



Consumo y gasto en pescado

Demanda en el hogar y en los establecimientos de restauración

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO
Universidad Complutense de Madrid

Con el paso de los años, la partida de pescado ha ido ganando peso en la demanda alimentaria de los hogares españoles y recientemente ocupa un lugar significativo dentro del gasto dedicado a la compra de alimentos y bebidas. La preocupación por la salud y la seguridad alimentaria, la progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral o la importancia creciente del gasto en alimentación fuera del hogar han sido algunas de las cuestiones sociales que han favorecido la generalización de la demanda de pescado y sus derivados dentro del sistema alimentario español.

Este trabajo analiza el consumo y el gasto en pescado de los hogares españoles, abordando de manera diferenciada la demanda en el hogar y el consumo realizado en los establecimientos de restauración. Se revisan los principales hábitos de consumo y de compra y, además, se plantean las divergencias en el consumo de pescado por comunidades autónomas.

En primer lugar, conviene apuntar que la evolución de la heterogénea partida que conforman los productos del mar ha sido notable durante el periodo 1987-2007. Esto es, en 1987 se consumían en torno a 30 kilos de pescado por persona y en 2007 se estima que el consumo ronda los 39 kilos. El gráfico 1 desglosa el consumo, en kilos, de merluza y pescadilla, sardinas y boquerones, otros pescados, mariscos, moluscos y crustáceos y conservas de pescado.

Destaca la estabilidad en la demanda en los consumidores de merluza, pescadilla, sardinas y boquerones. Por otra parte, las partidas de otros pescados y de mariscos, moluscos y crustáceos han experimentado distintas oscilaciones, mientras que, por último, se ha producido un claro incremento del consumo per cápita en las conservas de pescado.

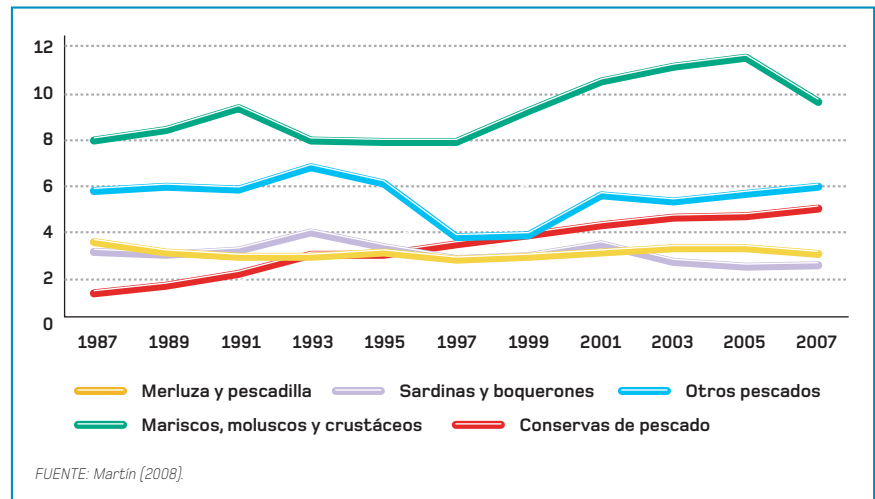
De forma concreta, durante el año 2007, en los hogares españoles se consumieron 1.253,9 millones de kilos de pescado que supusieron un gasto de 8.918,7 millones de euros. El cuadro 1 detalla el consumo y el gasto realizado por los hogares españoles en los productos del mar. La información se refiere al pescado demandado para consumo en el hogar y, en este caso, se observa la mayor importancia relativa del pescado fresco (12,7 kilos y cerca de 85 euros por consumidor) frente al pescado congelado (en términos per cápita, 3 kilos y 19,8 euros) y a las conservas de pescado (3,9 kilos y 32 euros por individuo).

Por productos, en el año 2007, la merluza y pescadilla fresca concentran el mayor consumo y gasto per cápita (2,8 kilos y 20,4 euros); en la vertiente de los productos congelados, las gambas y langostinos alcanzan un consumo y un gasto por encima del resto de pescados (1,6 kilos y 15,2 euros); mientras, el atún en conserva también cuenta con una representatividad relativa notable, con 2,1 kilos y 12,5 euros por persona.

La participación de las distintas variedades de productos del mar en las estructuras de consumo y gasto son bastante parejas (gráficos 2 y 3). Los productos frescos son los más representativos con un 44% del consumo y un 42% del gasto, el pescado congelado alcanza un 11% del consumo y un 10% del gasto, los mariscos y moluscos congelados llegan al 11% del consumo y al 13% del gasto, los mariscos y moluscos frescos suponen un 17% del consumo y un 16% del gasto, los mariscos y moluscos cocidos representan un 3% tanto del consumo como del gasto y, por último, las conservas de pescado y mariscos aglutinan un 14% del

GRÁFICO 1

Evolución del consumo per cápita en pescado (hogar+extradoméstico), 1987-2007. Kilos



