

Identificación de las necesidades de mercado y productos de la acuicultura mediterránea

Elena Santa Cruz, AZTI

XVII Congreso Nacional de
ACUICULTURA, Cartagena, 7-10 Mayo 2019





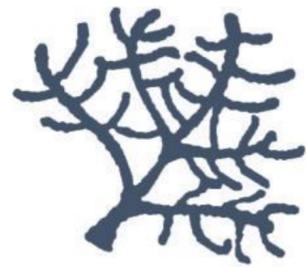
Transforming
Science into
Business

AZTI

Transformamos la Ciencia
en Desarrollo Sostenible y
Saludable

ÁMBITO DE ESPECIALIZACIÓN

Como centro tecnológico especializado y excelente, nos centramos en la cadena de valor del mar y de la alimentación desde una perspectiva de la economía circular (reducir, recuperar, reciclar y valorizar)



ECOSISTEMAS
SOSTENIBLES



PRODUCCIÓN



TRANSFORMACIÓN



COMERCIALIZACIÓN



HORECA



CONSUMIDORES

MedAID (Desarrollo integrado de la Acuicultura Mediterránea)

MedAID es un proyecto europeo para impulsar la acuicultura mediterránea.

Es un proyecto de investigación financiado por el programa H2020 de la Unión Europea, que aborda factores clave para la potenciación de la producción acuícola en el Mediterráneo.

- ✓ **La Comisión Europea pretende incrementar en un 20% la producción de acuicultura sostenible.**
- ✓ **En el proyecto, enmarcado dentro del programa de investigación H2020 de la Comisión Europea, participan 30 organizaciones de 12 países diferentes.**
- ✓ **AZTI participa en el diseño de productos innovadores adaptados a las necesidades del mercado, canal de distribución y expectativas del consumidor europeo.**

El proyecto, se centra principalmente en **dorada y lubina**, dos de las principales especies productivas del Mediterráneo y estudia de forma exhaustiva la competitividad y sostenibilidad del sector acuícola marino en el Mediterráneo.

Entre otros temas, se tratan prácticas de **nutrición y alimentación, bienestar animal, sanidad, genética, impacto ambiental, percepción del consumidor y aspectos relacionados con el marketing, eficiencia económica y desempeño del sector**, así como la **imagen social** de la acuicultura.



WP5

Product development, market and consumer assessment.

Esta línea de trabajo se centra en el desarrollo de diferentes alternativas de productos de especies de la acuicultura mediterránea (**principalmente lubina, dorada y corvina**) para su comercialización, analizando el potencial de diferentes nichos de mercado y teniendo en cuenta aspectos socioeconómicos y los requisitos de los consumidores.

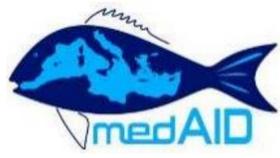
Objetivos:

- Identificar la **mejor solución de mercado** para cada tipo de especie, transformándolas en nuevos productos de valor añadido adaptados a las necesidades de diferentes perfiles de consumidores (niños, senior, gourmet etc) y a las necesidades de los diferentes canales de comercialización.
- **Introducir los productos mediante la diversificación**, en nuevos segmentos de consumidores través de canales maduros (retail, detallistas) y otros canales actualmente subexplotados, HoReCa (comedores escolares, hospitales, colectividades)
- **Mejorar la competitividad de la acuicultura mediterránea** en su conjunto contribuyendo a la promoción del consumo de las especies de acuicultura mediterránea e impulsando al sector.

