

# **DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE NUEVO DESARROLLO**

**AURORA DE BLAS CARBONERO**  
**Subdirectora General de Economía Pesquera**  
**Secretaría General de Pesca**

# PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS

ESTUDIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS (2007, 2009 Y 2011)

# LAS CONSERVAS

- El 14.8% de los consumidores no añadirían cambios o mejoras a las conservas, pero si nuevas preparaciones, mejora del sistema de fácil apertura y más productos bajos en sal.
- Se asocia con mayor calidad al vidrio, seguido del metal, y un porcentaje pequeño (2.1%) manifestaron su interés por los envases plásticos (bolsas).

# PRODUCTOS DE 4ª Y 5ª GAMA.

- El porcentaje de No consumidores se sitúa en el 40% tanto para refrigerados ya preparados o los enriquecidos o modificados.
- Los productos pesqueros refrigerados, son menos consumidos por las personas que trabajan en el hogar.
- Su introducción en el mercado español es aún discreta: el 32% de los hogares españoles son consumidores.
- Un 53% de los encuestados los considera poco saludables.

# PRODUCTOS CONGELADOS Y PREPARADOS.

- El 55,4% de los consultados usa los pescados preparados-rebozados como almacenamiento o como reserva, y el 44,6% para una ocasión muy concreta.
- El 66,8% compra elaborados por ser una solución rápida, mientras que en el caso de los crudos es por su sabor.
- El 58,6% decide en tienda la compra preparados (Compra por impulso)
- El 7,5 % compraría productos congelados que fueran más innovadores.
- Para el 29,1 % los productos congelados nuevos no están claramente señalizados en la sección correspondiente.

# COMPORTAMIENTO DE LA POBLACIÓN INMIGRANTE

- Los congelados preparados son los menos habituales su consumo.
- Los productos en conserva y elaborados presentan unos índices de desconocimiento del 30%.
- Las semiconservas se sitúan en torno al 40 % de compra ocasional.
- Los precocinados, surimi, pescado seco y ahumado, son los que presentan un mayor índice de introducción.

# “HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS EN LA POBLACIÓN ESPAÑOLA”

2011- Observatorio del Consumo y Distribución Alimentaria del MAGRAMA

- El canal preferido de compra de pescado fresco es el detallista tradicional, para los preparados o procesados son los super e hipermercados.
- Frecuencia media de consumo de pescado congelado/preparado/precocinado es de 3,5 días al mes.
- El consumo de productos congelados de marca blanca es del 36,7 %, y las marcas de fabricantes se sitúan en un 30,3 % de consumo

# ¿Cómo interviene la innovación en la distribución y comercialización de productos de nuevo desarrollo?

## DEFINICIÓN DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

“Es la actividad cuyo resultado es la obtención de nuevos productos o procesos, o mejoras sustancialmente significativas de las ya existentes.”

# Nuevo Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP)

- Periodo de vigencia 2014-2020
- Su filosofía: conseguir la sostenibilidad pesquera y la diversificación de sus economías.
- Dotación inicial de 6.500 millones de euros.
- Para incrementar el valor de los productos, entre otros objetivos, el nuevo Reglamento incorpora en su programación **medidas centradas en la innovación** para promover el desarrollo de nuevos o mejores productos, procesos y sistemas de gestión, así como organización en toda la cadena de valor. Igualmente, para fomentar la transferencia de conocimientos se potenciará la colaboración en materia de innovación entre investigadores y pescadores.

# Líneas específicas identificadas por el sector pesquero y acuicultura integradas en la Agenda Estratégica de Innovación (PTEPA) 2012-2020

## TECNOLOGÍAS DE TRANSFORMACIÓN

- Sistemas de recuperación y valorización de residuos y subproductos.
- Vida útil productos.
- Formación y Transferencia Tecnológica.
- Sistemas de detección (envases inteligentes, identificación de especies,...)
- Optimización de recursos y eficiencia energética.
- Nuevas especies y materias primas.
- Técnicas de conservación y tratamientos térmicos.

# Líneas específicas identificadas por el sector pesquero y acuicultura integradas en la Agenda Estratégica de Innovación (PTEPA) 2012-2020

## COMERCIALIZACIÓN

- Etiquetado y Trazabilidad.
- Automatización.
- Manipulación del producto.
- **Nuevos productos.**
- Eficiencia energética, residuos, subproductos, envases.
- **Nuevas estrategias de comercialización.**
- Envases y embalajes.
- Promoción del producto.

# Medidas Específicas previstas por el MAGRAMA en el Plan Estatal I+D+i a incluir en Horizonte 2020.

## INICIATIVAS ESPECÍFICAS DEL SECTOR PESQUERO

- Eficiencia energética en las embarcaciones pesqueras y en sus aparejos de captura y detección de especies.
- Desarrollo de nuevos productos pesqueros y especies acuícolas, incluyendo nuevas líneas y presentaciones.
- Piensos para la alimentación animal de la acuicultura.
- Desarrollo de nuevas tecnologías en la distribución de los alimentos.
- Aprovechamiento para consumo humano e industrial de algas.

**MUCHAS GRACIAS**



[adeblasc@magrama.es](mailto:adeblasc@magrama.es)