIDAD DE MADRID					
	VOLUMEN (Millones Kilos)	GASTO (Millones Euros)	CONSUMO Hab./año	GASTO Hab./año	PRECIO medio	VOLUMEN (Millon es Kilos)	GASTO (Millones Euros)	CONSUMO Hab./año	GASTOo Hab./año	PRECIO Medio	Diferencia de consumo Madrid/ España %
Pescados Frescos	576,88	3.387,50	13,75	80,69	5,87	82,56	497,88	16,25	98,2	6,03	14,70
Pescados Congelados	126,56	759,55	3,01	18,09	6,00	13,92	86,38	2,74	16,99	6,21	11,37
<b>TOTAL PESCADO</b>	<b>703,44</b>	<b>4.147,05</b>	<b>16,76</b>	<b>98,78</b>	<b>5,90</b>	<b>96,48</b>	<b>584,26</b>	<b>19</b>	<b>115,03</b>	<b>6,06</b>	<b>14,09</b>
<b>Conservas Pescados/ Mariscos</b>	<b>165,97</b>	<b>1.183,71</b>	<b>3,94</b>	<b>28,20</b>	<b>7,13</b>	<b>19,02</b>	<b>151,24</b>	<b>3,72</b>	<b>29,76</b>	<b>7,95</b>	<b>12,78</b>
Sardinias	12,11	74,44	0,3	1,78	6,14	1,95	13,01	0,39	2,57	6,66	17,48
Atun	85,53	424,56	2,04	10,12	4,96	8,65	46,64	1,7	9,18	5,39	10,99
Chicharro/ Caballa	4,82	31,30	0,12	0,75	6,49	0,69	4,65	0,12	0,91	6,75	14,86
Mejillones	10,17	77,51	0,24	1,83	7,62	1,35	11,20	0,25	2,22	8,27	14,45
Berberechos	3,66	55,26	0,12	1,32	15,10	0,36	6,42	0,08	1,26	17,37	11,62
Almejas	2,04	19,86	0,01	0,48	9,7	1,83	1,86	0,01	0,36	10,17	9,37
Calmares	4,27	19,93	0,12	0,47	4,66	0,60	3,02	0,12	0,59	5,00	15,15
Pulpo	2,42	14,90	0,05	0,34	6,15	0,24	1,53	0,03	0,3	6,16	10,27
Anchoas	4,13	68,24	0,12	1,62	16,52	0,43	8,36	0,12	1,66	19,30	12,25
Otra Conservas de Pescado	32,28	320,52	0,78	7,63	9,93	3,56	36,57	0,69	7,2	10,27	11,41
<b>TOTAL PROD. DE LA PESCA</b>	<b>1.199,14</b>	<b>7.547,64</b>	<b>28,55</b>	<b>179,78</b>	<b>6,29</b>	<b>148,23</b>	<b>972,13</b>	<b>29,17</b>	<b>191,4</b>	<b>6,56</b>	<b>2</b>

Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

## 5.2 Abastecimiento y comercialización de las conservas de pescados y mariscos

### 5.2.1 Estructura productiva de conservas de pescados y mariscos

La producción mundial de conservas de pescados y mariscos en el año 2002 superó los 2,8 millones de toneladas, lo que supuso prácticamente duplicar la producción de 1980.

El 85% de la producción mundial se concentra en 18 países. España es la primera potencia mundial en la elaboración de conservas de pescados y mariscos a partir de materia prima propia, pasando a ser, en términos generales, el segundo productor mundial al totalizar el 10% de la producción del mundo. Tailandia es ya el primer productor tras haber incrementado su cuota en un 414% desde 1980, año en el que ocupaba el cuarto lugar tras Japón, EEUU y España, pero a diferencia de esta última Tailandia no dispone de materias primas, que debe importar en su totalidad.

30



PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES			
País	1980	2002™	r %2002/1980
1. Tailandia	141.161	724.990	413.6
2. España	149.792	268.929	79.5
3. EE.UU	240.078	168.980	-29.6
4. Rusia	s/d	162.527	-
5. China	14.794	122.928	732.6
6. Costa de marfil	15.653	121.816	678.2
7. Italia	60.500	104.110	72.1
8. Marruecos	76.021	98.296	29.3
9. Letonia	s/d	95.678	-
10. Mexico	19.751	88.508	348.1
11. Ecuador	4.731	80.291	1.597.1
12. Francia	54.000	77.495	43.5
13. Japón	283.226	70.727	-75.0
14. Indonesia	5.325	65.926	1.138.0
15. Filipinas	11.151	47.970	330.2
16. Irán	2.000	43.167	2.058.4
17. Portugal	41.293	37.338	-9.6
18. Dinamarca	33.095	34.970	5.7
Total 18 países	1.152.541	2.414.646	109.5
Resto de países	285.101	430.320	50.9
<b>Total mundo</b>	<b>1.437.642</b>	<b>2.844.966</b>	<b>97.9</b>

La producción de conservas de pescados y mariscos de la UE sobrepasa los 577 millones de kilos, lo que supone más del 20% de la producción mundial

España es el primer productor de conservas de pescados y mariscos de la UE, representando su producción más del 46% de la producción comunitaria. El segundo productor es Italia con un 18%.

La producción española de conservas de atún representa el 63% en volumen y el 56% en valor de la producción total española de conservas de pescados y mariscos, y es en esta partida en la que España cuenta con una mayor potencia de pesca.

España cuenta con la mayor flota atunera de cerco de Europa que a su vez es la mayor del mundo. Totaliza el 58% de los buques de la UE y el 61% de las toneladas de arqueo.



**Producción de conservas de pescado y marisco en la UE**

Producción 2002	Tm
España	268.929
Italia	104.110
Francia	77.945
Porugal	37.338
Dinamarca	34.970
Alemania	20.033
Países Bajos	10.729
Irlanda	9.214
Reino unido	5.577
Grecia	3.368
Noruega	2.829
Suecia	1.361
Bélgica	841
Finlandia	80
<b>Total UE 15</b>	<b>577.324</b>
<b>Total mundo</b>	<b>2.844.966</b>
UE/mundo	20.3%
España/Ue	46.6%

A su vez la UE representa el 11% de los barcos del mundo y el 18% de la capacidad atunera

**FLOTA ATUNERA DE CERCO**

	1992	1997	2002
Nº de buques UE,	85	72	67
Nº buques España	51	41	39
Nº buques Francia	34	31	28
Arqueo Tm UE	129	121	127
Arqueo Tm España	76	69	77
Arqueo Tm Francia	53	53	60

**CAPTURA DE LA FLOTA ATUNERA CERQUERA**

Mill Kgs	1988	1995	2001
Cerco Mundial	1.301	1.815	2.093
Unión europea	234	393	356
España	189	241	231