Participantes:

- ❖ Centros de Investigación y Universidad
- ❖ Industria Alimentaria (productos de pescado)
- ❖ Productores acuícolas





Desarrollo de conceptos de productos

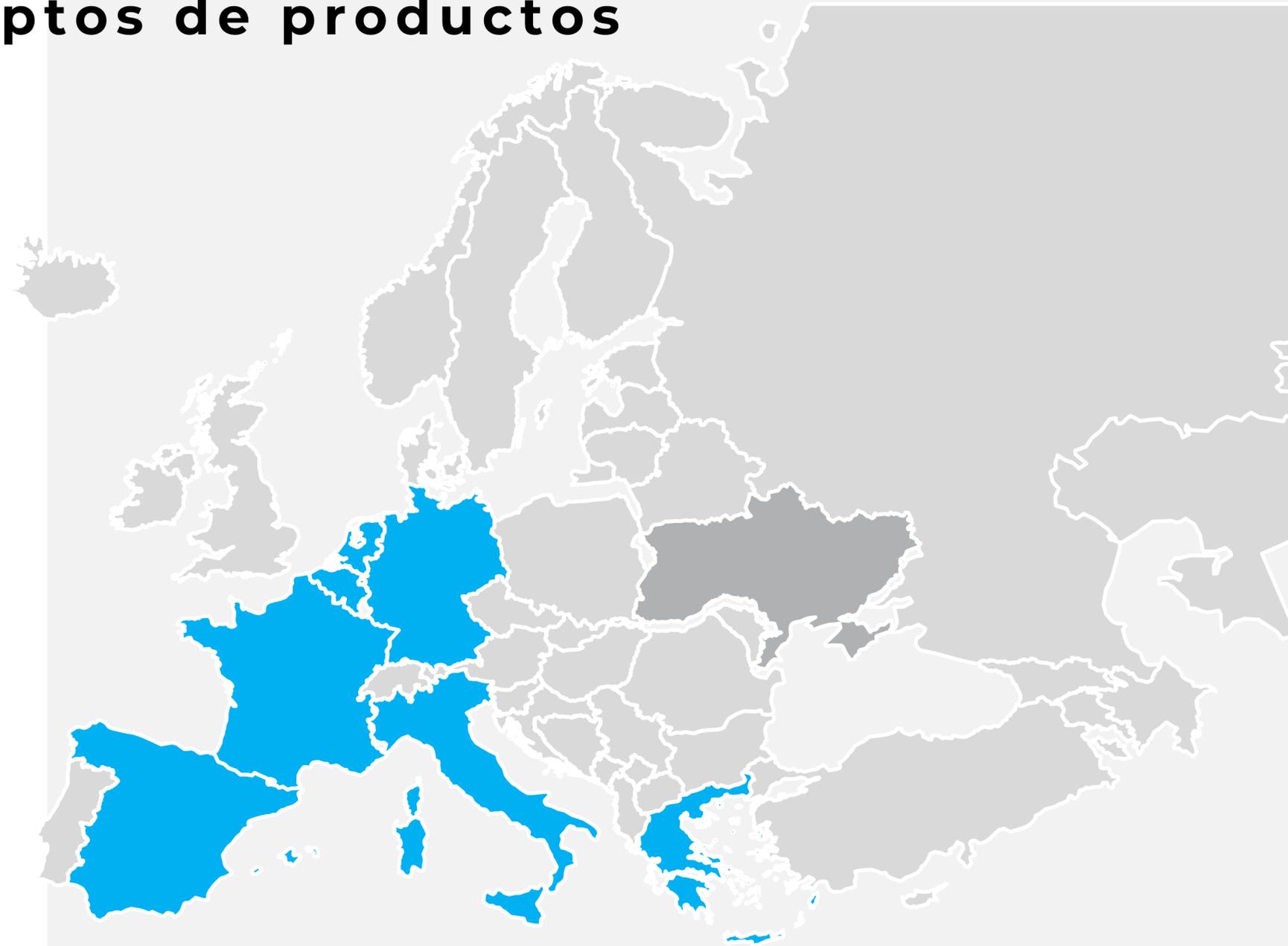
Objetivo:

Desarrollar nuevas ideas de productos para las especies de acuicultura, incorporando las opiniones de los agentes que integran la cadena de valor de la acuicultura (Market Advisory Group).

- **Productores de pescado**
- **Procesadores**
- **Comercializadores (distribución, horeca)**
- **Organizaciones de consumidores y profesionales**

Participación en entrevistas y actividades de cocreación para:

Identificación de tendencias actuales y futuras del mercado de la acuicultura, expectativas y necesidades del consumidor y generación de nuevas ideas de productos.

