

Nuevas tendencias de consumo en productos de la pesca y la acuicultura

✦ José Luis Murcia
Periodista.

Resumen: Este artículo recoge, a partir de diferentes fuentes sectoriales, las principales tendencias de consumo en productos de la pesca y la acuicultura, destacando la valoración creciente de hábitos saludables de alimentación y reconocen, en este sentido, las virtudes objetivas de los productos pesqueros. Con un componente añadido que va más allá del binomio consumo/salud: la creciente conciencia social sobre la sostenibilidad de los recursos pesqueros, las condiciones laborales y el bienestar de las personas que trabajan en este sector; y la preocupación por las prácticas utilizadas en los cultivos marinos.

Palabras clave: *Pescado, marisco, acuicultura, tendencias, mercados, consumo.*

Algo está cambiando, y en muchos casos, a buen ritmo, en las tendencias de consumo de productos de la pesca y la acuicultura. Las y los consumidores, en Asia, Europa, América... valoran cada vez más hábitos saludables de alimentación y reconocen, en este sentido, las virtudes objetivas de los productos pesqueros. Con un componente añadido que va más allá del binomio consumo/salud: la creciente conciencia social sobre la sostenibilidad de los recursos pesqueros, las condiciones laborales y el bienestar de las personas que trabajan en este sector; y la preocupación por las prácticas utilizadas en los cultivos marinos.

Múltiples estudios y análisis de mercado recientes avalan esta realidad, como sucede, por ejemplo, con el informe presentado por el Consejo Noruego de Productos del Mar sobre las tendencias en pesca y acuicultura que demandan los consumidores para los próximos años. En él se describen nuevos canales de venta, sostenibilidad, comodidad, transparencia y bienestar humano. Las compras en línea se han desarrollado fuertemente durante la época más dura de la pandemia y representan cerca del 30% del total alimentario, exactamente el doble que en 2015. Y han llegado para quedarse, ya que se espera un incremento significativo en los próximos años en Asia, África y Oriente Medio.

El informe destaca también los efectos de la pandemia, la guerra de Ucrania, la inflación y el incremento de costes, que han acelerado la preocupación de los consumidores por la sostenibilidad, el impacto medioambiental de la pesca y la acuicultura, un consumo ligado a la salud y al bienestar y la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores del mar.

Por su parte, la publicación especializada www.esenciadelmar.es recuerda que 2023 se está caracterizando en muchos casos por la recuperación de recetas tradicionales con incorporación en algunos casos de pescados y mariscos, mientras en las elaboraciones en crudo se va mucho más allá del sushi, el poké o el ceviche con nuevas versiones del steak tartar, cada vez más popular, las tiritas de pescado al estilo Zihuatanejo o el kifto, un plato etíope sabroso y muy especiado.

La diversificación del consumo en una sociedad que, cada vez más, come fuera de casa, ha llevado a incrementar la popularidad de los *snacks*, entre los que tienen cabida también los productos pesqueros (calamares, boquerones, anchoas...). Moda a la que se une la gastronomía digital donde las pescaderías online están a la orden del día en 2023.

La empresa Pescanova (www.pescanova.es) insiste también en la importancia de los platos tradicionales a

los que los jefes de cocina más punteros han añadido su visión personal para configurar platos del agrado de un amplio grupo de consumidores. En este sentido, jefes de cocina y gastrónomos coinciden en que 2023 supone una apuesta por la elaboración de platos simples, con sabor y textura naturales y opciones más saludables y sostenibles, con un guiño claro a los flexitarianos, que reducen el consumo de productos animales a favor de verduras, legumbres, frutas y cereales, pero sin olvidar el pescado y la carne.

Las recetas tradicionales de pescado abren la puerta a la incorporación de superalimentos como las algas, con especial incidencia en la espirulina. Y otra tendencia, cada vez más en auge, es la comida rápida saludable con eliminación de frituras y su sustitución por cocciones al vapor o el uso de la barbacoa o la parrilla, además de la técnica del *papillote*. Los jefes de cocina quieren conocer la trazabilidad del producto y contar la historia de su origen, máxime cuando la sostenibilidad es una de las características de las que pueden hacer gala ante sus clientes.

Por su parte, la feria Seafood Expo Global 2023, celebrada esta primavera en Barcelona, señala como tendencias demandadas por los consumidores productos de calidad, innovación y sabores picantes en productos frescos, inmediatos y de cercanía (kilómetro cero). Los consumidores exigen mariscos de alta calidad por los que están dispuestos a pagar más y



piden innovación de sabores y combinaciones como ahumado más intenso y adición de sabores fuertes como el regaliz, el queso duro o la ginebra.

