O.J.D.: 4797
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 13571 €
Área: 2558 cm2 - 518%

ARAL
REVISTA DEL GRAN CONSUMO

Fecha: 01/08/2013
Sección: REVISTA
Páginas: 56-61

ESTUDIO DE MERCADO

Congelados de pescado y marisco

Foto: 123RF

¡¡TIRITANDO!!

EL MERCADO DESCIENDE UN 3,3% EN VALOR Y UN 3,4% EN VOLUMEN

Vuelta a los datos negativos. El mercado de pescado y marisco congelado volvió a teñirse de rojo en el TAM de mayo de 2013, según datos de la consultora IRI, tras sufrir un descenso en valor del 3,3%, retrocediendo hasta los 719,8 millones de euros y del 3,4% en volumen (111.951 toneladas). Un nivel de ventas en valor similar al de 2011 y 3.000 toneladas menos en volumen que hace dos años. Las dos categorías que componen el registraron caídas, principalmente la de pescado y marisco sin preparar, que descendió un 3,6% en valor y un 3,6% en volumen. Volver a la senda del crecimiento pasa por seguir mejorando la percepción que el consumidor tiene de estos productos y por incidir en mayor medida en la innovación, con formatos adaptados a los nuevos consumidores. Por su parte, la Marca de Distribuidor (MDD) siguió acaparando mayores ventas, tanto en valor como en volumen, en ambas categorías.

Por **Javier Liberal**

El mercado de pescado y marisco congelado volvió a caer en datos negativos en el TAM de mayo de 2013 tras su paso por ambientes más positivos en el periodo anterior. Según datos de la consultora IRI, este mercado sufrió un descenso en valor del 3,3%, retrocediendo hasta los 719,8 millones de euros (nivel similar a 2011) y del 3,4% en volumen (111.951 toneladas, tres mil menos que hace dos años). Las dos categorías que componen el mercado de pescado y marisco congelado registraron caídas.

Principalmente la de pescado y marisco sin preparar (la de mayor participación en el total), que descendió un 3,6% en valor (628,3 millones de euros) y un 3,6% en volumen (94.414 toneladas). La categoría de pescado y marisco preparado también redujo sus números en un 1,1% en valor (91,5 millones de euros) y en un 2,1 en volumen (17.537 toneladas).

En cualquier caso, se debe valorar también que la evolución de las ventas de este mercado suele ir al alza desde el verano hasta los primeros meses del año, sufriendo pequeñas contracciones entre marzo y mayo (datos sobre los que se basa el presente informe –TAM mayo de 2013). Sin embargo, otros datos ya más actuales, como el del IAM junio de 2013 del Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, no invitan a ser

O.J.D.: 4797
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 13571 €
Área: 2558 cm2 - 518%

ARAL
REVISTA DEL GRAN CONSUMO

Fecha: 01/08/2013
Sección: REVISTA
Páginas: 56-61

MERCADO DE PESCADO Y MARISCO CONGELADO

Categoría	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Sin preparar	652.244.672	628.311.680	87,2%	-3,6%	97.963.152	94.414.544	84,3%	-3,6%
Preparado	92.660.720	91.575.096	12,8%	-1,1%	17.917.054	17.537.118	15,7%	-2,1%
TOTAL	**744.905.392**	**719.886.776**	**100%**	**-3,3%**	**115.880.206**	**111.951.662**	**100%**	**-3,4%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

MERCADO DE PESCADO Y MARISCO CONGELADO SIN PREPARAR

Segmento	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Marisco	350.329.408	340.433.792	54,2%	-2,8%	50.449.904	48.194.444	51%	-4,5%
Pescado	268.051.200	255.771.120	40,7%	-4,6%	41.574.256	40.660.068	43,1%	-1,8%
Preparados	33.864.032	32.106.740	5,1%	-5,2%	5.938.991	5.560.043	5,9%	-6,3%
TOTAL	**652.244.672**	**628.311.680**	**100%**	**-3,6%**	**97.963.152**	**94.414.544**	**100%**	**-3,6%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

MERCADO DE PESCADO Y MARISCO CONGELADO PREPARADO

Segmento	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Marisco	50.478.240	50.667.940	55,3%	+0,3%	9.829.527	9.755.068	55,6%	0,7%
Pescado	42.182.480	40.907.168	44,7%	-3%	8.087.527	7.782.050	44,4%	-3,7%
TOTAL	**92.660.720**	**91.575.096**	**100%**	**-1,1%**	**17.917.054**	**17.537.118**	**100%**	**-2,1%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

optimistas ya que señalan una caída en el consumo de pescado congelado del 4,8% en volumen (hasta las 142.138 toneladas) y del 5,3% en valor (hasta los 898,5 millones de euros), situando el consumo per cápita en 3,08 kilos.