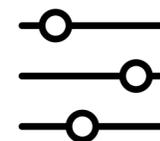


Metodología utilizada



24 ENTREVISTAS

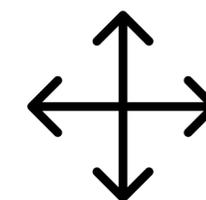
Representantes
de la cadena de
valor del sector
de acuicultura



3 TEMÁTICAS

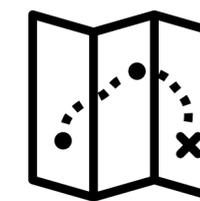


Mercado.
Consumidor.
Tendencias.



4 PERFILES

1. Productores
2. HORECA
3. Asociaciones
4. Distribución.



7 PAÍSES

España, Grecia,
Alemania,
Francia, Italia,
Holanda,
Belgica

RESULTADOS
ENTREVISTAS
MARKET
ADVISORY
GROUP

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



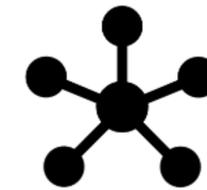
MERCADO

- Situación actual
- Evolución en los últimos 5 años



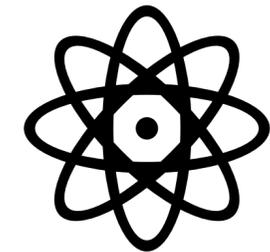
CONSUMIDOR

- Drivers de consumo.
- Cambios en las expectativas y demandas del consumidor.

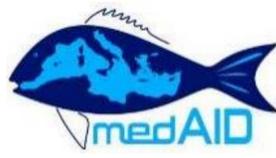


TENDENCIAS

- Valoración de tendencias.
- Tendencias emergentes.



CONCLUSIONES



SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

MERCADO

➤ LENTO CRECIMIENTO EN EL MERCADO DE LA ACUICULTURA EN EUROPA:

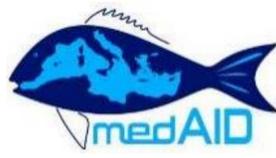
Precios asequibles e incluso considerados “bajos precios” de producto

Mejora de la actitud de los consumidores en relación al producto procedente de la acuicultura

Diversidad de producto, formatos y especies

Más opciones diferentes de productos de alto valor añadido

Disponibilidad de producto a lo largo de todo el año



EVOLUCIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS:

MERCADO

MERCADO DEL PESCADO

- Aumento de la oferta de Lubina y Dorada.
- Globalización: extensión de los canales de distribución.
- La creciente demanda de productos pesqueros procesados / de alto valor añadido (productos de conveniencia, listos para comer de manera rápida y fáciles de cocinar).
- La necesidad de diferenciar los productos por países para adaptarse a las necesidades específicas de cada consumidor.
- Controles de calidad y seguridad más estrictos.
- Mayor disponibilidad de producto a precios asequibles.
- Creciente importancia de las proteínas de pescado para la dieta.
- Campañas de comunicación más efectivas.



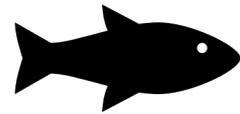
MERCADO DEL PESCADO DE ACUICULTURA

- ✓Desarrollos de I+ D en distintos aspectos: diversificación de productos, packaging, vida útil, conveniencia, procesamiento / tecnologías).
- ✓Mayor calidad y seguridad de los productos de acuicultura.
- ✓“Sostenibilidad” (medio ambiente, certificaciones regionales, ecológicas, bienestar, etiquetado).

■ Productores/procesadores ■ HORECA ■ Organizaciones/Asociaciones ■ Distribución



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



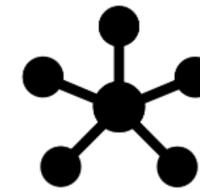
MERCADO

- Situación actual
- Evolución en los últimos 5 años



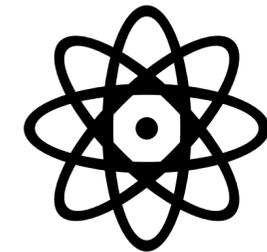
CONSUMIDOR

- Drivers de consumo.
- Cambios en las expectativas y demandas del consumidor.