Las cocinas milenarias de Japón, Malasia, Singapur, Tailandia o Vietnam son cada vez más demandadas. También el picante hace mella en los consumidores que exigen más, mejor y diferente con nuevas especias. Así, abogan por el pescado katsu con curry, la cecina de pescado con queso y chile, los calamares en trío o el cangrejo con chile de Singapur. Y también curioso, muchos consumidores exigen que estas exquisiteces puedan adquirirse en puestos callejeros.

Entre los platos más apreciados, y galardonados durante la feria Seafood Expo Global 2023, están la anguila europea ahumada en caliente (Lituania), aromatizada con jengibre y salsa de soja, con cobertura de semillas de sésamo; los bocaditos de pescado empanado (España) a base de una cobertura de espinacas, remolacha y zanahoria. O las gambas rebozadas con maíz y coco (Filipinas) con copos de maíz y gambas producidas de manera sostenible.

Entre los snacks destinados a puestos callejeros merece la pena hablar del kebab de salmón (Finlandia) en pan de pita, con toque picante y servido con ensalada, patatas fritas o arroz; las migas de bacalao salado desmenuzadas sin piel ni espinas (España) o el crujiente de cecina de pescado con chile y queso (Islandia) elaboradas con eglefino salvaje y condimentados con mantequilla y queso islandeses, además de un chile nórdico ligeramente picante.

Por otra parte, movimientos específicos como la gastronomía *slowfood*, certificaciones medioambientales, procedencias contrastadas son exigencias cada vez más acentuadas entre los grandes jefes de cocina que trabajan en Europa y existen guías dirigidas a estos menesteres que cada vez son más exigentes en sus demandas.

Las nuevas tecnologías son además un instrumento de empoderamiento que lleva a contar historias que los consumidores demandan cada vez más. Las famosas *stories* de redes sociales como Instagram o Tiktok son algunas de las alternativas en las que trabaja el sector de la gastronomía y la restauración para ganar el favor de los consumidores.

Las empresas de distribución tienen, además, estudiadas las zonas donde se demandan las diferentes presentaciones de productos. Así, en el Noroeste de Europa crece el mercado de filetes de pescado y gambas peladas con una etiqueta en la que debe indicarse claramente el uso de sal, fosfatos y hielo, descontando



en este caso el peso que corresponde a esta práctica, que suele ser de un 20% menos sobre el peso final.

DIMENSIÓN MUNDIAL DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

Después de casi 30 años de la aprobación del Código de Conducta para la Pesca Responsable, la FAO y otros organismos internacionales reconocen ampliamente la importancia de utilizar los recursos pesqueros y acuícolas de forma responsable como eje central del objetivo prioritario: mantener en el tiempo la actividad.

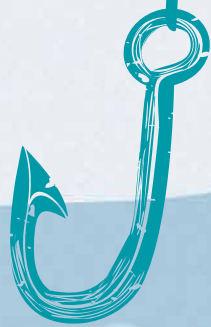
De acuerdo con los datos de la FAO, la producción y el consumo de pesca extractiva y acuicultura se aproximan cada vez más, hasta situarse ya en torno al 50% del total en cada caso, sobre un volumen mundial que se aproxima a 180 millones de toneladas y supera los 370.000 millones de euros.

Por su parte, las exportaciones de productos pesqueros suponen casi el 38% de la producción, es fuente de generación de empleo y riqueza para muchos países, y genera un negocio de 140.000 millones de euros.

Asia produce el 90% de la acuicultura mundial en un sector donde el número de embarcaciones asciende a 4,1 millones, de los que dos tercios se encuentran en el continente asiático. El sector da empleo a 58,5 millones de personas de los que solo un 21% son mujeres. La mayor parte del trabajo corresponde a la pesca extractiva con el 65% frente al 35% de los que laboran en el sector acuícola.

Las capturas de pesca en aguas marítimas las encabeza China con 11,77 millones de toneladas (15% del total mundial), seguida de Indonesia con 6,43 millones, Perú con 5,61 millones, Rusia con 4,79 millones, Estados Unidos con 4,23 millones e India con 3,71 millones. España es vigésima con 0,80 millones de toneladas.

Déjate **PESCAR** por la **SOSTENIBILIDAD**



Especies pesqueras de
palangre de superficie.

Ricas, sabrosas
y fáciles de cocinar!