Pese el adjetivo de categoría refugio, con el que se calificaba a este mercado, para aquellos colectivos más sensibles a la crisis económica, o puntos positivos como la comodidad y rapidez de preparación o su mejor relación calidad-precio no se reflejan, al menos en esta ocasión en una evolución positiva. Pese a ello, fuentes del sector siguen apostando por un mercado que se adapta mejor a los nuevos estilos de vida y que cuenta con un algo potencial de crecimiento teniendo en cuenta sus niveles actuales de consumo en los perfiles de consumidores con mayor recorrido y teóricamente más permeables a estos productos. Aunque volver a la senda del crecimiento pasa también por seguir mejorando la percepción que se tiene de ellos frente a los productos frescos y por incidir en mayor medida en la innovación, con formatos adaptados a los nuevos consumidores, recetas nuevas a precios contenidos o, en otro orden de cosas, con la aparición de nuevas especies en nuestro mercado que permitan sustituir a otras con alto precio en origen. Y sin tampoco con ello menospreciar el esfuerzo que la industria está haciendo en la dirección por cambiar la percepción del consumidor,

O.J.D.: 4797
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 13571 €
Área: 2558 cm2 - 518%

ARAL
REVISTA DEL GRAN CONSUMO

Fecha: 01/08/2013
Sección: REVISTA
Páginas: 56-61

EL CONGELADO, UN MERCADO CON GRAN POTENCIAL DE CRECIMIENTO

El conjunto del mercado de productos congelados incrementó su volumen de ventas en un 1,1% (hasta las 853.000 toneladas) aunque experimentó un descenso en valor del 1,6% (hasta 3.973 millones de euros), con un volumen de compra media de 52 kilos. Según la consultora KantarWorldPanel, el incremento del consumo de estos productos se produce únicamente por crecimiento vegetativo, en paralelo al aumento de la población (1%). Por otro lado, y a pesar de que la Marca de Distribuidor crece en este mercado a un menor ritmo que en el resto de la alimentación, gana terreno al aumentar su valor en un 4,4% y pasar de un cuota del 29% en 2011 al 30,8% en 2012.

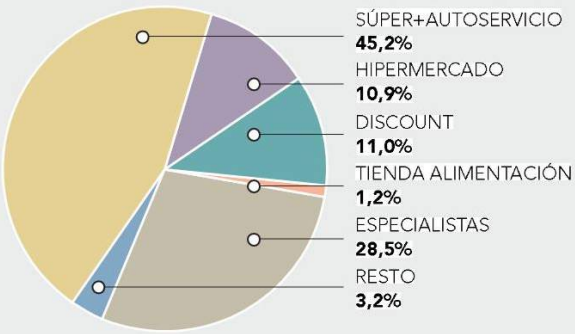
En cualquier caso, y pese a la trayectoria negativa del pescado y marisco congelado (-4,3%), el de congelados es un mercado con gran potencial de crecimiento por la diferencia que aún existe entre el consumo de fresco y de congelado, además de por ser las parejas jóvenes con hijos pequeños las que menor consumo per cápita de productos congelados realizan semanalmente (15,3 kilos).

Según la consultora, todos estos datos descubren cuáles son los puntos sobre los que hay que incidir para que el mercado mejore sus cifras. En primer lugar, mejorar la imagen de estos productos, especialmente entre los jóvenes, ya que su percepción sobre la calidad de los mismos ha ido descendiendo desde el 55% que en 2010 consideraba que era igual de buena que la de los frescos, al 53% en 2011 y al 51% en 2012. La peor imagen la tienen los jóvenes independientes (40%), las parejas jóvenes sin hijos (44%) y las parejas con hijos pequeños (48%), frente a la media del 51%.