Consumo y gasto en pescado

CUADRO 1

Consumo y gasto en productos del mar (hogares), 2007

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILES KILOS)	CONSUMO PER CÁPITA (KILOS)	TOTAL (MILES EUROS)	GASTO PER CÁPITA (EUROS)
A) PESCADO FRESCO				
Merluza y pescadilla	126.471,81	2,83	911.071,26	20,41
Sardina y boquerón	83.939,72	1,88	331.337,14	7,42
Atún y bonito	26.137,17	0,59	203.049,79	4,55
Trucha	17.249,77	0,39	81.862,71	1,83
Lenguado	40.385,17	0,90	375.470,23	8,41
Bacalao	16.623,62	0,37	129.688,46	2,91
Caballa	15.779,56	0,35	62.270,78	1,40
Salmón	28.405,83	0,64	219.877,72	4,93
Lubina	18.577,27	0,42	142.297,12	3,19
Dorada	30.787,06	0,69	219.805,57	4,93
Rodaballo	2.621,16	0,06	24.441,20	0,55
Rape	22.783,75	0,51	217.079,26	4,86
Otros pescados frescos	136.728,65	3,06	866.173,08	19,41
Almejas y berberechos	29.683,33	0,67	247.854,81	5,55
Mejillón	51.154,85	1,15	137.622,92	3,08
Calamar y pulpo	50.632,60	1,13	339.973,15	7,62
Gambas y langostinos	22.219,27	0,50	257.340,19	5,77
Otros mariscos frescos	55.220,94	1,24	444.439,27	9,96
Total pescados frescos	566.490,54	12,69	3.784.424,31	84,80
B) PESCADO CONGELADO				
Merluza y pescadilla	52.532,40	1,18	326.404,95	7,31
Lenguado	14.765,41	0,33	107.114,25	2,40
Bacalao	11.931,19	0,27	100.953,05	2,26
Salmón	2.570,00	0,06	21.208,79	0,48
Otros pescados congelados	55.013,20	1,23	327.451,72	7,34
Almejas	4.122,97	0,09	28.957,93	0,65
Berberechos	83,38	0,00	633,09	0,01
Mejillón	3.518,61	0,08	19.684,15	0,44
Calamares	18.435,50	0,41	109.385,57	2,45
Pulpo	6.361,49	0,14	44.331,31	0,99
Gambas y langostinos	72.035,13	1,61	677.662,71	15,18
Otros mariscos congelados	29.371,33	0,66	241.729,23	5,42
Total pescados congelados	136.812,19	3,07	883.132,76	19,79
C) PESCADO EN CONSERVA				
Sardinas	11.655,7	0,26	79.175,9	1,77
Atún	93.543,9	2,10	560.002,7	12,55
Chicharro y caballa	5.446,1	0,12	40.525,6	0,91
Mejillones	10.558,9	0,24	82.714,3	1,85
Berberechos	2.718,8	0,06	59.557,2	1,33
Almejas	2.226,0	0,05	23.023,6	0,52
Calamares	3.826,2	0,09	18.754,4	0,42
Pulpo	2.798,8	0,06	17.115,1	0,38
Anchoas	3.571,3	0,08	67.925,4	1,52
Salmón ahumado	4.016,2	0,09	81.979,2	1,84
Trucha ahumada	340,7	0,01	5.984,9	0,13
Otros ahumados	921,2	0,02	15.538,9	0,35
Otras conservas de pescado	34.436,8	0,77	385.464,6	8,64
Total conservas pescados y moluscos	176.060,5	3,94	1.437.761,7	32,22

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2008a).



SERPESKA[®]
GRUPO MOZOS

Selección Natural



EN 24 HORAS
DEL MAR A SU MESA

consumo y un 16% del gasto sobre el total de productos del mar.

En los hogares españoles, la frecuencia de compra de pescado varía en función del tipo de producto que se va a adquirir. Como parece lógico, el pescado fresco se demanda con una mayor frecuencia (más de siete veces al mes), mientras que el pescado preparado cuenta con la menor frecuencia de demanda en los hogares españoles (una vez cada dos meses). El pescado congelado se compra tres veces al mes, el embarquetado tan sólo una y las conservas y ahumados son adquiridos, de media, dos veces al mes (MAPA, 2007).

En esta misma línea, los distribuidores plantean que el pescado fresco es el producto comercializado con una mayor importancia, seguido del congelado con marca. De forma concreta, en la estructura de ventas de productos del mar, los comerciantes otorgan una importancia al pescado fresco del 31,8%, al pescado congelado envasado del 18%, al pescado congelado a granel del 5,3%, al pescado preparado del 5,3% y a las conservas, semiconservas, ahumados y salazones del 39,6%.

En cuanto a la frecuencia media de consumo (gráfico 4), los españoles toman productos del mar diez días al mes (un 14% todos o casi todos los días, un 67% entre dos y tres veces al mes y un 14,5% una vez a la semana). Tomando como referencia distintas variables, pueden establecerse, además, las siguientes puntualizaciones:

- Por sexo, las mujeres consumen algo más de pescado que los hombres en el hogar.
- Por edad, la mayor demanda se centra en los individuos que tienen entre 56 y 65 años mientras que los jóvenes entre 20 y 35 años realizan la menor demanda.
- Por comunidades autónomas, el gráfico 5 presenta una comparación del consumo para el pescado fresco, pescado congelado, mariscos, moluscos y crustáceos y conservas de pescado. El gráfico se ha elaborado tomando como referencia el consumo medio y calculando las corres-