TINTORERA



PEZ ESPADA



MARRAJO

Las especies marinas más abundantes han sido anchoveta con 4,81 millones de toneladas, seguida del colín de Alaska (abadejo de Alaska) con 3,54 millones, listado (bonito) con 2,83 millones, arenque atlántico con 1,60 millones, rabil (atún de aleta amarilla) con 1,57 millones, bacaladilla con 1,49 millones, estornino del Pacífico (caballa del Pacífico) con 1,36 millones, sardina europea con 1,33 millones, sardina sudamericana con 1,27 millones, caballa con 1,27 millones, pez sable (pez cinturón o cinta) con 1,14 millones y bacalao atlántico con 1,08 millones de toneladas.

Las capturas en aguas continentales (ríos, lagos...) las encabeza India con 1,80 millones de toneladas, seguida de China con 1,46 millones, Bangladesh con 1,25 millones, Myanmar con 0,84 millones, Uganda con 0,57 millones e Indonesia con 0,49 millones de toneladas.

La acuicultura la domina China con 40,5 millones de toneladas, por delante de India con 8,64 millones, Indonesia con 5,23 millones, Vietnam con 4,60 millones y Bangladesh con 2,58 millones de toneladas. Fuera de Asia destacan Egipto con 1,59 millones y Chile y Noruega con 1,49 millones de toneladas cada uno.

Las especies más abundantes del sector acuícola son la carpa herbívora (carpa china) con 5,79 millones de toneladas, seguida de la carpa plateada con 4,81 millones, la tilapia con 4,41 millones, la carpa común (carpa europea) con 4,24 millones, el salmón atlántico con 2,72 millones y la panga con 2,52 millones de toneladas. En crustáceos, el camarón patiblanco (langostino vannamei) con 5,81 millones, el cangrejo de las marismas con 2,46 millones y el langostino jumbo (langostino tigre) con 0,72 millones de toneladas. En moluscos destacan los ostiones con 5,45 millones de toneladas, almeja japonesa con 4,27 millones y mejillones con 1,11 millones de toneladas.

DENOMINACIONES DE CALIDAD EN ESPAÑA

España cuenta con una reducida selección de productos acogidos a figuras de calidad diferenciadas. Únicamente hay una DOP correspondiente al Mexillón de Galicia y una IGP que ampara Caballa y Melva de Andalucía. Cataluña ha otorgado una Marca de Calidad Alimentaria al Pescado Azul; La Rioja un Registro y Certificado de Embutidos de Productos de Pesca y Semiconservas de Anchoa en Salazón o en Aceite; el País Vasco un Label de Calidad Alimentaria (Eusko Label) al Bonito del Norte y Atún Rojo (Hegaluzea), así como a las conservas Anchoa del Cantábrico del País Vasco y Bonito del Cantábrico del País Vasco.

El Mexillón (Mejillón) de Galicia se cultiva en las rías gallegas de Ares-Sada, Muros-Noia, Arousa, Pontevedra y Vigo mediante el popular sistema de batea. Es un producto totalmente natural y sostenible que genera claros beneficios al ecosistema. Es un alimento sano y saludable con elevado valor nutricional por su elevado contenido proteico. Contiene Omega 3 y es fuente natural de vitaminas y minerales.

En la DOP están certificadas más de 2.000 bateas y más de un centenar de marcas que representan más de 400 referencias de mejillón gallego en el mercado. Se ofrece en formato fresco, conserva, cocido, congelado, pasteurizado y en elaboraciones de cuarta y quinta gama. Galicia produce un total de 250 millones de kilos de mejillones al año de los que 45,3 millones corresponden a la DOP, que cada año incrementa su producción en producto fresco.

La Indicación Geográfica Protegida Caballa y Melva de Andalucía provienen de las especies *scomber japonicus*, la primera, y *auxis rochei* y *auxis thazard*, la segunda. Su captura proviene de los caladeros del Mediterráneo y costas orientales del Atlántico, al sur del paralelo 44. El pelado del pescado se realiza de forma manual como es tradicional en la zona y está prohibido el uso de productos químicos. Su líquido de cobertura o gobierno solo puede ser aceite de oliva o de girasol. Las empresas adscritas comercializaron en 2022 más de siete millones de kilos de caballa y 600.000 kilos de melva, con una reducción en este caso del 30% con respecto a la campaña anterior. Las firmas adscritas a la IGP son Pesasur, Conservas Concepción, Ficolumé, Usisa e Industrias Conserveras de Tarifa. ■