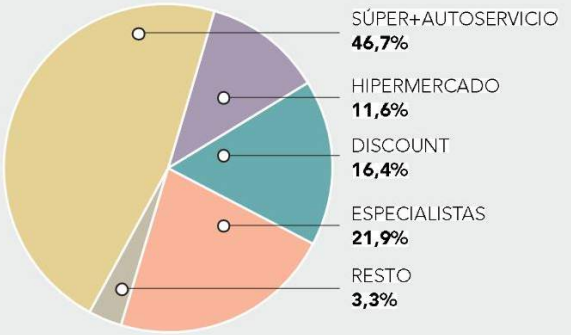
Y por otro lado, nos encontramos con la innovación y el potencial que estos productos tienen para incidir en cuestiones claves para el consumidor actual, como son el placer y la comodidad.

CUOTA DE MERCADO POR CANALES

PESCADO Y MARISCO NO PREPARADO



PESCADO Y MARISCO PREPARADO



TAM1 2013 / Fuente KantarWorldPanel / ARAL

con nuevas fórmulas para preservar el sabor y la calidad sin aditivos artificiales ni tratamientos térmicos de estos productos.

Por su parte, la Marca de Distribuidor (MDD) siguió acaparando mayores ventas, tanto en valor como en volumen, en ambas categorías. En la de pescado y marisco congelado sin preparar, la cuota de mercado de la MDD llegó en el TAM analizado al 59,1% del valor (371,7 millones de euros) y al 63,7% del volumen (60.184 toneladas). Mientras que en la de pescado y marisco congelado preparado, esos datos se dispararon hasta el 63,1% del valor (57,8 millones de euros) y el 65,8% del volumen (11.548 toneladas).

Descenso en todas las categorías

Los descensos de este mercado los sufrieron las dos categorías que lo componen. En la de pescado y marisco sin preparar, todos los segmentos experimentaron también caídas importantes. El marisco sin preparar (que tiene un peso superior al 50% de la categoría) alcanzó un valor de ventas de 340,4 millones de euros y un volumen de 48.194 toneladas, lo que supone un retroceso

O.J.D.: 4797
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 13571 €
Área: 2558 cm2 - 518%

ARAL
REVISTA DEL GRAN CONSUMO

Fecha: 01/08/2013
Sección: REVISTA
Páginas: 56-61

CONXEMAR ABRIRÁ SUS PUERTAS CON UN 32% MÁS DE EXPOSITORES

Los próximos días 1, 2 y 3 de octubre se celebra en el IFEVI, el recinto ferial de la ciudad de Vigo, la décimo quinta edición de la Feria Internacional de Productos del Mar Congelados (Conxemar) que organiza anualmente la Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de la Pesca y Acuicultura.
Al certamen, que desde su primera edición ha crecido de forma constante en visitantes y expositores consolidándose como una de las más importantes del mundo en el sector de productos de la pesca, está previsto que acudan un 32% más de expositores que en la edición anterior, procedentes de 26 países que ocuparán una superficie expositiva de 31.500 metros cuadrados.
En su última edición, Conxemar recibió a cerca de 25.000 visitantes procedentes de un total de 87 países, y atrajo a un total de 475 expositores de 33 países. El volumen de negocio estimado que se generó en esa edición se acercó a los 1.000 millones de euros, el equivalente a un mes de ventas de las empresas expositoras.

del 2,8% y del 4,5% en valor y volumen respectivamente. En este caso, los datos fueron "maquillados" gracias al buen comportamiento de su principal subsegmento, el de gamba y gambón, que avanzó un 4,3% en el valor de ventas (hasta alcanzar los 105,3 millones de euros) y un 1,4% en volumen (11.959 toneladas). El apoyo dado por el calamar, la otra excepción, que creció un 22,3% en valor (hasta los 5,7 millones de euros) y un 23% en volumen (764 toneladas) -aunque su escaso protagonismo resto valor a sus avances- no impidió unos datos generales negativos sustentados en el resto de subsegmentos. Así, el langostino (el segundo en importancia) vio descender sus ventas en valor en un 10,8% (de 100,4 a 89,5 millones de euros) y en volumen un 12,6% (pasando de 13.242 a 11.573 toneladas). Los surimis (que aporta el 10,8% del valor total y el 6,8% del volumen) también cayeron en un 8% (36,9 millones de euros) y un 7% (10.487 toneladas).
Por su parte, el pescado congelado sin preparar retrocedió un 4,6% en el valor de ventas (de 268 a 255,7 millones de euros) y un 1,8% en volumen (hasta las 40.660 toneladas). En este caso, el