GRÁFICO 2

Consumo de productos del mar por variedades (hogares), 2007. Porcentaje

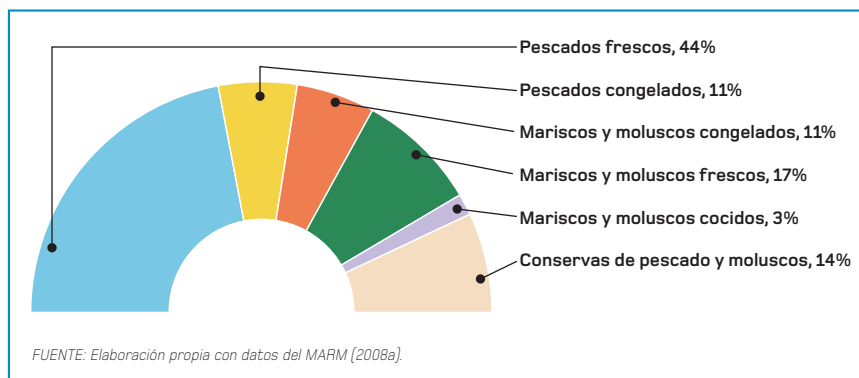


GRÁFICO 3

Gasto en productos del mar por variedades (hogares), 2007. Porcentaje

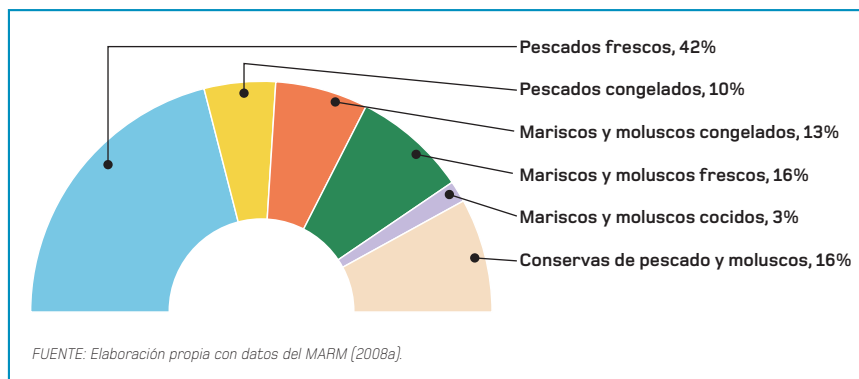
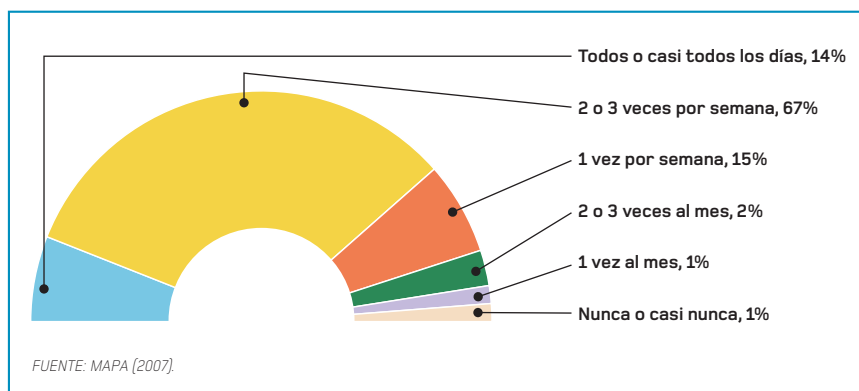


GRÁFICO 4

Frecuencia de consumo de pescado. Porcentaje



pondientes desviaciones. Tal y como puede observarse, la casuística es muy amplia y la situación varía notablemente entre las distintas comunidades autónomas. Esto es, las peculiaridades de cada región en cuanto a la localización geográfica, la capa-

cidad de los sistemas de distribución y/o las características de los consumidores –renta per cápita o hábitos alimentarios, por ejemplo– suponen un amplio abanico de opciones en cuanto a la demanda de esta familia de productos.



Apertura de nuevas instalaciones con capacidad de 3.500 palets, que unidos a los 2.900 de las instalaciones actuales suman una capacidad total de 6.400 palets.

Gran flexibilidad en el horario comercial de lunes a viernes desde la 06 hasta las 22 horas ininterrumpidamente.