TENDENCIAS

- Valoración de tendencias.
- Tendencias emergentes.



CONCLUSIONES



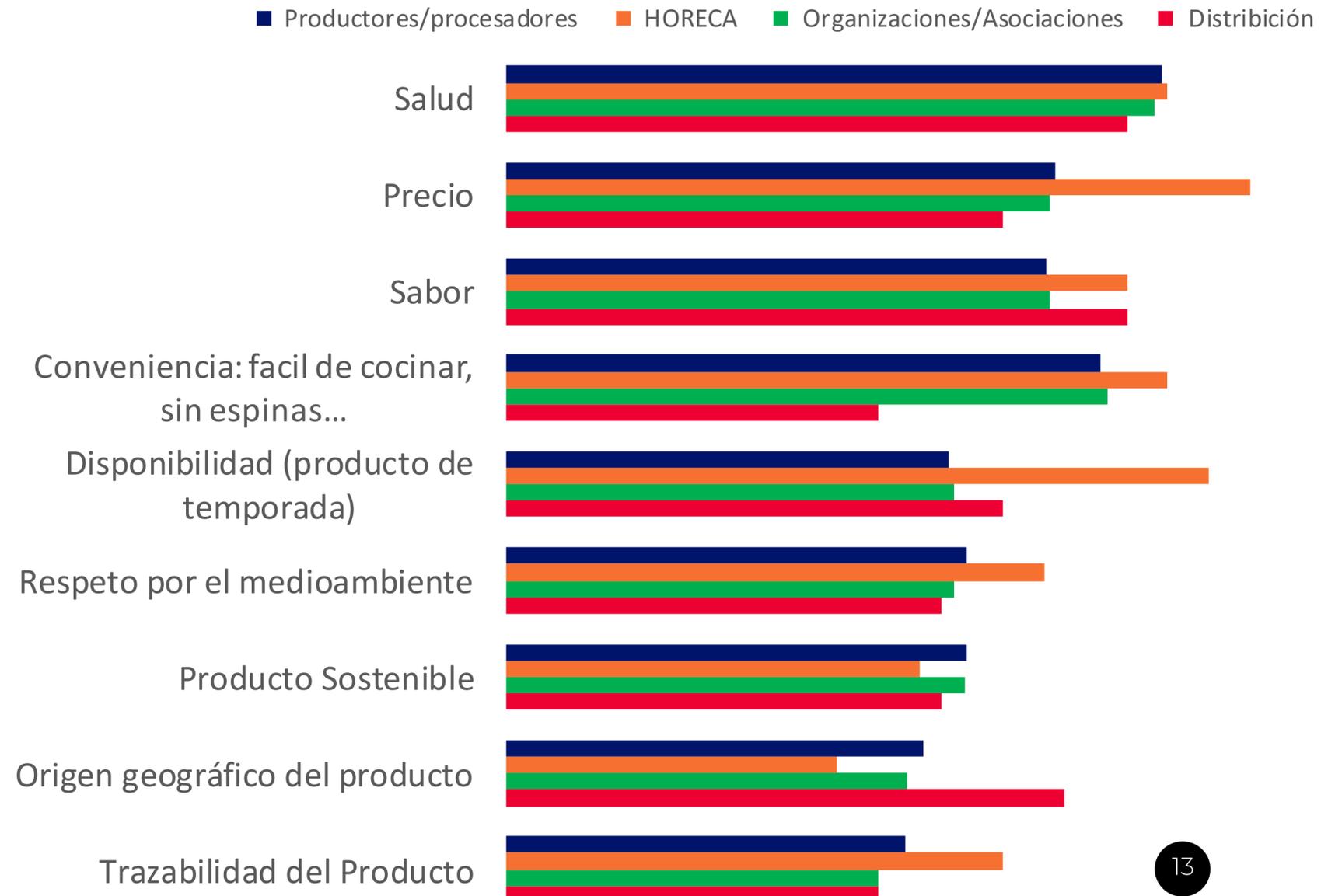
CONSUMIDOR

DRIVERS DE CONSUMO

➤ Motivaciones clave para el consumidor:



A la hora de elegir un producto de acuicultura, ¿qué importancia conceden a los siguientes factores los consumidores?





