

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

*Elena Santa Cruz*¹, *Irene Peral*¹, *Begoña Alfaro*¹, *Karen Brunsø*², *Violeta Stancu*², *Athanasios Krystallis*³, *Luis Guerrero*⁴, *Anna Claret*⁴. *1AZTI-Tecnalia, Bizkaia (España); 2Aarhus University, Aarhus (Dinamarca); 3 Hellenic Centre for Marine Research, Atenas (Grecia); 4IRTA, Tecnología de Alimentos, Monells (España)*

Abstract

Mediterranean aquaculture industry faces new challenges in an increasingly globalized market with competitiveness as the key factor and in which innovations in the supply chain are as important as innovations in production. With and increasing fish demand aquaculture will be the clearly most important seafood production technology in next years. The changes that the European consumer is experiencing in terms of new lifestyles, trends and habits in food purchasing and consumption, and others as increasing food environmental awareness, are influencing the development of innovations in the food market regarding new products concepts but also affecting production and market strategies and commercialization channels. In the frame of MedAID project and in order to identify aquaculture products and market requirements of stakeholders; farmers, processors, retailers, caterers, consumer organizations and commercial experts in aquaculture, personal interviews and on-line questionnaires were approached collecting their opinions on current aquaculture market and trends, consumers drivers for aquaculture seafood choices and evaluation of trends on seafood market for the future.

Resumen

La industria de la acuicultura mediterránea afronta nuevos retos en un mercado cada vez más globalizado, con la competitividad como factor clave y en el que las innovaciones en la cadena de valor son tan importantes como las innovaciones en producción. El aumento creciente de la demanda de pescado convertirá a la acuicultura, en la más importante tecnología de producción de pescado en los próximos años. Los cambios que el consumidor europeo está experimentando en términos de nuevos estilos de vida, tendencias y hábitos en los modos de compra y consumo de alimentos, y el aumento de la concienciación medioambiental, están influenciando el desarrollo de innovaciones en el mercado alimentario en lo que respecta a nuevos conceptos de productos, estrategias de producción y mercado y canales de comercialización. En el marco del proyecto MedAID y para identificar las necesidades de mercado y productos de los agentes que integran la cadena de valor (productores, transformadores, comercializadores, organizaciones de consumidores y expertos comerciales en acuicultura), se realizaron entrevistas personales y cuestionarios recogiendo sus opiniones sobre el mercado de acuicultura y su situación actual, motivaciones de compra y la evaluación de futuras tendencias.

Justificación

El objetivo de este trabajo es recoger la visión y opiniones de los agentes que participan en la cadena de valor de la acuicultura a través de entrevistas diseñadas específicamente para recoger sus opiniones sobre el presente y futuro del mercado, productos y tendencias de la acuicultura.

Material y métodos

Se diseñó a partir de los datos extraídos de la revisión bibliográfica sobre datos y tendencias del mercado de la acuicultura en Europa (Globefish, Euromonitor, Eurofish, FAO, Eumofa), y lanzamiento de productos (Mintel gnpd) en los últimos años, una Guía de discusión adaptada al perfil de cada agente de valor entrevistado: productores y transformadores, sector Horeca, sector Retail y Organizaciones de consumidores/Asociaciones profesionales. Un total de 24 participantes de distintos países de la Unión Europea (España, Grecia, Francia, Alemania, Italia, Países bajos, Portugal y Bélgica) colaboraron en el estudio. Se incluían una serie de preguntas abiertas, semiabiertas y cerradas, sobre los siguientes temas clave: mercado de la acuicultura, (evolución y expectativas), consumidores (tendencias y factores que influyen en las opiniones, creencias y elección de productos de acuicultura) y finalmente tendencias específicas del mercado de acuicultura.

Resultados y discusión

Como resultado, los agentes coinciden en la existencia de un crecimiento (lento) del mercado de la acuicultura en Europa que está relacionado con precios asequibles y un cambio en las actitudes de los

consumidores. En este mercado, la sostenibilidad, los desarrollos de R&D asociados a la diversificación, la conveniencia y las tecnologías de procesado destacan como temas clave.