MERCAMÁLAGA
AVDA. JOSÉ ORTEGA Y GASSET, 553
PARCELA S
29196 MÁLAGA

Teléfono: 952 178 079
Fax: 952 178 165
www.idecofrio.com
ideco@idecofrio.com

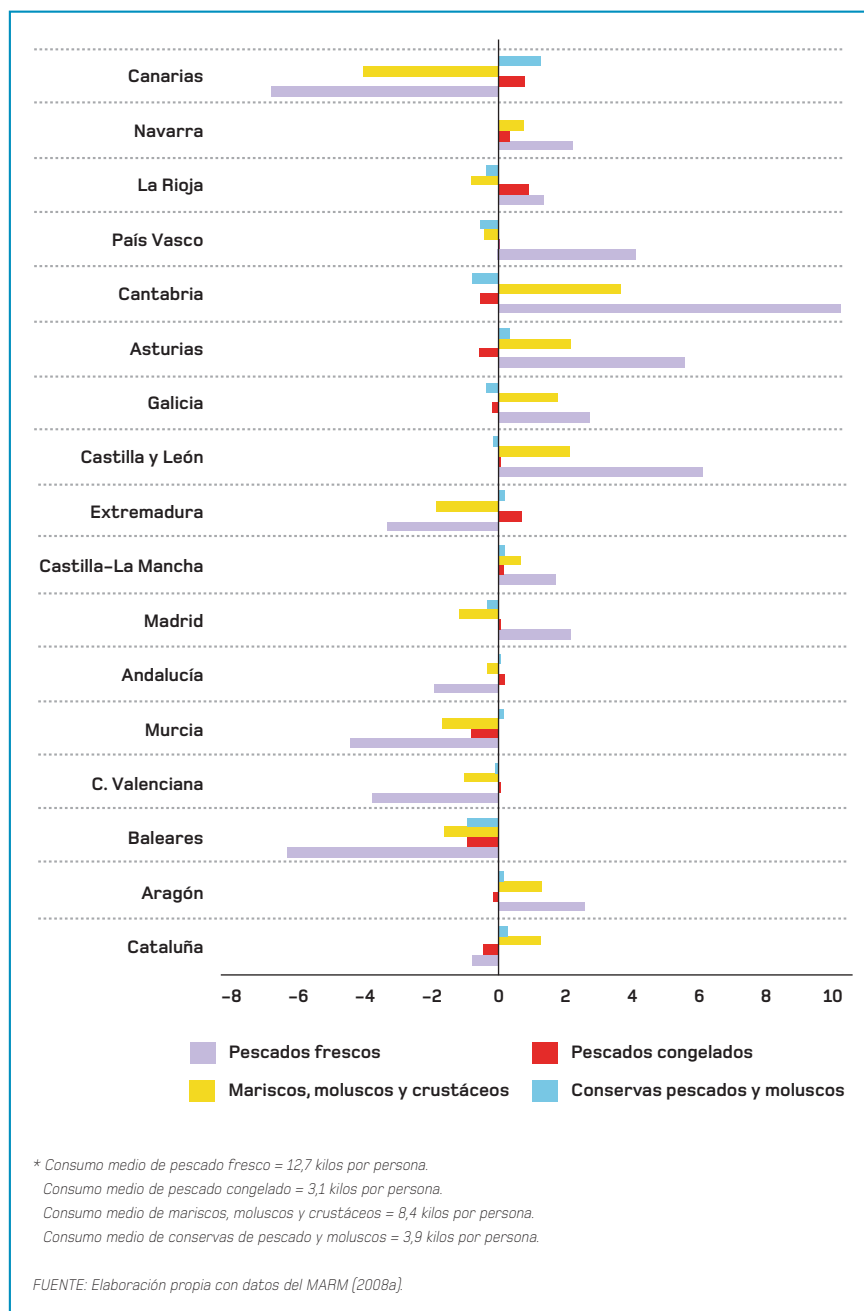


IDECO
CENTRO LOGÍSTICO DE FRÍO S.L.

GRÁFICO 5

Diferencias en el consumo de productos del mar por comunidades autónomas.

Desviación, en kilos, con la media nacional*



Conviene resaltar que el pescado fresco es habitualmente consumido en el mismo día de la compra (tan sólo 2 de cada 10 consumidores lo congelan) y los consumidores valoran especialmente la preparación personalizada del producto por parte del personal de la pescadería.

El formato preferido para la compra de

pescado es el comercio especializado, apoyándose en los consejos del vendedor y en la buena calidad de los productos. La información principal que demandan los consumidores es el origen del pescado (40% de los compradores), aunque también interesa tener claro si se trata de un pescado fresco o descongelado (20% de

los compradores). El mejor día para comprar pescado es el martes o el jueves, mientras que la mayoría de consumidores opinan que el peor día es el lunes.

De forma concreta, el gráfico 6 desglosa las cuotas de mercado de los distintos formatos comerciales en la distribución de productos del mar. Con carácter general, los supermercados han ido ganando peso en la distribución de este conjunto de alimentos y han llegado a una cuota del 42,3%, que supera ligeramente al comercio especializado (38,4%); los hipermercados tienen una participación del 15% y el resto de canales distribuye un 4,4%.

No obstante, la heterogeneidad que tiene esta familia de productos también se refleja en la distribución de los distintos tipos de pescado y, por tanto, los formatos comerciales cuentan con distintos posicionamientos en función del producto que se distribuya:

- En los pescados frescos, los establecimientos tradicionales o comercio especializado cuentan con la cuota de mercado más elevada (48,4%) y la representatividad del supermercado (36,5%) y del hipermercado (11,6%) es inferior.
- En los productos congelados, el supermercado cuenta con la mayor cuota de mercado (44,6%), aunque los establecimientos especializados tienen una participación significativa (37,6%) en la distribución de este tipo de productos.
- La distribución de mariscos, moluscos y crustáceos se desarrolla de una manera equilibrada a través del comercio especializado (39,6%) y de los supermercados (40,9%). Los establecimientos tradicionales tienen una significatividad mayor que los supermercados en la venta de mariscos, moluscos y crustáceos frescos y congelados, mientras que la situación se invierte para los mariscos, moluscos y crustáceos cocidos.
- En la categoría de conservas de pescado y marisco, parece claro que los supermercados e hipermercados son