CONSUMIDOR

CAMBIOS EN LAS EXPECTATIVAS Y DEMANDAS DEL CONSUMIDOR

Creciente demanda de productos con mayor control y seguridad, trazabilidad, que respete a los animales y sostenibles.

Productos de conveniencia y con alto valor añadido(ej: filetes en porciones individuales con guarnición atractivas, nutritivas y , acompañamientos con sabores naturales)

Amplio abanico de productos y gama de precios.

Gran valor a la salud y al valor nutricional.

Búsqueda de productos sin aditivos.

Nuevos canales de distribución.

Cambio positivo en la actitud de los consumidores hacia los productos de acuicultura basado en un mejor conocimiento sobre sus beneficios.

Mejora en la información al consumidor sobre producto y método de producción.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



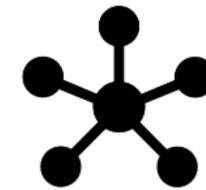
MERCADO

- Situación actual
- Evolución en los últimos 5 años



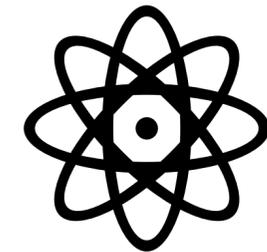
CONSUMIDOR

- Drivers de consumo.
- Cambios en las expectativas y demandas del consumidor.



TENDENCIAS

- Valoración de tendencias.
- Tendencias emergentes.



