

Nota de prensa**EL RITMO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES ESTÀ CAMBIANDO LOS HÁBITOS DE COMPRA DE PESCADO, SEGÚN UN ESTUDIO DE MERCABARNA Y AECOC**

- **Los consumidores valoran cada vez más la conveniencia, la cercanía, la rapidez y los horarios a la hora de realizar sus compras**
- **El 63% de los compradores consumen productos del mar una media de 2,4 veces por semana**
- **El 45% de la población consume sushi un mínimo de una vez al mes**

Barcelona, 17 de octubre de 2019.- La pescadería tradicional es el canal mejor valorado, según el estudio 'Indicadores de compra y consumo de productos del mar', realizado per AECOC Shopperview para Mercabarna. Pero la priorización de criterios como la conveniencia, la proximidad, la rapidez y los horarios provocan que un porcentaje elevado no escoja el canal tradicional a la hora de proveerse de productos de la pesca.

Para la elaboración de dicho informe se han efectuado un total de 1.002 encuestas a hombres y mujeres españoles, compradores y consumidores de pescado y/o marisco, de entre 20 y 70 años.

El estudio indica que el supermercado ya es el canal prioritario para el 65% de los usuarios a la hora de comprar pescado, ante un 32% que lo siguen haciendo en el canal tradicional -que incluye las pescaderías a pie de calle y las situadas en mercados municipales-, y solo un 3% que opta por la compra online. El informe indica que el trasvase de clientes se ha acelerado en los últimos 3 años. El 34% de los encuestados admiten que, en este tiempo, han dejado de acudir a las paradas tradicionales para hacer sus compras en las cadenas de gran consumo.

Los motivos de este cambio de hábitos tienen que ver con el ritmo de vida de los consumidores. El 59% de los encuestados consideran que tienen un día a día muy ajetreado y justifican el cambio de la pescadería tradicional al supermercado por la conveniencia de realizar todas sus compras en el mismo establecimiento (52%), por precio (35%), por la proximidad de los locales respecto a sus hogares (32%) y por la amplitud de horarios que ofrecen las cadenas (28%).

Las pescaderías tradicionales se mantienen como los canales mejor valorados. La pescadería a pie de calle (8,52) y la pescadería dentro del mercado detallista (8,38) son los formatos con mejores índices de satisfacción entre los compradores, por delante del supermercado (8,18) y el canal online (8,01). A pesar de esta buena valoración, los usuarios reclaman ciertas mejoras a las pescaderías tradicionales, como ampliar sus horarios (32%), limpiar el pescado según sus necesidades (23%) y aceptar encargos telefónicos u online (17%).

Mercabarna ha encargado este estudio, y ha participado activamente en su proceso de elaboración, con el objetivo, según afirma su director general, Josep Tejedó, "de analizar las

motivaciones de los consumidores a la hora de comprar pescado y así adaptar mejor los servicios del mercado mayorista a las necesidades del canal detallista”. “Junto a las asociaciones de mayoristas y detallistas -continúa Tejedo- Mercabarna ha iniciado un trabajo para determinar qué aspectos requiere el mercado mayorista para contribuir al crecimiento de sus ventas de pescado y marisco”.

Un consumo estabilizado

El estudio de AECOC Shopperview para Mercabarna también indica que el 63% de los encuestados consumen pescado 2,4 veces por semana; el 22% asegura que ha aumentado su consumo, especialmente de especies como la merluza, el salmón o el bacalao; mientras que el 19% ha reducido su ingesta ya sea por el aspecto del producto, por precio o porque gusta menos su preparación en el hogar.

El informe indica que existe cierta preferencia entre los consumidores a optar por el pescado como aportación proteínica a su dieta. En este sentido, el 28% de los usuarios han reducido su consumo de carne en los últimos años y el 16% admiten haber optado por el pescado como alternativa a los productos cárnicos.

El informe señala que la vía de crecimiento del sector será la conveniencia a través de los productos preparados y listos para su consumo. Muestra de ello es el crecimiento en el consumo de sushi, que se impone como tendencia de compra en los supermercados. El 45% de los encuestados asegura comer sushi en casa un mínimo de una vez al mes. El 44% lo compran en el supermercado, mientras que el 38% lo hacen en el hipermercado, por un 31% que optan por el *take away* u opciones *delivery* y solo un 10% que consumen en tiendas de barrio.

Tendencia a congelar el producto

El informe revela que el producto fresco sigue mandando en el sector. El 82% de los consumidores han comprado pescado fresco en el último mes. Sin embargo, el 76% ha optado por congelarlo, algunos para garantizar que el producto está en perfectas condiciones en el momento del consumo, pero la mayoría (40%) como medida preventiva contra el anisakis. Este dato demostraría que la prudencia ante el parásito está cambiando los hábitos de compra.

La tendencia a congelar el producto fresco también se explica por el hecho de que solo el 47% de los compradores consumen el pescado el mismo día de la compra, por un 34% que lo hace al día siguiente y un 20% que espera a días posteriores.

Mercabarna, eje fundamental del sector agroalimentario catalán

Mercabarna es una 'ciudad alimentaria' que funciona las 24 horas del día con un objetivo claro: garantizar el aprovisionamiento de alimentos frescos a los ciudadanos de Cataluña. En sus 90 hectáreas (unos 90 campos de fútbol), hay 700 empresas mayoristas especializadas en la elaboración, el comercio y la distribución de alimentos frescos, y el Matadero. Las empresas dedicadas al comercio están dentro de los mercados centrales de frutas y hortalizas, pescado y marisco y flores y plantas, y el resto, alrededor de ellos.

En esta ciudad se concentran cada día 23.000 profesionales, entre los 7.500 trabajadores de las empresas mayoristas ubicadas en Mercabarna, y el resto que acuden a proveerse de los alimentos que luego encontraremos en los mercados municipales, comercios minoristas,

pequeños y medianos supermercados y restaurantes. Mercabarna es uno de los principales mercados europeos y un eje fundamental para el sector agroalimentario catalán y español. Con más de 2 millones de toneladas de productos frescos comercializadas al año, este gran mercado alimenta más de 10 millones de consumidores

Sobre AECOC

AECOC es la Asociación de Empresas de Fabricantes y Distribuidores, una de las mayores organizaciones empresariales del país y la única en la que la industria y la distribución del gran consumo trabajan conjuntamente para desarrollar buenas prácticas y estándares tecnológicos que ayuden a las empresas a ser más eficientes y competitivas, aportando valor al consumidor. Engloba tanto a las mayores compañías como a las pequeñas y medianas empresas y representa sectores tan diversos como el de la alimentación y bebidas, textil, electro, ferretería y bricolaje, salud y hostelería, entre otros. Cuenta con más de 30.000 empresas asociadas cuya facturación conjunta supone cerca del 20% del PIB nacional.

Más información:

Roser Lapuente

Mercabarna

@ lapuente@mercabarna.cat

T. 93 556 35 08/ 610 595 024

Víctor Solvas/Nuria de Pedraza

AECOC

@ vsolvas@aecoc.es / npedraza@aecoc.es

T. 93 252 39 00 / 626 006 046