Fuente:MAPA

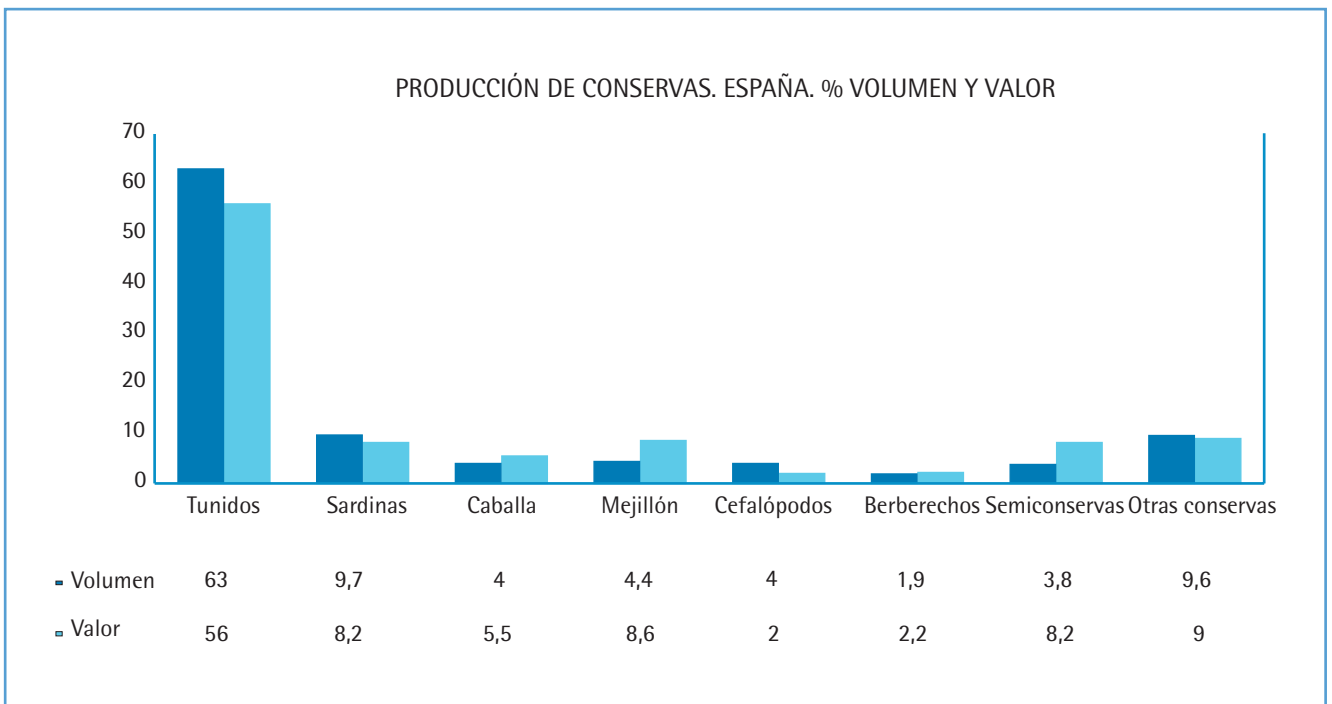


En el año 2004 se produjeron en España 291,9 millones de kilos de conservas con un valor de 920,3 millones de euros, lo que representa un incremento respecto al año anterior del 2,5% en volumen y 1,6% en valor.

La gama de túnidos representa el 63% del volumen de la producción española de conservas y el 56% del valor. El "atún blanco" incrementó su volumen el último año en un 0,5% manteniendo el mismo precio. El "atún" aumentó su producción en un 4% con una disminución de precios del 1,92%, mientras que el "atún con vegetales" disminuyó su volumen de producción en un 2%, incrementando su precio en un 4,1%.

La mayor diferencia entre volumen de producción y valor se da en las conservas de túnidos y en las sardinas siendo la menor en mejillón y en semiconservas.





Elaborado por la DGSPA a partir de datos de ANFACO

En el sector de la industria conservera de España existen 147 empresas operativas que generan 15.000 puestos de trabajo. El mayor número se sitúa en Galicia donde existen 67, localizándose en el País Vasco y Cantabria otras 44.

Éste es un sector donde a pesar de la tradicional atomización, los procesos de concentración y verticalización de la cadena de producción son bastante importantes y, sin embargo, la penetración de capital extranjero no es todavía muy significativa.

En cuanto a las exportaciones españolas de conservas de pescado y mariscos éstas alcanzaron las 116.100 toneladas con un valor de 406,17 millones de euros. El mayor volumen de producto exportado, 70.900 toneladas (61%), corresponde al atún, seguido de las anchoas que han supuesto 5130 toneladas (4,4%). El resto de producto exportado corresponde a surimi (3.200 toneladas), sardinas (2.600 toneladas), lomos de atún (1.800 toneladas) y mejillones (1400 toneladas).

Las importaciones se acercaron a las 103.000 toneladas por un valor de 296,9 millones de euros. Las importaciones mayoritarias corresponden a lomos de atún y conservas de atún que supone 26.100 y 20.600 toneladas respectivamente. Con un volumen inferior están las importaciones de surimi, que ascendieron a 15.500 toneladas y las de anchoas con 8.300 toneladas.

## 5.2. 2 El mercado mayorista de conservas de pescados y mariscos

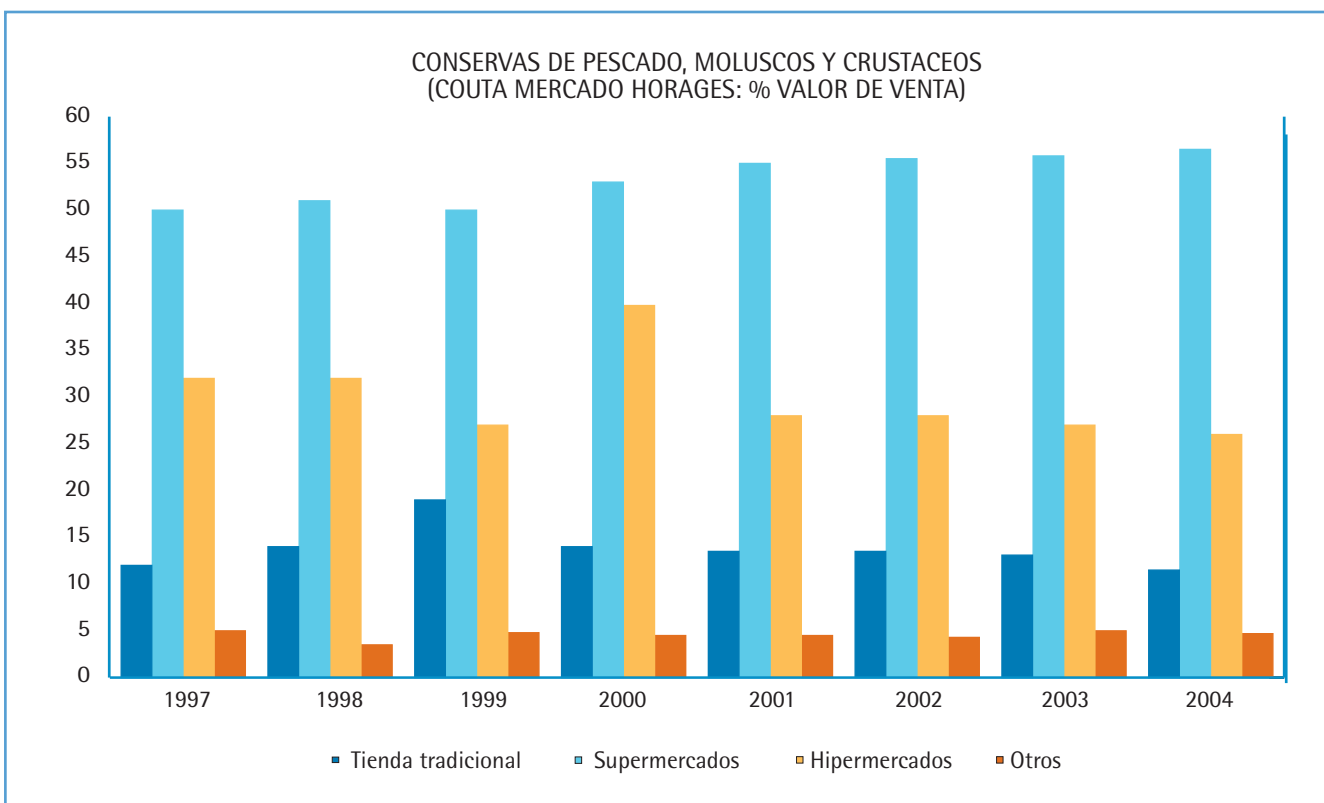
En la distribución de las conservas de pescados y mariscos la figura del mayorista tiene menos relevancia que en el caso de productos frescos y congelados, ya que las grandes empresas realizan directamente la distribución al detallista, llegando, en algunos casos, a disponer de una red propia de puntos de venta.

La participación de las empresas en la cuota del mercado nacional está en función de la concentración de los distintos subsectores. El subsector del atún es el que presenta mayor concentración ya que las 6 primeras empresas suman una cuota de mercado, en valor, del 44,9%, y las marcas de la distribución representan, también en valor, el 52,1%, por lo que el resto de las empresas solo comparten una cuota de mercado del 3%.

El subsector menos concentrado es el de las semi-conservas de anchoa, en el que las 6 primeras empresas disponen de una cuota conjunta de mercado del 25,1%; el resto de las empresas se reparten solo el 25,2%, correspondiendo a las marcas del distribuidor el restante 49.7% del valor de las ventas.