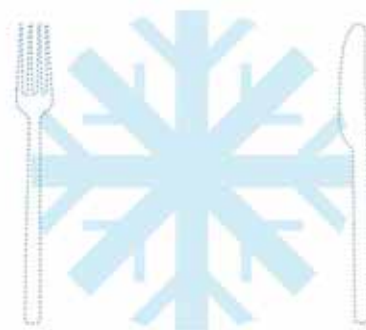
frozen⁰⁹

www.frozen.es

III FERIA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS CONGELADOS
3rd INTERNATIONAL FROZEN FOOD EXHIBITION

10, 11 y 12 MARZO/MARCH 2009

Zaragoza (España)



GLOBAL
SHOW SERVICES

ORGANIZA

Área Portuaria de Bouzas Of. D
nº 9-10 36208 Vigo (España)
Tf.: +34 986 488 875 info@frozen.es



FERIA DE ZARAGOZA



GOBIERNO
DE ARAGÓN

Departamento de Agricultura
y Alimentación

los formatos que comercializan mayoritariamente estos productos (conjuntamente alcanzan una cuota de mercado del 84,5%) mientras que los establecimientos tradicionales (10,2%) y otras fórmulas comerciales (5,3%) resultan menos relevantes.

Para los consumidores, los atributos más valorados al tomar la decisión de compra de pescado son la frescura del producto (8,4 sobre 10), sus propiedades nutricionales (7,8 sobre 10) y el precio (7 sobre 10), mientras que se concede una menor importancia a las marcas comerciales (4,4 sobre 10) y a que se trate de un producto descongelado (5 sobre 10). Desde la perspectiva de los distribuidores, la valoración presenta ligeros cambios: a la hora de adquirir productos del mar lo primero que tienen en cuenta es la frescura del producto (7,5 sobre 10), aunque también valoran el precio (6,6 sobre 10), los aspectos nutricionales (6,5 sobre 10) y el origen (6,3 sobre 10).

Según los profesionales encargados de distribuir productos del mar, la principal información que demanda el comprador es el origen del producto, aunque también es importante la frescura del pescado y las opciones que permitan su preparación. El gráfico 7 detalla todos estos factores.

El cuadro 2 resume el posicionamiento de los consumidores en cuanto a distintos aspectos relacionados con la compra y el consumo de productos del mar.

Los consumidores españoles también demandan productos del mar para tomarlos fuera del hogar tanto en establecimientos de restauración comercial (restaurantes, cafeterías, comedores de hoteles...) como en establecimientos de restauración colectiva y social (comedores de empresa, residencias, hospitales...).

El gráfico 8 presenta la evolución entre 1987 y 2007 del consumo de pescado diferenciando la demanda en el hogar y el consumo extradoméstico. En un contexto de evolución expansiva del consumo destaca el fuerte incremento de la demanda de pescado fuera del hogar, sobre todo a partir del año 1995.

GRÁFICO 6

Cuota de mercado en la distribución de productos del mar. Porcentaje

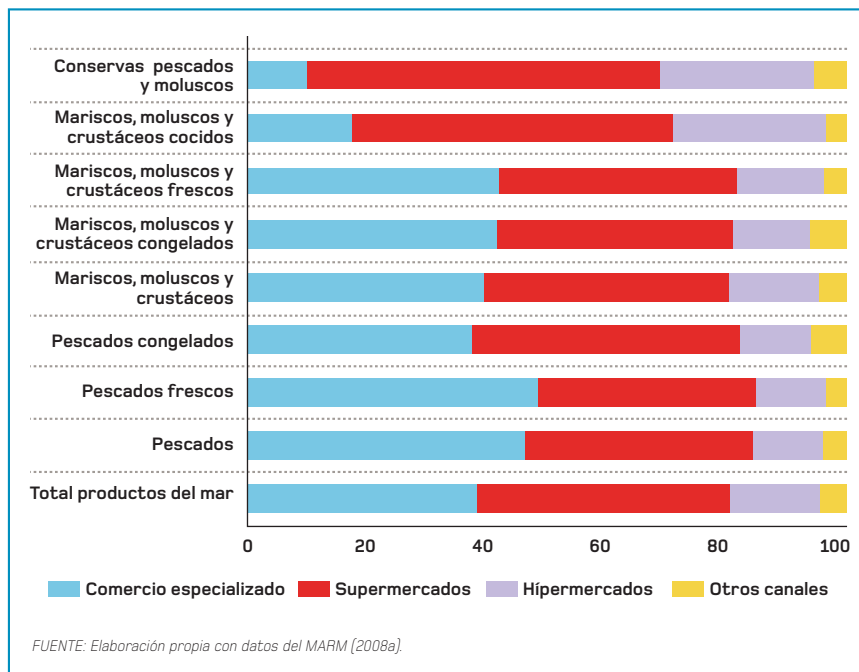
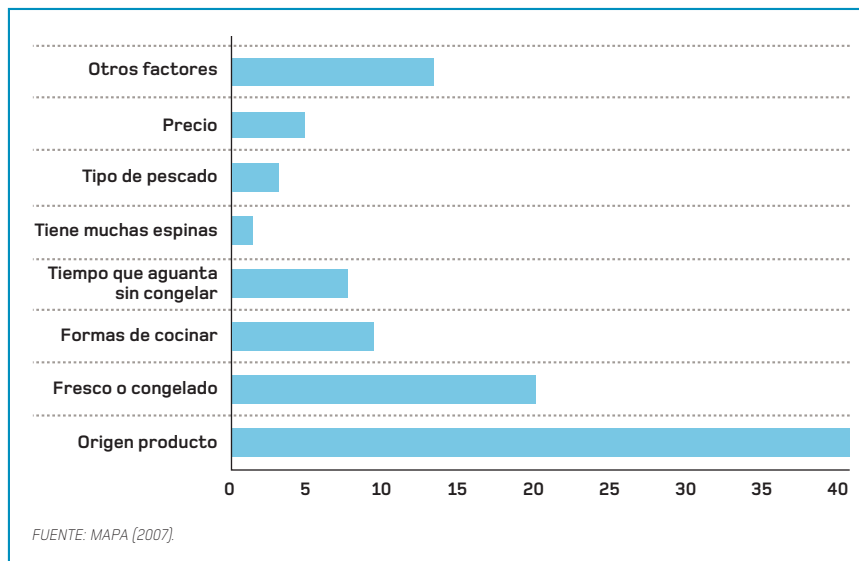