Las principales motivaciones del consumidor (Fig. 1) para elegir productos de la acuicultura, incluyen las relacionadas con la salud y la conveniencia (fácil cocinado, productos de alto valor añadido y sin espinas) y hay una demanda creciente de aspectos como la calidad, trazabilidad, bienestar animal y sostenibilidad. Los *stakeholders* señalaron igualmente que para los consumidores europeos la calidad y la seguridad son esenciales para los productos de la acuicultura. Además, mencionaron entre otras tendencias incipientes el consumo de productos orientales tipo sushi, el comercio on-line como vía de personalización de productos para el consumidor y el desarrollo de soluciones específicas para diferentes segmentos de consumidores.

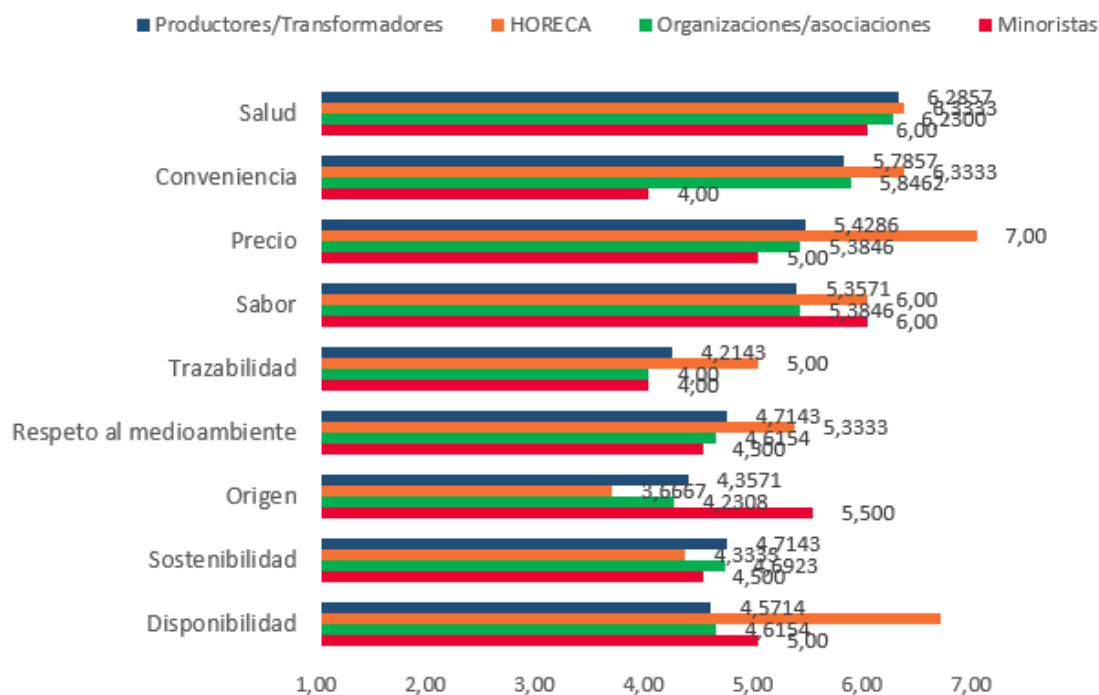


Figura 1. Motivaciones del consumidor para la elección de productos de acuicultura; Grado de importancia de los distintos factores para los consumidores

Esta recopilación permitió identificar mejores soluciones orientadas al mercado para cada tipo de especies de peces objeto de estudio del proyecto MEDAID, y así conseguir en última instancia, nuevos productos, de valor añadido, hechos a medida para satisfacer las necesidades de diferentes perfiles de consumidores (niños, adultos mayores, gourmet / premium, étnicos, etc.), y adaptados a las necesidades de los diversos canales de comercialización.

Agradecimientos.

Agradecemos la participación activa de todos los agentes integrantes de la cadena de valor de la acuicultura en este estudio. Estudio financiado por la Unión Europea (programa H2020), *Grant agreement 727315*.