### 5.2.3 El mercado minorista de las conservas de pescados y mariscos

El reparto de la cuota de mercado en el caso de las conservas de pescados mariscos y crustáceos es diferente al que siguen los productos frescos o congelados. De los tres lugares en los que de forma mayoritaria se efectúan las compras (supermercados, hipermercados y tienda tradicional) es esta última la que menor cuota de mercado presenta, con un 11,9% en 2004. Sin embargo es la que presenta lo precios más elevados, 8,76€/kg frente a 7,23€/kg del hipermercado y 6,63 €/kg de venta en el supermercado.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

Los hipermercados, al igual que las tiendas tradicionales, están disminuyendo su cuota de mercado; sin embargo, si se compara con la de las tiendas, ésta sigue siendo bastante alta, un 26,8% durante 2004.

El supermercado ha ganado cuota en los últimos años hasta situarse en un 56,7%, más del doble de la cuota de los hipermercados.

### 5.3 Efecto sustitutivo de las conservas de pescado y mariscos respecto a los productos frescos y congelados.

En la actualidad las comidas estructuradas en tres platos y con toda la familia junta, están sustituyéndose por comidas informales, individuales, rápidas y fáciles de preparar, para consumir sentados frente al televisor. De ahí que se observe un incremento en la demanda

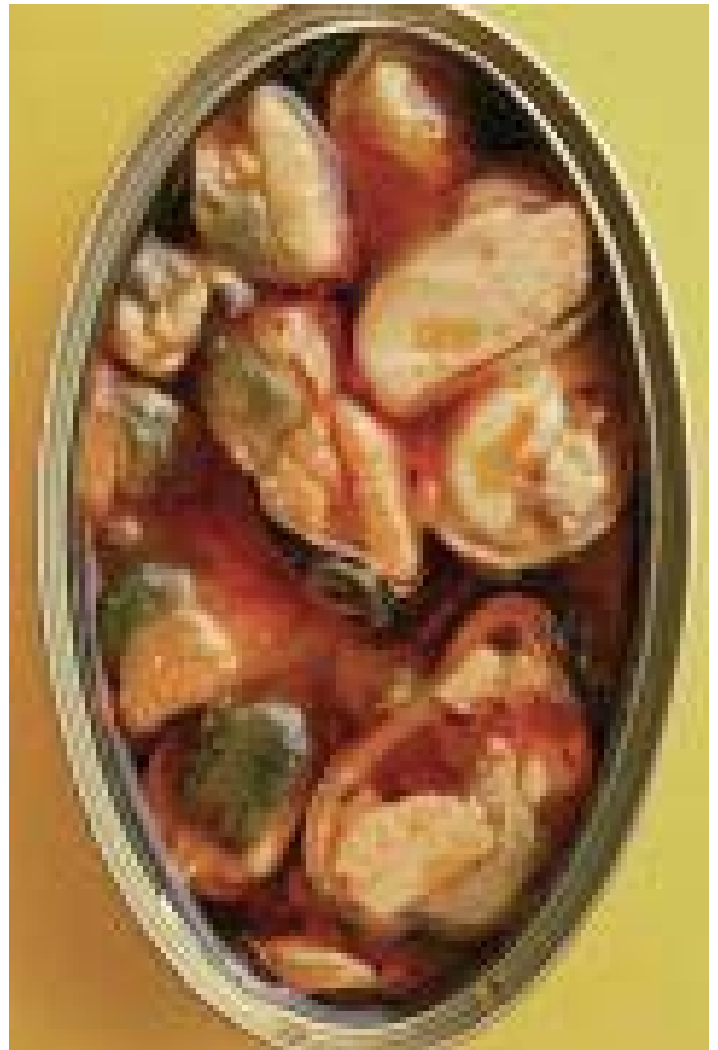
de comidas preparadas listas para comer en casa, en el puesto de trabajo e incluso en el trayecto entre el hogar y el puesto de trabajo. Existe también una tendencia creciente hacia los envases individuales, cómodos de transportar, abrefácil, y que incorporan un etiquetado completo nutricional para planificar una dieta variada y saludable. Estas situaciones y nuevos hábitos están contribuyendo a la paulatina sustitución de los productos frescos y congelados por las conservas de pescados y mariscos.

El consumo de las conservas de pescado también está influenciado por el tamaño medio de la familia, de forma que a medida que crece la familia, disminuye el consumo pasando de 5,86 kg/hab/año en familias de 1 miembro a 2,81 kg/hab/año en familias de 5 y más miembros.

Otros aspectos que influyen en el consumo de este tipo de conservas es la edad del ama de casa disminuyendo el consumo a medida que disminuye la edad, pasando de 4,6 kg/hab/año en las mayores de 64 años a 3,3 kg/hab/año en las menores de 35.

34

Por último en familias formadas por parejas jóvenes con hijos menores de 7 años, el consumo es tres veces menor que cuando son familias de adultos independientes.



## 6. SALAZONES Y AHUMADOS



## 6.1. El consumo de salazones y ahumados

### 6.1.1 Estructura del consumo de salazones y ahumados

Según la Encuesta Continua de Presupuestos familiares del Instituto Nacional de Estadística (INE) en los hogares españoles durante el año 2003 se consumieron 25,3 millones de kilos de este tipo de productos lo que supuso un gasto 330,4 millones de euros, siendo el precio medio de 13,07€/kg.

36

Entre el 2000 y el 2003 el consumo en volumen experimentó un incremento de un 2%. No obstante el precio medio subió un 22% en este período, por lo que el gasto se incrementó un 24%, pasando de 265,8 a 330,4 millones de euros.

PESCADOS Y MARISTOS SECOS, AHUMADOS O SALADOS			
	2003	2002	% 03/02
<b>Cantidad consumida</b>			
<b>Total (Millones Kg)</b>	<b>25.3</b>	<b>24.8</b>	<b>+2</b>
Por hogar (Kg)	1,8	1,9	
Por persona	0,6	0,6	
<b>Gasto</b>			
<b>Total (Millones €)</b>	<b>330.5</b>	<b>265.8</b>	<b>+24</b>
Por hogar (€)	23,29	20,31	
Por persona	7,92	6,57	+21
Precio medio (€/kg)	13,07	10,73	+22

Fuente: INE

El máximo consumo de estos productos se registra en el 4º trimestre (29%) y el mínimo coincide con el primer trimestre (21%). Es también en ambos periodos cuando se registra el precio medio más alto.

PESCADOS Y MARISTOS SECOS, AHUMADOS O SALADOS			
ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA			
Consumo Trimestral (2003)	Cantidad (Millones Kg)	Gasto (Millones €)	Valor ud (€/kg)
Trimestre 1º	5.4	71.4	13.29
Trimestre 2º	6.8	87.7	12.80
Trimestre 3º	5.7	74.0	12.97
Trimestre 4º	7.4	97.3	13.25
<b>Total años 2003</b>	<b>25.3</b>	<b>330.4</b>	<b>13.07</b>

Fuente: INE

El Panel de Consumo del MAPA no aporta información sobre el consumo de salazones y sobre el consumo de ahumados, tan solo se dispone de la información relativa a los hogares que durante el año 2004 se sitúa en 4.497 toneladas.

Considerando la producción interna y las cifras de comercio exterior, el consumo de ahumados en España estaría en torno a las 8270 toneladas. En torno al 50% se consume en hostelería, restauración e instituciones, con una distribución regular a lo largo del año, y el resto en hogares, con una fuerte estacionalidad, ya que más del 40% del consumo se centraría en la campaña de navidad.

### 6.1.2 El consumo de ahumados en hogares en la Comunidad de Madrid

Según los datos que aporta el Panel de Consumo del MAPA, el consumo de productos ahumados en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2004 superó las 965 toneladas con un gasto superior los 17,9 millones de euros. Al salmón le corresponde el 77% del volumen y el 80% del gasto, duplicándose el gasto per cápita en los hogares de la región con respecto al conjunto nacional.