GRÁFICO 7

Información demandada por los consumidores al comprar pescado. Porcentaje



- En merluza y pescadilla, el porcentaje de consumo en el hogar ha sido bastante estable y se ha pasado de un 85% en 1987 a un 87% en 2007.
- En 2007 se consume en el hogar un 76% de las sardinas y boquerones demandados, mientras que en 1987 este porcentaje era del 87%.
- En la partida de otros pescados se ha pasado de un consumo en el hogar del 88% en 1987 a un 84% en 2007.
- La estructura de consumo de mariscos, moluscos y crustáceos apenas ha variado durante los últimos años (72% demandado en el hogar en 1987 y 71% en 2007).

– Para las conservas de pescado, la evolución de la demanda doméstica ha sido al alza y, en consecuencia, se ha pasado de un consumo en el hogar del 80% en 1987 al 84% en el año 2007.

Los cuadros 3 y 4 reflejan las compras que efectúan los establecimientos de restauración en cuanto a los productos del mar. Así pues, en los doce meses comprendidos entre julio 2007 y junio 2008, la restauración comercial gastó 2.412 millones de euros y compró 323,6 millones de kilos de pescados y mariscos, mientras que la restauración colectiva alcanzó unas compras de 337,7 millones de euros en los 68,2 millones de kilos adquiridos.

En cuanto a la demanda de los establecimientos de restauración por variedades de pescado se pueden establecer las siguientes matizaciones (gráficos 9 y 10):

– El pescado fresco se demanda básicamente por los restaurantes

CUADRO 2

Resumen del posicionamiento de los consumidores en la demanda de pescado
Porcentaje

	%
El principal motivo para consumir pescado es que es saludable	75,4
Se consume pescado porque se prefiere a la carne	32,5
El origen del pescado es la principal información para comprarlo	40
Cuando compra pescado fresco, lo consume inmediatamente	71,3
Cuando compra pescado fresco, lo congela	19,1
Al comprar pescado fresco prefiere que lo prepare el personal de la pescadería	52,9
Al comprar pescado fresco prefiere limpiarlo en casa	25,6
La calidad del pescado congelado es igual que la del pescado fresco	50,4
Modificación de los hábitos de consumo de pescado por anisakis (congelar pescado fresco y comprar sólo pescado congelado)	20,6

FUENTE: MARM (2007).

(53,5%), mientras que las cafeterías y bares y comedores de hoteles adquieren volúmenes menores (29,2% y 16,6%, respectivamente).

– Los restaurantes utilizan la mayor

cantidad de pescado congelado (44,7%), aunque también son importantes las compras de cafeterías y bares (33,3%) y de comedores de hoteles (20,4%).



SCANFISK SEAFOOD, S.L.

Camino Cogullada, s/n (Mercazaragoza)

Calle P, Parcela 29

50014 Zaragoza

Tel. Int. 34 976 47 12 28

Fax 34 976 47 11 26

E-mail: scanfisk@scanfisk.com

SCANFISK SEAFOOD S.L.

Camino Cogullada, s/n (Mercazaragoza)

Micropoligono alimentario, Nave 1

50014 Zaragoza

GRUPO SCANFISK SEAFOOD S.A.

Cmno. Cogullada, s/n (Mercazaragoza)

Pabellón de Pescados, Puestos 9-11

50014 Zaragoza

Fax Int. 34 976 47 27 96

GRUPO SCANFISK CORUÑA S.L.

Muelle del Este. Almacén P-40-41-42

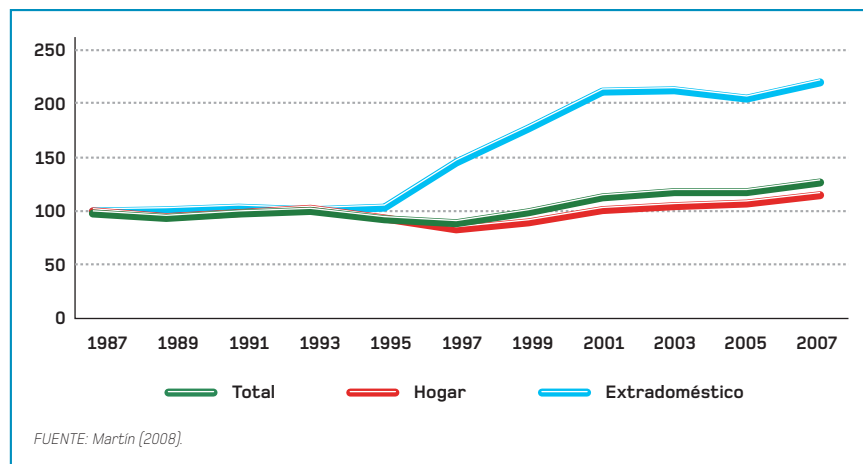
15006 A Coruña

Tels. 34 981 28 22 98 / 34 976 47 24 83



GRÁFICO 8

Evolución del consumo per cápita en pescado (1987=100), 1987-2007



CUADRO 3

Volumen y gasto en productos del mar demandados por la restauración comercial, julio 2007/junio 2008