Evolución del consumo en productos de la pesca dentro y fuera del hogar

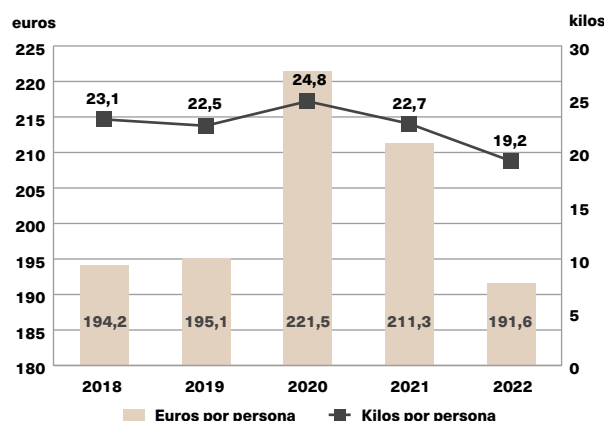
Tras el repunte del consumo en hogares que se registró en 2020 y 2021, por la situación excepcional de la pandemia, en 2022 se registró un fuerte descenso del consumo de productos de la pesca, tanto en volumen como en gasto, situándose en ambos casos por debajo de 2019 y 2018.

Así se refleja en la información que aporta el panel de consumo que elabora el Ministerio de Agricultura, recogida en el informe de Mercasa “Alimentación en España 2023”, según el cual en 2022 los hogares españoles consumieron 887,4 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 8.861,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 19,2 kilos de consumo y 191,6 euros de gasto.

El consumo más elevado es el de pescado fresco (8,0 kilos por persona y año), lo que representa un 41,7% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,0 kilos per cápita y 20,8% de consumo) y de marisco y molusco fresco (2,7 kilos per cápita y 14,0% del consumo total). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan consumos menores, alcanzando los 2,4 kilos por persona al año (12,5% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 2,0 kilos per cápita y el 10,4% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 39,0%, con un total de 74,7 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 24,6% y un total de 47,2 euros por persona. A continuación, el marisco y molusco fresco, que alcanza el 13% del gasto total en productos de la pesca (25 euros por persona). Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,4% y 18,1 euros por persona y año.

Evolución del consumo y del gasto en pescado, 2018-2022

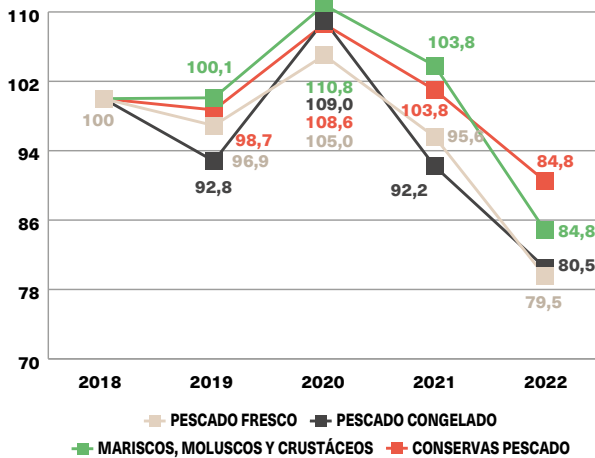


Consumo y gasto en pesca de los hogares, 2022

| | CONSUMO | | GASTO | |
|---|------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|
| | TOTAL (MILLONES KILOS) | PER CAPITA (KILOS) | TOTAL (MILLONES EUROS) | PER CAPITA (EUROS) |
| TOTAL PESCA | 887,4 | 19,2 | 8.861,4 | 191,6 |
| PESCADOS | 462,1 | 10,0 | 4.292,9 | 92,8 |
| PESCADOS FRESCOS | 370,6 | 8,0 | 3.457,3 | 74,7 |
| PESCADOS CONGELADOS | 91,5 | 2,0 | 835,6 | 18,1 |
| MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS | 238,1 | 5,1 | 2.384,2 | 51,5 |
| MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS CONGELADOS | 83,0 | 1,8 | 911,2 | 19,7 |
| MARISCOS Y MOLUSCOS FRESCOS | 125,8 | 2,7 | 1.155,2 | 25,0 |
| MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS | 29,3 | 0,6 | 317,7 | 6,9 |
| CONSERVAS PESCAO Y MOLUSCOS | 187,2 | 4,0 | 2.184,4 | 47,2 |

En la familia de productos de la pesca, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante similar para los distintos tipos de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de todos los productos que han sido analizados registran volúmenes inferiores.

Evolución del consumo por tipos de pescado (2018=100), 2018-2022



Diferencias en la demanda del consumo en hogares

En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante 2022 presenta las siguientes características básicas:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos por encima de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tie-

nen lugar en los núcleos de población con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.

- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad, los jóvenes independientes, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Comunidad Valenciana, Extremadura y Canarias.