CONSUMO/GASTO HOGARES. 2004

PRODUCTO	NACIONAL					COMUNIDAD DE MADRID					
	VOLUMEN (Millones Kilos)	GASTO (Millones Euros)	CONSUMO Hab./año	GASTO Hab./año	PRECIO medio	VOLUMEN (Millon es Kilos)	GASTO (Millones Euros)	CONSUMO Hab./año	GASTO <sub>o</sub> Hab./año	PRECIO Medio	% Gasto Madrid/ España
Salmón ahumado	3.120,6	57.960	0,04	1,38	18,57	745,99	14.362,88	0,16	2,83	19,25	24,8
Trucha y otros ahumados	1372,4	19.187,5	0,01	0,47	15,29	219,44	3552,43	0,02	0,50	17,39	18,5
<b>TOTAL AHUMADOS</b>	<b>4.497</b>	<b>77.915,3</b>	<b>0,05</b>	<b>1,85</b>	<b>16,38</b>	<b>965,43</b>	<b>17.915,3</b>	<b>0,18</b>	<b>3,51</b>	<b>18,01</b>	<b>23,2</b>

Elaborado por la DGSPA a partir de datos del MAPA

El gasto de los hogares de la Comunidad de Madrid representa en el conjunto nacional casi un 25% en el caso del salmón, un 32% en trucha y un 16% en otros ahumados.

El precio del mix consumido en la región es con respecto a la media nacional un 15% superior en la trucha ahumada, un 4% superior en el salmón y un 12% superior en otros ahumados. Esto trae como consecuencia que el gasto per cápita de la región en productos ahumados sea un 90% superior a la media nacional, destacando el mayor gasto en salmón (105%) y trucha (150%)

### 6.2 Abastecimiento y comercialización de salazones y ahumados

Del conjunto de empresas elaboradoras/comercializadoras de salazones (fundamentalmente bacalao) que operan en España sólo dos cuentan con domicilio social o industrial en Madrid.

El resto de las empresas de salazones se ubican en el País Vasco (8), Navarra (5), Cataluña (5), Galicia (4), Andalucía (4), Valencia (4), Castilla y León (3), Asturias (2), Murcia (2), Aragón (2), Cantabria (1).

La producción total está en torno a las 33.000 toneladas, de las cuales el 83% corresponde a bacalao, el 12% a salazón de anchoas y el 5% al resto de salazones.

En semiconservas de anchoas operan otras 40 pequeñas empresas ubicadas en la cornisa cantábrica (fundamentalmente en Cantabria), con una producción total próxima a las 11.000 Tm.

### 6.2.1 Problemática del abastecimiento de materias primas para la elaboración de ahumados

En la Unión Europea, la producción de salmón de piscifactoría en 2003 apenas alcanzó 191 millones de kilos, frente a un consumo de 618 millones de kilos. Las exportaciones se cifran en 29 millones de kilos y las importaciones en 456 millones, situándose el autoabastecimiento en torno al 26%. Prácticamente el total de la producción comunitaria se centra en Reino Unido e Irlanda.

38

Entre 2002 y 2003 el coste de producción comunitaria se incrementó un 3,3% mientras que el precio medio de las ventas disminuyó un 6,7%, lo que provocó que la rentabilidad disminuyese en este período, pasando de un beneficio del 7,3% a unas pérdidas del 17,1%.

El precio medio del salmón importado cayó en el año 2003 un 11,5%, lo que incrementó un 15% el volumen de las importaciones, e hizo que el 74% del salmón consumido procediera de importación.

Las empresas españolas de transformación y comercialización de pescados ahumados se abastecen de materia prima importada (fresca o congelada) y de aproximadamente un 16% de producto terminado.

España importa anualmente unas 40.000 toneladas, de las cuales 34.000 toneladas corresponden a salmón entero, fresco, procedentes fundamentalmente de Noruega, Dinamarca y Reino Unido producido casi en su totalidad en piscifactoría. Las restantes 6.000 toneladas corresponden a salmón congelado, entre las que se encuentra el salmón salvaje procedente de Alaska y Canadá y el salmón de piscifactoría de países extracomunitarios como Chile o las Islas Feroe.

Las exportaciones de salmón ahumado se sitúan en torno a las 263 toneladas. Francia es el país al que se destina la mayor parte de dichas exportaciones, (40%) lo que supone unas 104 toneladas.

En el sector de ahumados operan unas 25 empresas, 6 de las cuales se ubican en la Comunidad de Madrid. Según información de Alimarket, las empresas fabricantes/comercializadoras de ahumados de pescado de la Comunidad de Madrid totalizarían el 24,6% de la producción nacional, seguidas de las de Cataluña con el 21,6% y de las de Andalucía con el 20,8%.

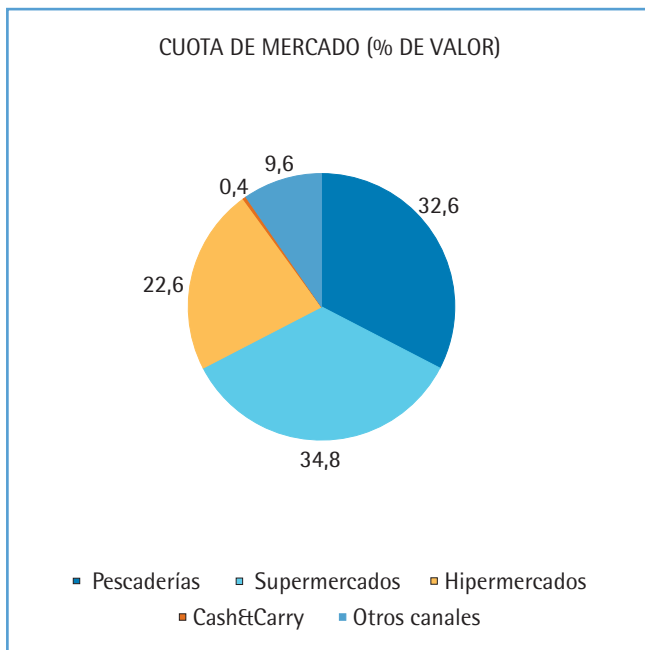
La comercialización total de estas empresas oscila entre 10.000 y 13.000 Tm, ocupando las empresas de la C.Madrid el primer lugar, al haber procesado durante el año 3.115 Tm de productos, lo que supuso un incremento respecto al 2002 de un 23%.

PRINCIPALES FABRICANTES/COMERCIALIZADORES DE AHUMADOS DE PESCADO			
CCAA	Nº Empresas	Comercialización Tm/03	%
Madrid	6	3.115	24.6
Cataluña	7	2.734	21.6
Andalucía	2	2.635	20.8
Navarra	1	1.600	12.6
C. Valenciana	6	1.334	10.5
Canarias	1	770	6.0
País Vasco	2	494	3.9
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>12.682</b>	<b>100.0</b>

Fuente: INE

### 6.2.2 Estructura de la distribución

El Panel de Consumo del MAPA no establece para los productos ahumados la cuota de mercado según el lugar de compra. Sin embargo para la Comunidad de Madrid, la Cámara Oficial de Comercio e Industria señala que la mayor cuota de mercado la tendrían los supermercados con un 34,8% seguido de las pescaderías con un 32,6%. Los hipermercados tendrían un 22,6%, los cash & carry un escaso 0,4% y otros canales de comercialización un 9,6%.



Elaborado por la DGSPA a partir de datos de datos de la Cámara de Comercio de Madrid.

En cuanto a la cuota de mercado en volumen durante el periodo mayo de 2003 y mayo de 2004 de las principales marcas de ahumados por tipo de producto, según la información obtenida de Alimarket: el 59,2% del volumen de venta en salmón ahumado corresponde a marcas de distribución; las 4 primeras marcas se reparten el 29,9% y el resto de marcas se reparten el otro 10,9%.

En el caso de la palometa, y también según la misma fuente, el 76% de las ventas corresponderían a una sola marca, el 9,5% se reparte en tres grandes marcas y el 14,5% corresponde a las marcas de la distribución.

En trucha ahumada, las marcas de la distribución representan el 51,1% del volumen de ventas, el 36,3% se distribuye casi de manera proporcional entre cuatro grandes empresas líderes del sector de ahumados, repartiéndose el resto de las empresas el 8,6%.





## 7. ATRIBUTOS Y PROPIEDADES DEL PESCADO

El pescado ha estado presente siempre en la dieta habitual de los países mediterráneos y aunque en general su consumo se ha visto reducido, el consumo por habitante en España se mantiene en unos niveles aceptables.

El pescado constituye una fuente importante de nutrientes y contribuye a una dieta equilibrada y saludable.

El valor nutritivo va a depender de diferentes variables como la especie, la edad, el medio en el que vive, la alimentación o incluso la época de captura.