	VOLUMEN (MILLONES KILOS)	GASTO (MILLONES EUROS)
Productos frescos	94,234	890,755
Pescado fresco	60,903	504,746
Marisco fresco	33,332	386,008
Productos congelados	179,048	1.112,017
Pescado congelado	127,644	711,974
Marisco congelado	51,405	400,045
Pescado en conserva	50,346	409,340
Total productos del mar	323,626	2.412,056

FUENTE: Elaboración propia con datos MARM (2008b).

CUADRO 4

Volumen y gasto en productos del mar demandados por la restauración colectiva y social, julio 2007/junio 2008

	VOLUMEN (MILLONES KILOS)	GASTO (MILLONES EUROS)
Productos frescos	23,109	105,955
Pescado fresco	22,081	98,027
Marisco fresco	1,028	7,928
Productos congelados	37,745	189,199
Pescado congelado	33,695	162,513
Marisco congelado	4,050	26,686
Pescado en conserva	7,351	42,584
Total productos del mar	68,204	337,738

FUENTE: Elaboración propia con datos MARM (2008b).

– La demanda de pescado en conserva se concentra fundamentalmente en bares y cafeterías (45,1%), aunque los restaurantes también com-

pran un 33,4% del total comercializado en esta variedad de pescado.

– En la estructura de compra de la restauración comercial, el pescado con-

gelado supone el 55,3%, el pescado fresco el 29,1% y el pescado en conserva el 15,6%.

– Para la restauración colectiva y social, la demanda de pescado se vertebra fundamentalmente en productos congelados (55,3%) y la representatividad del pescado en conserva es reducida (10,8%).

Desde la perspectiva concreta de los consumidores, la demanda de pescado y marisco fuera del hogar se ha ido incrementando durante los últimos años. Algunas de las principales tendencias que se pueden destacar del consumo de pescado en establecimientos de restauración comercial son las siguientes (MARM, 2008c):

– En un 9,4% de las visitas que se efectúan a los establecimientos de restauración se demandan platos que están elaborados con pescados. El porcentaje disminuye para los mariscos, puesto que tan sólo en un 1,6% de las visitas se comen estos productos.

– En cuanto a los momentos del día en que se consumen platos principales elaborados con pescado, destaca claramente la comida o almuerzo y, además, la cena. En otros momentos del día (desayuno, aperitivo, merienda...) la presencia de platos de pescado es insignificante.

– Por tipo de establecimiento, los restaurantes a la carta son el lugar preferido por los consumidores para demandar pescado fuera del hogar, aunque los restaurantes de menú también sirven un número considerable de platos principales con base de pescado.

– El consumo de pescado fuera del hogar se realiza principalmente a diario (53% frente al 47% en los fines de semana), mientras que en la demanda de mariscos en establecimientos de restauración se invierte la tendencia (52% en fines de semana y 48% a diario).

– Los consumidores españoles toman pescado fuera del hogar fundamen-

**ubicación
inmejorable**
por tierra, mar y aire



FRIMERCAT
FRÍO EN ACCIÓN

FRIMERCAT
• servicios frigoríficos •

Longitudinal 6, nº 82 • 08040 Mercabarna, Barcelona
Tel: 93 263 26 00 • Fax 93 263 31 83
e-mail: comercial@frimercat.es • www.frimercat.es

GRÁFICO 9

Participación de los establecimientos de restauración en la demanda de productos del mar. Porcentaje