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (59,8% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 22,9%, mientras que el hipermercado concentra el 12,0%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,3% restante.

Consumo y gasto en pescados y mariscos fuera del hogar

Por su parte, en la evolución del consumo fuera del hogar de pescados y mariscos se refleja un fuerte descenso en 2020 por las limitaciones de la pandemia, que se recuperó en 2021 y en 2022 registró una ligera reducción del -2,2%.

En volumen, en 2022 el consumo extradoméstico de pescados y mariscos fue de 146,0 millones de kilos, que suponen 6,0 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en pescados y mariscos ascienden a 696,2 millones –de forma concreta, 28,7 por persona-. Durante el último año, un 70,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pescados o mariscos en alguna consumición fuera del hogar.

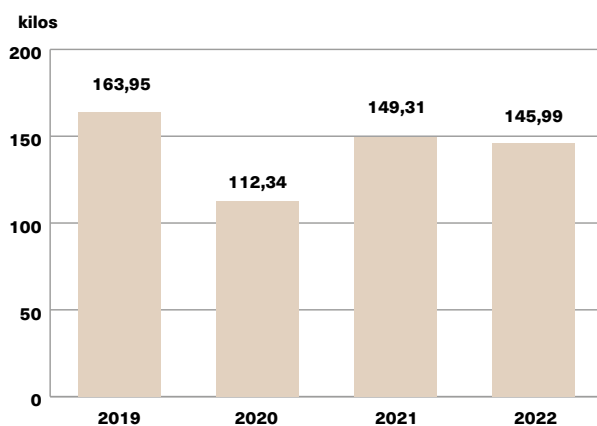
El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a los mariscos (4,4 kilos por persona) y, de manera concreta, a langostinos y gambas (1,8 kilos per cápita) y a calamares (1,2 kilos por persona). En términos de consumiciones, los pescados concentran el 58,5% y resulta significativa la participación de salmón (5,3%) y sardinas (2,4%).

Los mariscos (4,4 kilos y 14,9 consumiciones por persona) fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2022. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de calamares (un 38,8% sobre el total de mariscos).

Consumo extradoméstico en pescados y mariscos, 2022

| | CONSUMO TOTAL (MILLONES KILOS) | CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (KILOS) | TOTAL CONSUMICIONES (MILLONES) | CONSUMICIONES PER CÁPITA | PENETRACIÓN (% POBLACIÓN 15-75 AÑOS) |
|---------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| TOTAL PESCADOS Y MARISCOS | 145,99 | 6,02 | 696,15 | 28,71 | 70,45 |
| PESCADOS | 59,28 | 2,69 | 407,00 | 18,50 | 63,91 |
| MERLUZA/PESCADILLA | 2,33 | 0,52 | 12,70 | 2,84 | 12,97 |
| BOQUERONES | 2,05 | 0,46 | 16,22 | 3,62 | 13,00 |
| SARDINAS | 1,59 | 0,38 | 16,65 | 3,95 | 12,24 |
| RAPE | 0,54 | 0,35 | 2,80 | 1,80 | 4,50 |
| DORADA | 1,53 | 0,59 | 7,79 | 3,01 | 7,51 |
| SALMON | 6,10 | 0,82 | 37,30 | 4,98 | 21,76 |
| ATUN FRESCO | 3,74 | 0,72 | 22,71 | 4,37 | 15,11 |
| RESTO PESCADOS | 41,40 | 2,01 | 294,37 | 14,28 | 59,89 |
| MARISCOS | 86,71 | 4,43 | 292,40 | 14,93 | 56,88 |
| CALAMARES | 18,63 | 1,20 | 113,29 | 7,29 | 45,13 |
| PULPO/SEPIA | 17,57 | 1,43 | 81,27 | 6,63 | 35,60 |
| LANGOSTINOS/GAMBAS | 24,56 | 1,82 | 117,82 | 8,74 | 39,18 |
| OTROS MARISCOS | 25,95 | 1,82 | 127,86 | 8,97 | 41,41 |

Evolución del consumo extradoméstico en pescados y mariscos, 2019-2022 (Millones de kilos)



Diferencias en la demanda fuera del hogar

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos durante el año 2022 presenta los siguientes rasgos básicos:

- Las diferencias por sexo son significativas y se advierte un consumo superior en esta familia de productos en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo

superior de pescados y mariscos fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.

- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pescados y mariscos aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de pescados y mariscos no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de más de 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios menores de 2.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Barcelona y Madrid, Resto Cataluña y Aragón y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía.

Fuente: Alimentación en España 2023. Mercasa.