Sus componentes principales son:

- ✱ **Proteínas:** Su contenido proteico varía entre el 15 al 24% en función del tipo de pescado. Las proteínas son de alto valor biológico, al contener aminoácidos esenciales para la vida, particularmente metionina, cisteína, treonina, lisina (imprescindible para el crecimiento de los niños) y triptofano (imprescindible para la formación de la sangre).
- ✱ **Grasas:** Su contenido varía entre un 0,1% y un 15%, y en función de la cantidad de grasa los pescados se pueden clasificar del siguiente modo:

  - ✱ Pescados blancos o magros (menos del 3% de grasa): bacalao, gallo, lubina, merluza, lenguado, rape.
  - ✱ Semigrasos (del 3 al 5% de grasa): besugo, cabracho, dorada, rodaballo, trucha.
  - ✱ Pescados azules o grasos (más del 5% de grasa pudiendo llegar al 15%): atún, bonito, caballa, boquerón, sardina, salmón.

Las grasas de muchas especies, principalmente de pescado azul, se caracterizan por su composición en ácidos grasos poliinsaturados omega.3, y en concreto ácido docosahexaenoico (DHA) y ácido eicosapentaenoico (EPA), que en la actualidad se relacionan con la disminución de los factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares.

✱ **Vitaminas:** El pescado contiene cantidades variables de vitaminas hidrosolubles, fundamentalmente B1, B2, B3. Algunos pescados como las sardinas, arenques, anchoas, son también ricos en vitamina B12. También contiene vitaminas liposolubles como la E, presente en diversos pescados en cantidades significativas y vitamina A y D abundante en su hígado.

✱ **Minerales:** El pescado fresco supone un aporte importante de sodio, que se ve incrementado en las conservas o cuando el pescado se somete al ahumado o curado. El hierro, está presente en mayor cantidad en los pescados de mar, que en los de agua dulce. También es una buena fuente de potasio y el aporte de calcio es significativo si se ingiere con espinas. Minerales como yodo, magnesio, fósforo o zinc se encuentran en menores proporciones.

Todos estos componentes hacen del pescado un alimento esencial en nuestra dieta, siendo especialmente interesante el pescado azul por su contenido en grasas cardiosaludables.



## 8. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA O CONSUMO

### 1. Seguridad alimentaria:

Lo primero que el consumidor exige a un alimento es que éste sea seguro, y confía en los controles de las autoridades sanitarias y en los sistemas de autocontrol de las empresas. Por ello éste ha dejado de ser el primer factor a la hora de seleccionar los productos de la pesca si bien ciertos problemas recientes, como la presencia de anisakis, pueden influir negativamente en su consumo.

### 2. La calidad y la frescura

Son actualmente factores determinantes en la compra de este tipo de productos, porque aunque el consumidor medio distingue y valora estos atributos en los pescados frescos, encuentra más dificultades para hacerlo en el caso del marisco, de los productos congelados o incluso en salazones y ahumados. Las conservas en general ofrecen una alta confianza al consumidor.

### 3. Contribución a una dieta saludable

El primer motivo del consumidor para comprar productos de la pesca, es su aportación a una dieta equilibrada y saludable. Por ello los responsables del sector deberían incrementar los esfuerzos en conseguir que el consumidor sea más consciente de los beneficios que su consumo supone para la salud y de ese modo incrementar su consumo.

### 4. Facilidad de preparar y consumir

El consumidor se decanta por el pescado fácil de limpiar, con espinas fáciles de retirar y cómodo de preparar.

### 5. Experiencia de consumidor

El consumo de pescado aumenta a medida que aumenta la edad del ama de casa y la experiencia del consumidor en hacer la compra. El consumidor que no está acostumbrado a hacer la compra manifiesta dudas que desaparecen a medida que se familiariza con los productos y con el punto de venta.

En las primeras compras el consumidor desconoce la oferta y teme que le puedan vender una especie por otra. Desconfía del producto congelado y prefiere comprarlo fresco aunque sea para congelarlo. Sin

embargo suele confiar en la información de la etiqueta o tablilla.

### 6. Precio

El consumidor elige la especie en función del precio, en cada temporada. No se plantea sustituir el pescado fresco por el congelado cuando sube el precio, pero sí considera que en el caso del pescado fresco el coste de la porción comestible, una vez limpio, es elevado, por lo que se observa un desplazamiento de la demanda hacia los pescados y mariscos de piscifactoría, más baratos.

### 7. Características del lugar de compra

Bajo este epígrafe se engloban una serie de factores que en mayor o menor medida también van a condicionar la compra de este tipo de productos. El asesoramiento del vendedor y el que se eviscere y limpie el pescado en la pescadería son dos aspectos muy valorados por el consumidor y son a la vez los que más contribuyen a la fidelidad de cliente. La variedad no sólo de productos sino también de precios en el establecimiento, el servicio a domicilio y la posibilidad de pago con tarjeta, son también aspectos que resultan muy atractivos al consumidor y por tanto facilitan la compra de estos productos.



## 9. CONCLUSIONES



A partir de los resultados obtenidos de la revisión de las diferentes bases documentales analizadas, las observaciones en punto de venta y las entrevistas realizadas, se han podido establecer una serie de conclusiones tanto **generales** como **específicas** para cada uno de los sectores analizados, que pueden servir para orientar eficazmente las actuaciones a desarrollar por las Administraciones Públicas con la finalidad de proteger al consumidor e incrementar la confianza en los alimentos puestos en el mercado.

### 9.1 Conclusiones generales:

- \* El pescado (tanto fresco como congelado) es uno de los componentes fundamentales de la dieta mediterránea. Se trata de un alimento que aporta proteínas de alto valor biológico fáciles de digerir, posee cantidades significativas de vitaminas y minerales y es una fuente importante de ácidos grasos poliinsaturados omega 3 (HDA) y (EPA) beneficiosos para la salud cardiovascular, por lo que no debe faltar en una dieta equilibrada.
- \* El gasto de los españoles en productos pesqueros, agrupando consumo en hogar y HORECA, ha crecido paulatinamente en los últimos años hasta representar, en el año 2004, cerca del **15% del gasto total en alimentación y bebidas**, constituyendo el segundo mayor capítulo de gasto de los consumidores españoles que tan sólo es superado, en volumen y en valor, por los productos cárnicos, siendo muy similar al gasto del conjunto de frutas y hortalizas frescas.
- \* En España existe una **arraigada cultura y tradición de consumo de productos pesqueros**; se consumen más de **40 kilos per cápita** (incluyendo los elaborados precocinados) y es, después de Portugal, el segundo país de la UE en consumo de productos pesqueros, situándose muy por encima de países como Noruega, Finlandia, Suecia, Dinamarca o Francia, que son también grandes consumidores de productos pesqueros
- \* En la Comunidad de Madrid el consumo per cápita de productos de la pesca, durante 2004, fue superior al promedio nacional en un 2% aproximadamente, y ello a pesar de que en nuestra Comunidad el precio medio del conjunto de los productos pesqueros supera a la media nacional en alrededor de un 4%.
- \* El consumo total de productos pesqueros a través del Canal HORECA es relativamente importante, en torno al 21%, y es superior para algunas gamas de productos como los congelados, donde se alcanza un 23 %, los mariscos con un 31% y los ahumados que llega a ser de un 50%. Estas cifras señalan la importancia de este canal en el consumo e indican la necesidad de una mayor exigencia de información, vigilancia y control en este campo.
- \* Los **circuitos de suministro y distribución** de los productos pesqueros son muy numerosos y complejos variando su estructura en función del tipo de producto y del ámbito de consumo (Hogar, HORECA), lo que dificulta y ralentiza la adopción de acciones de mejora. En este sentido es importante señalar que en el consumo de productos de la pesca en los **Hogares**, la tienda tradicional tiene todavía una fuerte implantación como vehículo de distribución minorista controlando, durante el año 2004, el 41,5% de las ventas del conjunto de productos de la pesca, este porcentaje es superior en el caso de el pescado fresco donde se ha alcanzado una cuota del 51%. En el caso del **Canal HORECA**, las tiendas tradicionales forman parte de los circuitos de aprovisionamiento y suponen el 12%; sin embargo sus grandes proveedores son los Distribuidores y los Mayoristas/ Cash & Carry que alcanzan una cuota del 56% y del 18% respectivamente.
- \* Es importante señalar que la distribución mayorista de pescado y marisco, fresco y congelado (sin incluir aquí conservas ni ahumados/salazones) se realiza en gran medida a través de la **Red de MERCAS**. Más del 60% del total de los productos de estas gamas se comercializan en España a través de 17 MERCAS y 420 empresas distribuidoras y/o mayoristas implantadas en dicha red. Es precisamente **MERCAMADRID** la más importante y más activa de dicha Red, al vender un 25% de todo el pescado y marisco (fresco y congelado) comercializado en España por los mayoristas/distribuidores, tanto con destino a Hogar como HORECA.