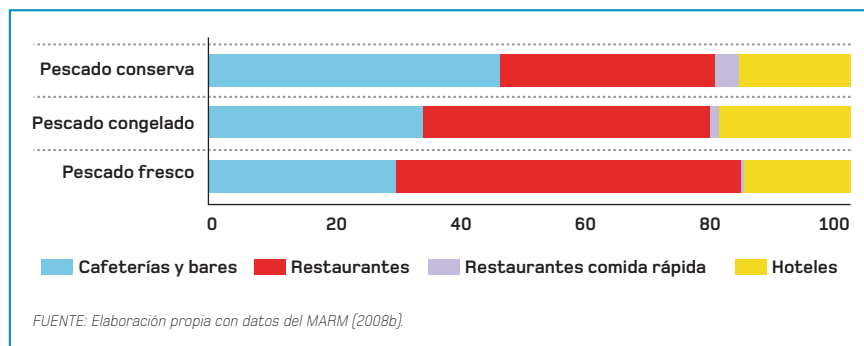


GRÁFICO 10

Estructura de compra de productos del mar por tipo de restauración. Porcentaje

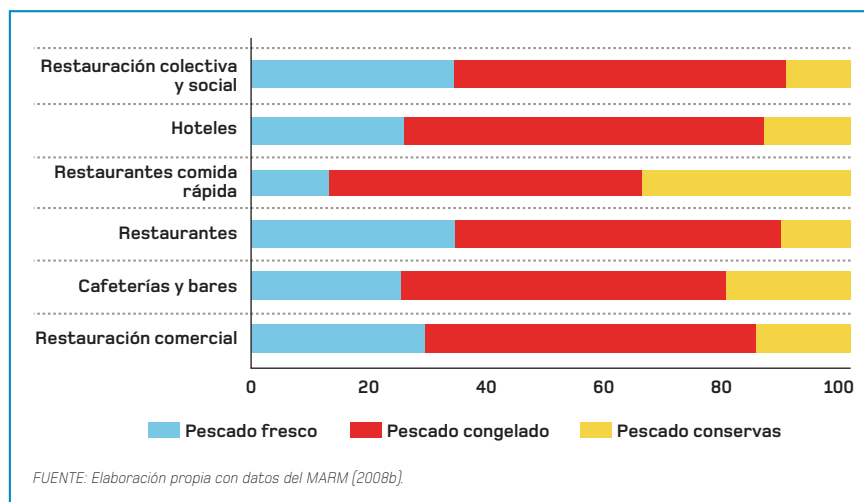
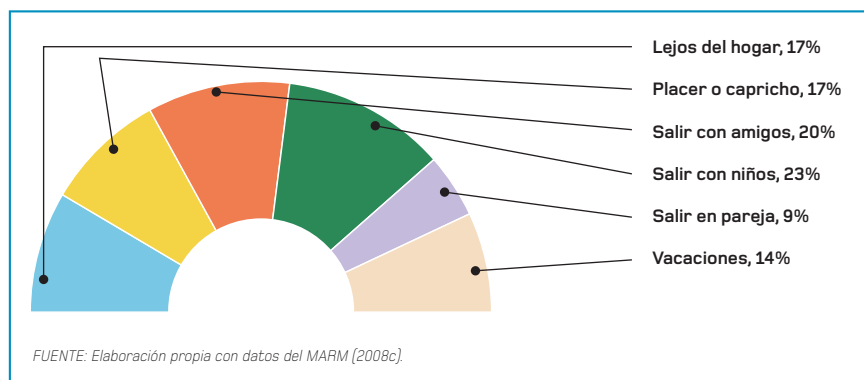


GRÁFICO 11

Principales motivos para tomar pescado fuera del hogar. Porcentaje



almente en restaurantes que no forman parte de cadenas organizadas y la misma tendencia se reproduce para el caso de los mariscos (un 94%

un 98%, respectivamente, se consume en establecimientos independientes).

- Los hogares con tres o cuatro miem-

bros demandan una mayor cantidad de pescado fuera del hogar, mientras que los consumidores de 35 a 44 años se caracterizan por tomar platos principales de pescado con mayor frecuencia.

- Los hombres toman más pescado fuera del hogar que las mujeres (6 de cada 10 consumidores son varones), mientras que el mayor consumo de platos principales basado en pescado se asocia a personas de clase media (los hogares de clase baja son los que menos pescado consumen en establecimientos de restauración).
- Los principales motivos, por orden de importancia, planteados para justificar el consumo de pescado fuera del hogar son salir con los niños, salir con amigos, placer o capricho y la janía del hogar. ■

BIBLIOGRAFÍA

- MAPA (2007): *Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria. Monográfico Productos del Mar*, Mimeografiado. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- MAPA (varios años): *La Alimentación en España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- MARM (2008a): *Dossier de datos sobre la Alimentación en España, 2007*. Mimeografiado. Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino. Madrid.
- MARM (2008b): *Consumo Alimentario Extradoméstico en España*. Mimeografiado. Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino. Madrid.
- MARM (2008c): *Estudio Consumo Alimentario Extradoméstico: Hábitos del Consumidor*. Mimeografiado. Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino. Madrid.
- MARTÍN, V. J. (2008): “Evolución de los hábitos de compra y consumo en España. 1987-2007, dos décadas del Panel de Consumo Alimentario”, *Distribución y Consumo*, nº 100.
- MERCASA (2007): *Alimentación en España 2007. Producción, Industria, Distribución y Consumo*. E. N. Mercasa, Madrid.



“Sprinter Confort de Mercedes-Benz” Vs. “El calor”.

La mejor furgoneta de Mercedes-Benz desde 21.945 €.*



Mercedes-Benz

Con 33 grados fuera de la nueva Sprinter edición especial Confort, enciendes el aire acondicionado. Con 36, subes los elevadores eléctricos para que no se escape nada de frío. Con 37, el cierre centralizado permanece centralizado (fuera de derrites, pero tú no estas fuera). Con 40 grados, su motor

CDI de 129 cv te lleva, tú tan fresco, a lo tuyo, que dentro se está muy bien. Con 42, el asfalto deja de ser sólido, pero con el Adaptive ESP® te olvidas. Y con 45, te sigues riendo por lo poco que cuesta estar fresquito. Infórmese en www.mercedes-benz.es

*Sprinter Confort 213 furgón compacta. Impuestos y transporte no incluidos. Oferta válida hasta fin de existencias.