O.J.D.: 4797
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 13571 €
Área: 2558 cm2 - 518%

ARAL
REVISTA DEL GRAN CONSUMO

Fecha: 01/08/2013
Sección: REVISTA
Páginas: 56-61

MERCADO DE PESCADO CONGELADO SIN PREPARAR POR SUBSEGMENTOS

Subsegmento	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Merluza	138.386.576	135.963.936	53,2%	-1,7%	20.192.810	19.888.132	48,9%	-1,5%
Bacalao	46.198.780	35.657.352	13,9%	-22,8%	4.441.029	3.344.158	8,2%	-24,7%
Lenguado	654.689	568.025	0,2%	-13,2%	59.447	50.350	0,1%	-15,3%
Resto	82.811.168	83.581.776	32,7%	+0,9%	16.880.970	17.377.424	42,7%	+2,9%
TOTAL	**268.051.200**	**255.771.120**	**100%**	**-4,6%**	**41.574.256**	**40.660.068**	**100%**	**-1,8%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

MERCADO DE MARISCO CONGELADO SIN PREPARAR POR SUBSEGMENTOS

Subsegmento	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Gamba y gambón	100.995.792	105.379.256	31%	+4,3%	11.789.157	11.959.799	24,8%	+1,4%
Langostino	100.447.960	89.552.152	26,3%	-10,8%	13.242.089	11.573.482	24%	-12,6%
Surimis	40.158.828	36.910.744	10,8%	-8%	11.276.733	10.487.531	21,8%	-7%
Sucedáneo angula	38.361.688	36.719.088	10,8%	-4,3%	3.484.286	3.293.667	6,8%	-5,5%
Cigala	9.575.090	8.462.231	2,5%	-11,6%	741.097	669.953	1,4%	-9,6%
Calamar	4.689.060	5.737.347	1,7%	+22,3%	622.024	764.996	1,6%	+23%
Resto	56.100.992	57.672.976	16,9%	+2,8%	9.294.522	9.445.014	19,6%	+1,6%
TOTAL	**350.329.408**	**340.433.792**	**100%**	**-2,8%**	**50.449.904**	**48.194.444**	**100%**	**-4,5%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

MERCADO DE PESCADO CONGELADO PREPARADO POR SUBSEGMENTOS

Subsegmento	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Merluza	37.309.068	36.220.212	88,5%	-3%	7.387.581	7.105.056	91,3%	-3,8%
Bacalao	917.329	938.516	2,3%	+2,3%	182.464	176.565	2,3%	-3,2%
Resto	3.956.084	3.748.438	9,2%	-5,2%	517.482	500.430	6,4%	-3,3%
TOTAL	**42.182.480**	**40.907.168**	**100%**	**-3%**	**8.087.527**	**7.782.050**	**100%**	**-3,7%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

MERCADO DE MARISCO CONGELADO PREPARADO POR SUBSEGMENTOS

Subsegmento	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Calamar	29.504.154	31.117.588	61,4%	+5,4%	6.595.807	6.771.677	69,4%	+2,6%
Surimi		12.176.523	11.034.999	21,8%	-9,3%	2.300.173	2.083.512	21,4%
Gamba	3.364.748	2.677.797	5,3%	-20,4%	345.848	266.987	2,7%	-22,8%
Otros	5.432.815	5.837.553	11,5%	+7,4%	587.699	632.892	6,5%	+7,7%
TOTAL	**50.478.240**	**50.667.940**	**100%**	**+0,3%**	**9.829.527**	**9.755.068**	**100%**	**0,7%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

MERCADO DE PREPARADOS CONGELADOS POR SUBSEGMENTOS

Subsegmento	Valor 2012	Valor 2013	Cuota	Variac.	Vol. 2012	Vol. 2013	Cuota	Variac.
Paella	31.965.948	30.261.762	94,3%	-5,3%	5.663.125	5.295.135	95,2%	-6,5%
Sopa	1.898.083	1.844.978	5,7%	-2,8%	275.866	264.908	4,8%	-3,9%
TOTAL	**33.864.032**	**32.106.740**	**100%**	**-5,2%**	**5.938.991**	**5.560.043**	**100%**	**-6,3%**