\* Otro factor decisivo en el comportamiento del conjunto global del sector pesquero español es el de la ubicación de la "producción" o capturas. La producción pesquera española procede en un 72% de capturas marinas y en un 28% de acuicultura marina y/o continental. Las capturas marinas realizadas por la flota pesquera española se llevan a cabo en diversos y cambiantes caladeros internacionales, cada vez más limitados y de difícil mantenimiento. La producción propia (captura y/o acuicultura) no basta para atender el fuerte consumo interior, por lo que se precisa llevar a cabo **fuertes importaciones** que suponen el 30% del pescado que se consume. La procedencia de las materias primas es un factor clave que debe ser capaz de conocer, identificar y valorar el consumidor en el momento de la compra, permitiendo a éste elegir entre un producto de captura marina, (en caladeros propios o internacionales), de acuicultura o de importación.

\* El sector se caracteriza no sólo por los múltiples circuitos de suministro y distribución, sino por la enorme variedad de productos o atributos que se manifiestan por la diversidad de:

\* **Especies**, con posibilidades de confusión entre ellas, así como alta capacidad de sustitución entre productos del propio sector.

\* **Tamaños**, en cada especie o incluso en cada caladero con la consiguiente posibilidad de incumplimiento de normativas respecto a tallas mínimas.

\* **Presentaciones** (fresco, congelado, elaborado, etc.) que puede conllevar y posibles encubrimientos o engaños respecto a determinados tipos de presentaciones.

\* **Denominaciones** (según localidades, regiones, culturas, etc; y por tanto la posibilidad de confusión respecto al producto adquirido)

\* **Procedencias** de la materia prima y/o productos semielaborados que dificulta la posibilidad de identificación de los lugares de producción.

\* **Precios**, incluso dentro de referencias aparentemente idénticas o muy homogéneas; con la posible confusión o duda del consumidor.

Todo ello favorece la generación de dificultades de información, a la hora de comprar el producto.

\* Otros aspectos que también caracterizan al sector y son igualmente importantes, por su carácter diferenciador son:

\* La variedad de tipologías de empresas (desde grandes multinacionales hasta pescadores o acuicultores, etc.

\* La proliferación de Asociaciones Sectoriales incluyendo agrupaciones empresariales, cofradías, etc.

\* La diversidad de normativas y de sistemas de control (capturas, trazabilidad, establecimientos, industrias, productos, etc.)



## 9.2 Conclusiones relativas al sector de pescados y mariscos frescos

Del estudio realizado, y específicamente en lo relativo al Sector de Pescados y Mariscos Frescos, cabría destacar las siguientes conclusiones:

### \* Elevado consumo de pescados y mariscos frescos

El consumidor madrileño prefiere el pescado y marisco fresco, por ello el consumo de pescado fresco en los hogares de nuestra región supera en un 18% el consumo nacional y representa el 51,2% del total de productos de la pesca consumidos.

### \* Mejora paulatina de las condiciones de venta

En las visitas efectuadas durante el trabajo de campo se observó que el consumidor concede gran importancia a aspectos como la temperatura, limpieza, visibilidad acceso, organización del lineal, colocación de productos, etc. Esta tendencia se vio reflejada en los establecimientos visitados, en los que se observó unos elevados niveles de higiene. En cuanto a la presentación y venta, cada vez se impone más el eviscerado y limpieza de la compra en la pescadería.

### \* Abundancia de referencias

Como se ha podido observar en la investigación de mercado realizada, existe un elevado número de referencias en el mercado, ya que se han llegado a encontrar en un solo punto de venta, hasta 88 referencias de pescados y mariscos frescos, con una gran diversidad de precios que oscilan entre un mínimo de 2,15€/Kg y un máximo de 98,5€/Kg.

### \* Normativa de reciente incorporación

Con la gran cantidad de referencias existentes, las posibilidades de engaño al consumidor, haciendo pasar unas especies por otras, son mayores. No obstante con la entrada en vigor del Real Decreto 121/2004, de 23 de enero que obliga a identificar la especie en la etiqueta o tablilla que acompaña al producto en el punto de venta, este riesgo ha disminuido.

### \* Escasa información del consumidor

Según el FROM, entre el 6% y el 15% de los compradores ignoran que el pescado fresco lleve etiqueta, entre el 64% y el 72% no leen la etiqueta habitualmente y entre el 38% y el 56% desconocen las categorías de frescura: Extra, A y B en los productos frescos.

A pesar de ello, entre el 72% y el 80% de los consumidores valoran la calidad como buena o muy buena.

### \* Etiquetado y tablilla

En muchas pescaderías se observan aún anomalías en el etiquetado del pescado a granel, como ausencia de la tablilla o cartel, datos incompletos o ilegibles en algunas de ellas, lo que priva a los consumidores de su derecho a una información veraz para decidir su compra. El pescadero alega falta de tiempo para confeccionarlas.

### \* Grado de frescura

En la investigación de mercado la clasificación de frescura tan solo se indicaba en el 33% del pescado fresco y el 31% del marisco. Por ello, el grado de frescura casi solo es posible valorarlo en la práctica (a pesar de las normas de clasificación) a través de la "experiencia" del consumidor o mediante el consejo del vendedor, pudiendo intervenir múltiples factores de desinformación/ confusión.

### \* Idoneidad en la presentación de la información sobre el producto

Este es un aspecto que está mejorando paulatinamente, sin embargo todavía se observan algunos productos y en algunos puntos de venta, que no cuentan con toda la información obligatoria del etiquetado (nombre, especie, precio, procedencia, tipo extracción, fresco/descongelado, etc.) o ésta no es fácil de leer o entender para todo tipo de consumidor, tal y como se ha podido comprobar en la investigación realizada.



### ✱ Idoneidad de la talla comercializada

Las diferentes administraciones competentes están realizando una importante labor tanto con campañas informativas como mediante la inspección e inmovilización de pescados de tallas no permitidas. Sin embargo, éste es un aspecto que depende en gran medida de la actitud del minorista. Un consumidor que no sea profesional en esta materia, no podrá identificar si para un producto concreto o una especie concreta la dimensión ofertada es correcta o prohibida, de ahí el escaso impacto que en la práctica tienen ciertas campañas públicas, y que hace necesario intensificar las tareas de vigilancia y control.

### ✱ Autenticidad de la especie comercializada

Es posible que al consumidor habitual (poco especializado) se le pueda ofrecer una especie de inferior categoría comercial por otra de mayor categoría y precio (por ejemplo lubina de factoría por lubina salvaje). Esta es una práctica ilegal que en la investigación realizada algunos entrevistados suponen que se lleva a cabo en otras partes. Sin embargo el consumidor normal no siempre es capaz de diferenciar uno u otro producto y depende exclusivamente de la honestidad del vendedor y de la capacidad de verificación de la Administración Pública.



### ✱ Autenticidad en los productos presentados como frescos

Se sabe que existe la opción de ofrecer en el lineal de productos frescos, productos que han sido previamente descongelados. Es obligatorio señalar en el lineal de venta esta circunstancia. Sin embargo, los actuales procedimientos de control no siempre garantizan la total transparencia y suficiencia informativa a este respecto.

### ✱ Autenticidad de la diferenciación por origen del producto

Con frecuencia se "motiva al consumidor" a pagar un "sobrepeso" o bien simplemente a comprar, basándose en un supuesto origen especial del producto, lo cual aportaría una hipotética mejor calidad (del Norte, de la Ría, de pincho, Noruego, de uno u otro río o mar, etc.), evidentemente es imposible que un consumidor pueda verificar in situ la realidad de esa oferta diferenciadora que, según la investigación realizada, tiene un fuerte arraigo entre determinadas tipologías de minoristas.