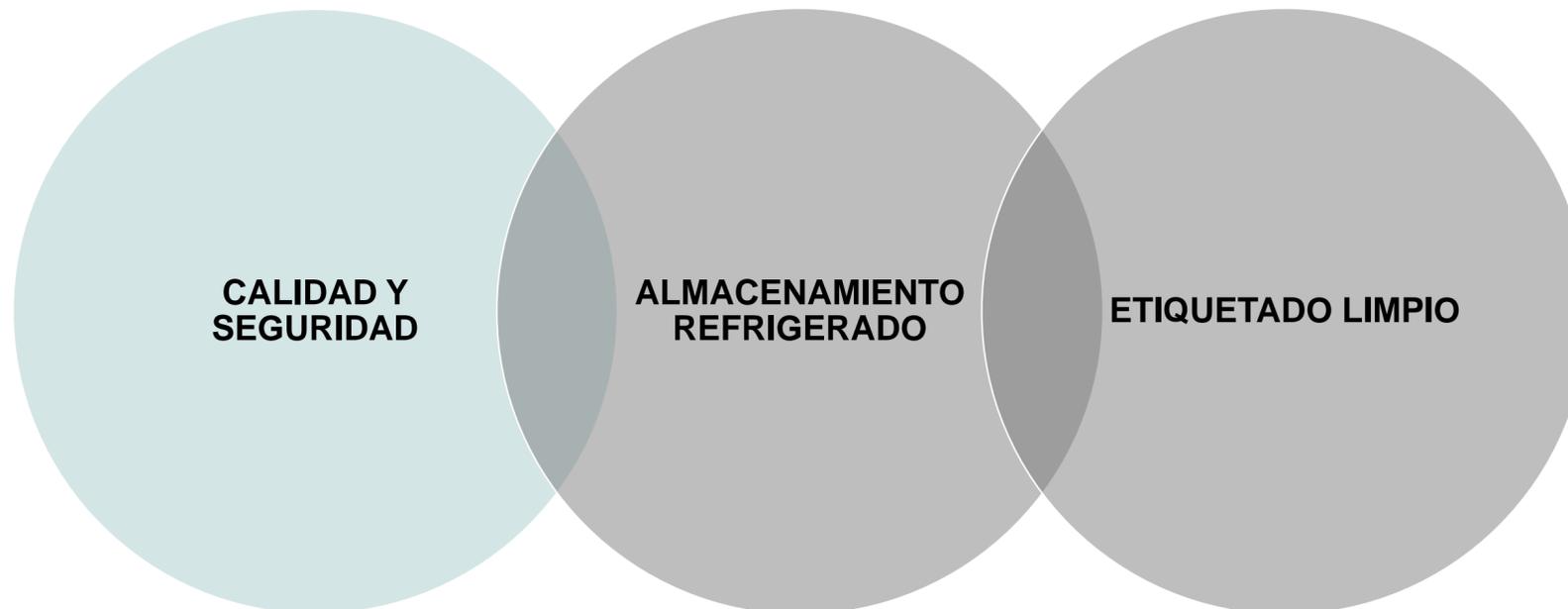
CONCLUSIONES



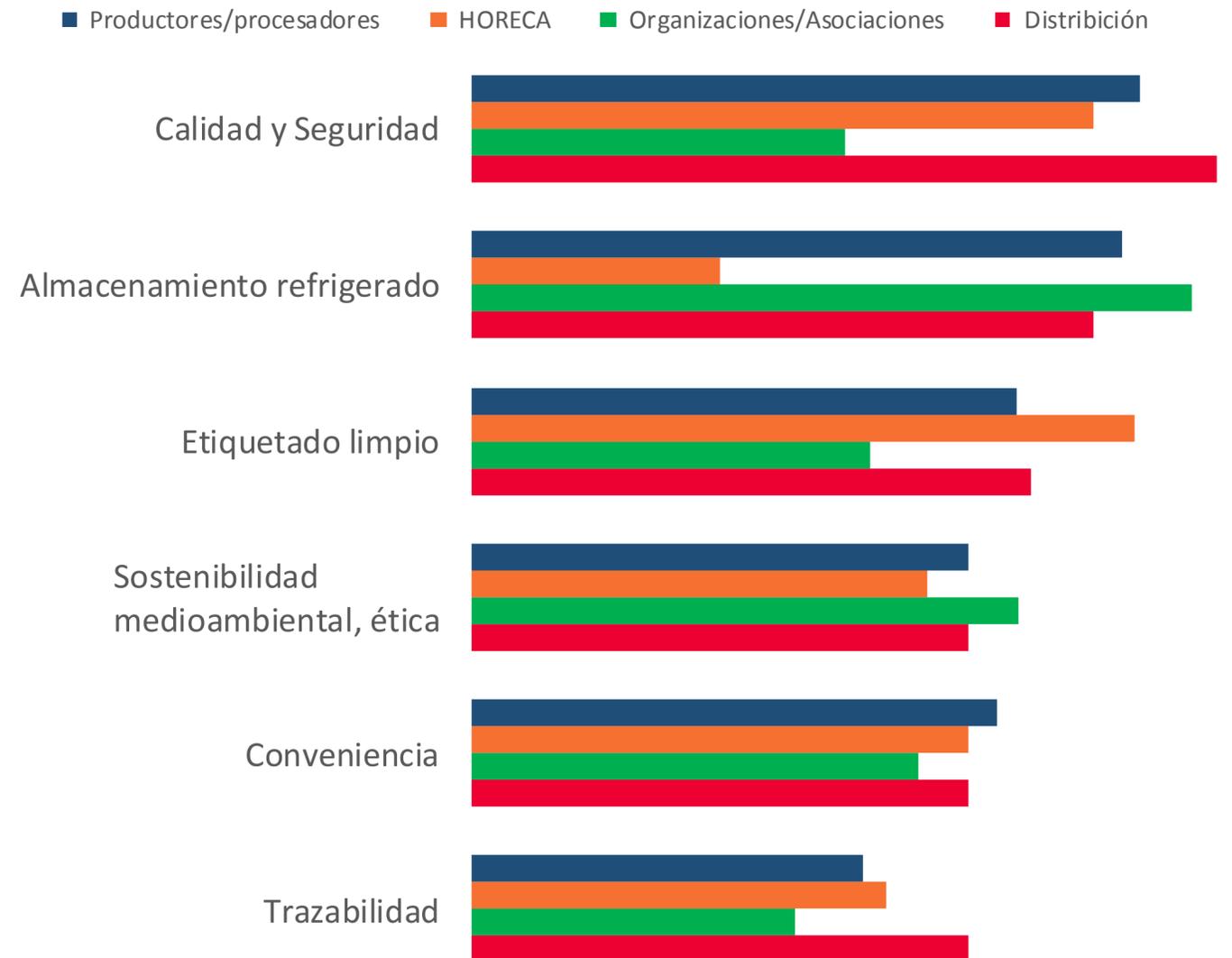
VALORACIÓN DE TENDENCIAS.