TAM mayo 2013 / Vol. en kilos y valor en euros / Fuente IRI / ARAL

subsegmento de merluza (que supone el 53,2% de las ventas totales y el 48,9% del volumen) consiguió unos datos negativos contenidos, bajando un 1,7% en valor (135,9 millones de euros) y un 1,5% en volumen (19.888 toneladas), siendo el bacalao el que tiró hacia abajo con caídas del 22,8% en valor (de 46 a 35,6 millones de euros) y del 24,7% en volumen (hasta las 3.344 toneladas). Estos descensos restaron importancia al moderado avance experimentado por otras especies agrupadas en el apartado Resto, con incrementos del 0,9% en valor (83,5 millones de euros) y del 2,9% en volumen (17.377 toneladas).

Y por último, el segmento de Preparados, que bajó un 5,2% en valor (de 33,8 a 32,1 millones de euros) y un 6,3% en volumen (de 5.938 a 5.560 toneladas), tuvo su talón de aquiles en el subsegmento de

O.J.D.: 4797
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 13571 €
Área: 2558 cm2 - 518%

ARAL
REVISTA DEL GRAN CONSUMO

Fecha: 01/08/2013
Sección: REVISTA
Páginas: 56-61

paella que experimentó un descenso en valor del 5,3% (hasta los 30,2 millones de euros) y del 6,5% en volumen (de 5.663 a 5.295 toneladas).

Los preparados, más moderados

Como se ha señalado anteriormente, los descensos sufridos por la categoría de pescado y marisco congelado preparado fueron más moderados: un 1,1% en valor y un 2,1% en volumen. El segmento de marisco mantuvo el tipo con una evolución prácticamente plana, con un crecimiento del 0,3% en valor (50,6 millones de euros) y del 0,7% en volumen (9.755 toneladas). Para ello contó de nuevo con la aportación del subsegmento del calamar que experimentó subidas del 5,4% en valor (pasando de 29,5 a 31,1 millones de euros) y del 2,6% en volumen (hasta las 6.771 toneladas), y con el subsegmento Otros con crecimientos del 7,4% y del 7,7% en valor y volumen respectivamente. El resto cayó, el surimi un 9,3% en valor (hasta los 11 millones de euros) y un 9,4% en volumen (2.083 toneladas) y la gamba un 20,4% en valor y un 22,8% en volumen.

En cuanto al segmento de pescado congelado preparado, que cayó un 3% en valor (40,9 millones de euros) y un 3,7% en volumen (7.782 toneladas), se vio arrastrado por la merluza, el subsegmento de mayor peso, que descendió un 3% en valor (pasando de 37,3 a 36,2 millones de euros) y un 3,8% en volumen (de 7.387 a 7.105 toneladas).

En los súper y especialistas

La principal distribución de pescados y mariscos preparados y no preparados por canales tuvo dos formatos en común: los supermercados y el canal especialista, según los datos de la consultora KantarWorldPanel para el TAM1 de 2013.

En el primer caso, el de pescado y marisco preparado, los supermercados agruparon el 46,7% del valor total de las ventas de estos productos, seguidos por los especialistas con el 21,9%, los discount con el 16,4% y los hipermercados con el 11,6%. Similares datos se obtuvieron para el segmento de pescado y marisco no preparado, cuya mayor facturación se consiguió en los supermercados con un 45,2%, seguidos de los especialistas con un 28,5%, los discount con un 11% y los hipermercados con un 10,9%.

Por lo que respecta al número de compradores de pescado y marisco congelado no preparado, según esos mismos datos fueron un total de 15,4 millones (un 0,4% menos) que realizaron un gasto medio anual de 124,7 euros (-4,8%). La frecuencia de compra fue de 9,4 días (-4,1%) y el gasto por acto de compra de 13,2 euros (-0,8%). En el caso de los pescados y mariscos congelados preparados, los consumidores totales llegaron a los 9,6 millones, un 0,8% menos, con un gasto medio anual de 19,4 euros (+0,4%), una frecuencia de compra de 3,7 días y un gasto por acto de compra de 5,3 euros (-0,1%). ●