### ✱ Otros aspectos o factores ligados a la calidad

Son muy numerosos y variados, algunos se refieren:

- ✱ Al propio producto: tipo de tratamiento-evisceración (fileteado, ausencia de cabeza, daños o roturas, etc.), agregación de conservantes o potenciadores de brillo; fechas de extracción /expedición.
- ✱ Al establecimiento en general: limpieza, higiene, registros sanitarios, temperatura del lineal, etc.
- ✱ Al propio colectivo de vendedores: higiene, profesionalidad, actitud, etc...

### 9.3 Conclusiones relativas al sector de pescados y mariscos congelados

Del conjunto de conclusiones contenidas en el estudio relativas al Sector de Pescados y Mariscos Congelados, cabe destacar las siguientes:

- \* En los hogares de la Comunidad de Madrid se consume un 19% menos de pescado congelado que la media nacional. El 69% del consumo de pescado congelado se centra en cuatro productos, el primero de ellos (Merluza /pescadilla) representa el 53%. En mariscos congelados, el 79% del consumo se concentra en cuatro productos, donde el grupo "gambas y langostinos" representa más del 60%.
- \* El número de referencias en el punto de venta también es muy elevado. En la investigación realizada, en un solo supermercado se han encontrado 99 referencias distintas de pescados y mariscos congelados, con un amplio abanico de precios que oscila entre 4,18 y 35,30 €/Kg.
- \* La calidad de los pescados y mariscos congelados es buena y conservan las propiedades de los productos frescos, al ser congelados rápidamente en el momento de la pesca.  
Sin embargo el consumidor español distingue menos la calidad y frescura en los productos congelados que en los frescos y en muchos casos prefiere comprar el pescado o marisco fresco y congelarlo en el frigorífico, con la consiguiente disminución de la relación calidad/precio.
- \* Los mayores factores de riesgo de fraude respecto a la calidad son la sustitución de unas especies por otras, sobre todo en la presentación de filetes y la recongelación del producto una vez descongelado, ambas prácticas están prohibidas y prácticamente descartadas con un etiquetado correcto.
- \* Los pescados y mariscos congelados **envasados** deben hacer constar en la etiqueta el peso neto y el peso escurrido, y referirse el precio expuesto en el lineal al peso escurrido. El etiquetado suele ser correcto, pero en muchos casos, el precio del punto de venta se refiere al peso neto en lugar de al peso escurrido por lo que, en los congelados que

lleven glaseado, se puede estar cometiendo el fraude de vender agua al precio de pescado.

- \* En pescados y mariscos congelados glaseados comercializados **sin envasar** deberá hacerse constar en la etiqueta, de acuerdo con la Orden Presidencial/3360/2004 de 14 de octubre, el precio por Kg. de peso neto, el precio por Kg. de peso escurrido y/o el porcentaje de glaseado (si supera el 5%). En muchas ocasiones aún no aparecen estos datos en la etiqueta /tablilla, indicando sólo el precio, sin especificar si se refiere al peso neto o al escurrido y sin ninguna indicación sobre el porcentaje de glaseado.

### 9.4 Conclusiones relativas al sector de conservas de pescado y marisco

A partir de las investigaciones realizadas se pueden establecer las siguientes conclusiones específicas para el sector de Conservas de Pescados y Mariscos:

- \* Durante el año 2004 el consumo de conservas de pescados y mariscos en los hogares de la Comunidad de Madrid ha sido un 5,5% inferior al consumo nacional, sin embargo, el gasto per cápita fue de 29,8 euros, un 6% superior al gasto nacional.
- \* Las conservas de atún y bonito suponen el 31% del gasto realizado por los madrileños en la compra de conservas de pescado y mariscos durante el año 2004.
- \* La oferta de conservas de pescados y mariscos en la Comunidad de Madrid es amplísima. En el lineal de un solo supermercado se ha encontrado más de 500 referencias distintas pertenecientes a más de 30 especies y con gran variedad de presentaciones, ingredientes, marcas, formatos y envases.
- \* Un hecho sorprendente es que de la gama de atunes integrada por 114 referencias, 50 referencias se comercializan como bonito del norte, 60 como atún claro y tan sólo 4 como atún, lo que no se corresponde con la producción de 2004: 167.9 millones de Kgs de atún, 12.3 millones de Kg de atún blanco y 2.6 millones de Kg de atún con vegetales.



Este desfase podría interpretarse como una posible presencia de una bolsa de fraude potencial y/o competencia desleal, al comercializarse un producto con un nombre comercial que no se corresponde con el nombre científico de la especie. Por ejemplo: dentro del atún blanco, sólo se puede denominar Bonito del Norte al que pesa más de 4 Kgs y se captura en el Cantábrico con anzuelo. Si no cumple estas condiciones es simplemente atún blanco (como los capturados por las flotas francesas e irlandesas con redes de "volantas")

- \* En el etiquetado de los envases de las conservas no aparece el nombre científico de la especie, por lo que el consumidor no tiene forma de distinguir el tipo de atún que realmente está comprando, ya que solo se puede identificar utilizando técnicas de ADN.
- \* De las 500 referencias observadas, 28 corresponden a conservas de sardina y otras 28 a conservas de sardinillas. Esta denominación sirve para enfatizar el tamaño, pero es una denominación de venta no autorizada, lo que podría constituir un caso de publicidad engañosa y de competencia desleal.
- \* La norma establece que sólo se pueden comercializar con el nombre de "sardinas" las conservas elaboradas con la especie *Sardina pilchardus* (la más común en el Atlántico y el Mediterráneo). Algunas sardinas de importación no son de esta especie, por lo que para permitir su comercialización, la denominación debe ser "Sardinas" seguido del nombre de la especie. En caso contrario, se estaría cometiendo fraude.

- \* La especie permitida para comercializar como semiconserva de Anchoa es, únicamente, *Engraulis encrasicolus*. El posible fraude consiste en sustituir esta especie por otra de peor calidad procedente de aguas de Sudamérica denominada *Engraulis anchoita*, cuya denominación comercial es "Anchoita" y que no se puede comercializar como "Anchoa".

- \* Otros defectos de etiquetado observados:

- \* No presentar en el mismo campo visual la denominación, el peso neto, el peso escurrido y la fecha de caducidad.

- \* Indicar "sin colorantes/ conservantes" cuando no pueden ser utilizados en estos productos.

- \* No indicar el peso neto o el peso escurrido.

- \* Información nutricional incorrecta.

## 9.5 Conclusiones relativas al sector de Salazones y ahumados

Específicamente referidas al Sector de salazones y ahumados, cabría destacar las siguientes conclusiones:

- \* El consumo de productos ahumados en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2004 superó las 965 toneladas con un valor superior a los 17,9 millones de euros. El gasto en productos ahumados superó la media nacional en un 90%.



- \* El etiquetado de los productos ahumados es en términos generales correcto, indicando todos aquellos aspectos exigidos por la legislación y cumpliendo por tanto la normativa vigente. Sin embargo, con la próxima publicación del Reglamento sobre declaraciones nutricionales y propiedades saludables en los alimentos algunos de los mensajes de las etiquetas que aparecen en ciertas marcas de salmón ahumado deberían ser objeto de revisión.

## 9.6 Factores de riesgo y aspectos generales de fraude en el sector

Es preciso destacar que a lo largo del estudio se ha evidenciado el interés y el enorme esfuerzo realizado por los profesionales en los últimos años para la mejora de los aspectos de calidad, seguridad, trazabilidad etc, introducidos hasta niveles más que aceptables en un sector difícil, caracterizado por tener una estructura y unos condicionantes de producción y puesta en el mercado complejos.

A partir de las conclusiones anteriores se pueden resumir determinados **Factores de Riesgo**, o aspectos, potencialmente generadores de **Fraudes Alimentarios** capaces de actuar como "encubridores" de potenciales fraudes en el mercado de los productos de la pesca.