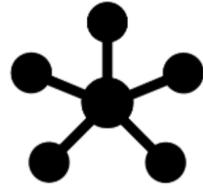
TENDENCIAS

➤ Tendencias clave:



Evaluación de las tendencias específicas





TENDENCIAS EMERGENTES

TENDENCIAS



- El consumo de **productos de tipo oriental** como el estilo sushi.
- El impulso de la **compra on line** para responder directamente a las demandas consumidor.
- Desarrollo de productos "ad hoc"**, formatos soluciones específicas y adaptadas cada necesidad (sin espinas, porciones individuales, con diferentes cortes, coberturas,...).
- La internacionalización** de las empresas.
- El aumento de la **demanda de proteínas de pescado**.
- El hecho de que la **presencia de parásitos y metales pesados** sea cada vez más importante para los consumidores, posiblemente conlleve **una actitud más favorable** hacia el pescado de cultivo en un futuro cercano.
- Introducción de nuevas especies** de pescado en el mercado minorista.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



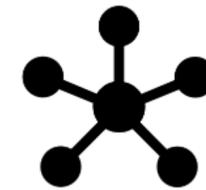
MERCADO

- Situación actual
- Evolución en los últimos 5 años



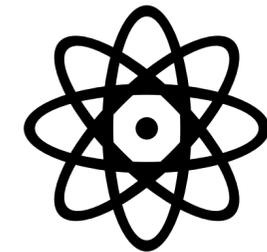
CONSUMIDOR

- Drivers de consumo.
- Cambios en las expectativas y demandas del consumidor.

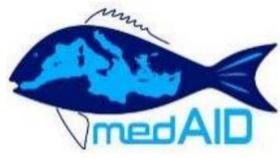


TENDENCIAS

- Valoración de tendencias.
- Tendencias emergentes.



CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

- Existe un acuerdo sobre el lento crecimiento del mercado de la acuicultura en Europa relacionado con unos precios más asequibles y el cambio en la actitud de los consumidores.
- En este mercado, los aspectos clave son: el desarrollo de nuevos productos basados en I + D asociados a la diversificación de productos, sostenibilidad, el packaging, la vida útil, la comodidad y el procesamiento con nuevas tecnologías.
- Los principales drivers de consumo para elegir productos de acuicultura son aquellos relacionados con el Cuidado de la salud y conveniencia (cocción fácil, sin espinas y productos de alto valor añadido), una creciente demanda de mayor calidad y seguridad alimentaria, y aspectos como la trazabilidad, bienestar animal y sostenibilidad.
- La calidad y la seguridad son requisitos esenciales cuando se trata de productos de acuicultura.



esantacruz@azti.es

Para más información sobre cómo AZTI puede ayudarte, puedes encontrarlos en:

SUKARRIETA
Txatxarramendi ugartea
z/g 48395 - Sukarrieta
(Bizkaia)



+34 94 657 40 00

PASAIA
Herrera Kaia, Portualdea
z/g 20110 - Pasaia
(Gipuzkoa)



info@azti.es

DERIO
Astondo Bidea, Edificio
609 - Parque Tecnológico
de Bizkaia 48160 - Derio
(Bizkaia)



www.azti.es

MUCHAS GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN

ELENA SANTA CRUZ, IRENE PERAL, BEGOÑA ALFARO, KAREN BRUNSO, VIOLETA STANCU, ATHANASIOS KRYSTALLIS, LUIS GUERRERO4, ANNA CLARET.