- \* Insuficiente **información y formación** del consumidor en lo relativo a este mercado específico.
- \* Gran dependencia de la orientación comercial, opinión y actitud de los **vendedores minoristas**, que compromete la transparencia informativa en el lineal de venta y en el asesoramiento al consumidor.
- \* Importante volumen de consumo a través del **Canal HORECA** donde la información comercial y el etiquetado no es accesible al consumidor final.
- \* Dificultad en la implantación de sistemas eficaces de **trazabilidad**.
- \* Significativo impacto económico de determinados **procesos o prácticas** como el glaseado en productos congelados.

- \* Múltiples **posibilidades, y situaciones que propician el fraude** (cambio de una especie por otra, un tipo de captura por otro, una procedencia geográfica por otra, cambio de denominaciones, cambio de un proceso/conservación por otro, venta de ejemplares de tallas inferiores a las permitidas de difícil detección por el consumidor, un volumen de glaseado excesivo, etc).
- \* Posibilidad de implantación y creciente desarrollo de iniciativas de marketing basadas en líneas de comunicación potencialmente inductoras de "**publicidad engañosa**" capaces de confundir al consumidor en su percepción y valoración del producto.



# 10. PROPUESTAS O LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

En relación directa con las conclusiones generales y la identificación de factores de riesgo generadores de fraude, se pueden definir diferentes propuestas o líneas de actuación, a abordar desde las Administraciones Públicas y Organizaciones Sectoriales destinadas a potenciar los sistemas de garantías y la fiabilidad comercial de los productos pesqueros comercializados en la Comunidad de Madrid, destinados tanto al consumo en el hogar o como al consumo en el canal HORECA.

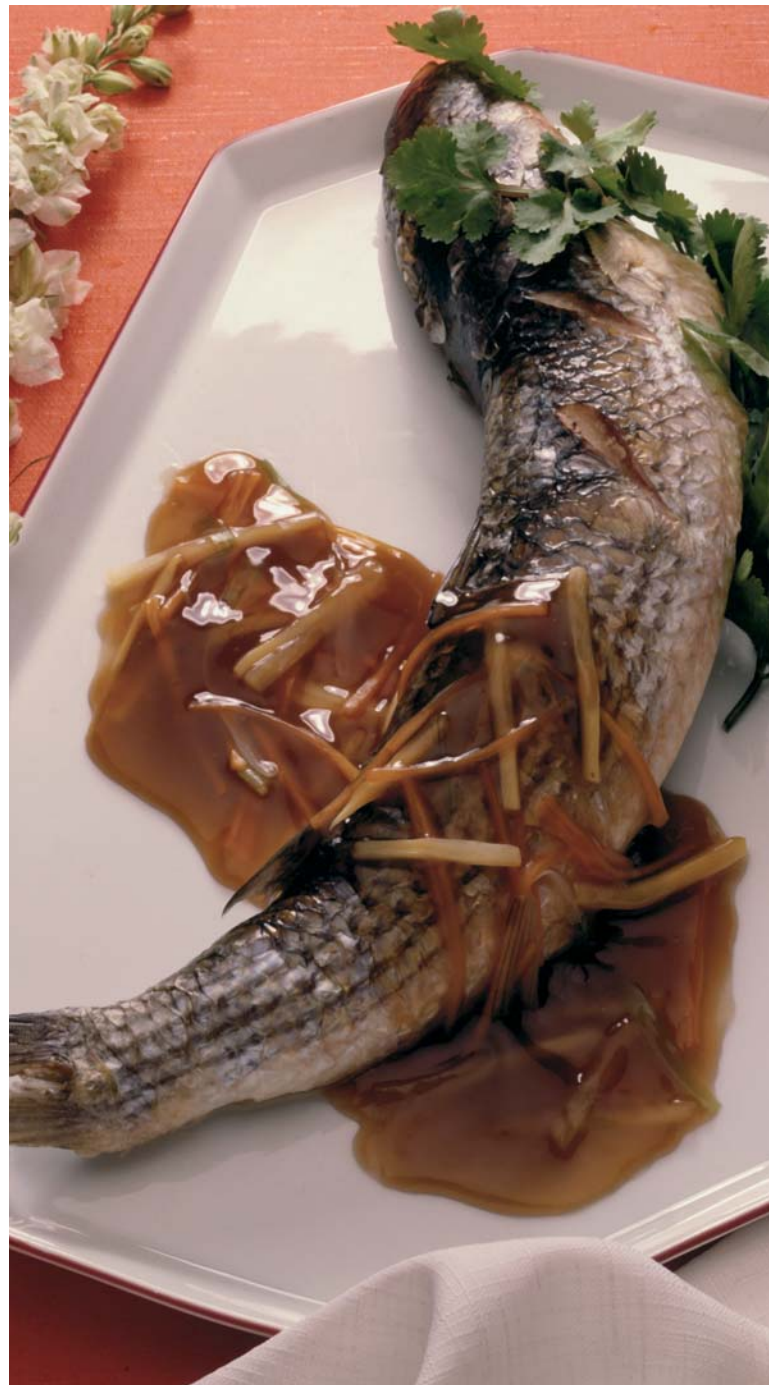
Entre dichas **Propuestas de Actuación** cabe destacar las siguientes:

- \* Potenciar la información y formación del consumidor madrileño respecto a los productos pesqueros, como elemento prioritario e imprescindible para una mayor transparencia en el consumo de este tipo de productos. La divulgación de fichas informativas de productos, información a través de páginas web, etc, pueden ser elementos muy útiles para contrarrestar informaciones a veces poco rigurosas.
- \* Cooperación con los diferentes agentes sectoriales, en la viabilidad, y mejora de los distintos sistemas de trazabilidad aplicables en los diferentes modelos de "producción/ comercialización/ consumo" específicos de los Sectores de la Pesca.
- \* Diseño e implantación de un Plan especial de Información y Formación de Agentes Sectoriales implicados en la comercialización y distribución de productos pesqueros especialmente Tiendas Tradicionales.
- \* Establecimiento de algún Sistema de Diferenciación ó Excelencia para Operadores Sectoriales que optimicen la información al consumidor como mecanismo de prevención de fraudes alimentarios.
- \* Potenciar la vigilancia y control del fraude alimentario de productos pesqueros en el Canal Horeca.





- ✦ Potenciar la cooperación y coordinación entre los diferentes organismos a nivel nacional autonómico y local, como entre las diferentes comunidades autónomas con vistas a proponer mejoras de los sistemas de vigilancia y control de posibles fraudes alimentarios.
- ✦ Organización de Jornadas sobre Productos Pesqueros donde se contará con la presencia de Organizaciones de Consumidores, Institutos de Consumo, etc.; y donde se podrán abordar temas específicos como Anisakis, glaseado en productos congelados, publicidad engañosa, etc.; así como a la divulgación de las actuaciones y las propuestas de intervención de los organismos de control.
- ✦ Creación de Paneles de Expertos de carácter multidisciplinar, orientados al análisis evaluación y prevención de los diferentes riesgos de fraudes alimentarios, así como identificación de sus potenciales factores de riesgo en el Sector de la Pesca.
- ✦ Intensificar la vigilancia y control de aspectos como el glaseado en productos de la pesca, etiquetado y publicidad engañosa, anisakis etc, y creación de unidades especializadas en la vigilancia y control de ciertos fraudes, que deberán trabajar en estrecha coordinación y cooperación con los equipos que llevan a cabo la inspección sanitaria.





**Biblioteca  
virtual**

Esta versión forma parte de la Biblioteca Virtual de la **Comunidad de Madrid** y las condiciones de su distribución y difusión se encuentran amparadas por el marco legal de la misma.



[www.madrid.org/publicamadrid](http://www.madrid.org/publicamadrid)

#### COORDINACIÓN

Felipe Vilas Herranz  
Subdirección General de Alimentación

#### AUTORES

Susana Belmonte Cortés.

Magdalena Cano Morán.

Fernando Fúster Lorán.

José Vicente Gómez Mateo.

Margarita Hernández Sánchez.

Carmen Mendoza Rodríguez.

Santiago Moreno Alcalde

Carmen Quintana De Arcos.

Miguel Angel Ribes Ripoll.

Soledad Sáez Martínez

Elaborado con la colaboración de **PRODESCON S.L.**

#### EDITORES

Dirección General de Salud Pública y Alimentación

#### IMPRIME

B.O.C.M.

DEPÓSITO LEGAL M-37598-2006





**Dirección General de Salud  
Pública y Alimentación**





Dirección General de Salud  
Pública y Alimentación

