*Fernando González-Laxe**

ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE PESCADO EN ESPAÑA
Una reducción de la demanda y del gasto

España es uno de los principales países pesqueros europeos. Destaca no solo por la relevancia de su flota, empleo, producción e industrias, sino también por el consumo de productos pesqueros y de la acuicultura. Sin embargo, en los últimos años, los hábitos de consumo de dichos productos se han modificado y reducido de manera significativa.

El trabajo explica las variaciones en el comportamiento de la demanda y las oscilaciones en lo tocante a las preferencias del patrón alimentario español, en lo que atañe a los consumos de pescado fresco y congelado; a los de los mariscos, moluscos y crustáceos frescos y congelados; y a los productos procedentes de la industria de la conserva. Analiza los canales de distribución de dichas ventas y significa las preferencias de la demanda atendiendo a dichas formas de distribución.

Profundiza en las diferencias existentes entre los niveles de consumo y los niveles de gasto, y se reflejan las variaciones de los precios de las especies y los cambios más notables en lo que respecta a la organización logística de la distribución de los productos pesqueros en los mercados nacionales.

Palabras clave: comercio pesquero, consumo de pesca, demanda de pescado.
Clasificación JEL: E21, F13, Q33.

1. Análisis del consumo pesquero

La mundialización juega un papel cada vez más relevante en lo que respecta a la demanda, a los hábitos y a los gustos alimentarios. La progresiva introducción de nuevas formas de implantación de productos y la asunción de nuevas pautas culturales incrementan dicho apetito por el cambio y la renovación alimentaria (Asche *et al*., 2015). Ante esta situación, las dinámicas alimentarias se centran en afirmar que la mundialización alimentaria es el resultado de un proceso multisecular, que se va transformando, especializándose en ciertas fases y «aculturizándose» en otras.

Se pueden entrever seis conductas (Claquin *et al*., 2017). La primera es que la conducta alimentaria se globaliza al mismo tiempo que se diversifica. Es decir, las conductas definen los niveles de consumo (ya sean productos, ya sean cantidades), las prácticas sociales (referidas a los modos de aprovisionamiento y ▷

* Catedrático de Economía Aplicada.
Universidade da Coruña. Facultad de Economía y Empresa.
Versión de agosto de 2018.

normas de consumos) y las representaciones sociales (a través de conocimientos, valores e imágenes asociadas) de la alimentación. Se aprecia, asimismo, una clara tendencia hacia la uniformización de ciertos aspectos por mor de los mayores niveles de urbanización, de las nuevas condiciones de trabajo y del envejecimiento de la población.

Las transiciones alimentarias (medidas por medio de los productos, cantidades y equilibrios nutricionales) subrayan la convergencia y la industrialización de los sistemas alimentarios (Hedaey, 2011) que, asimismo, arrastran procesos de difusión a gran escala de los productos considerados globales y un progresivo distanciamiento de los productos locales. Sin embargo, la reivindicación de la alimentación particular y personalizada, basada también en productos de origen local y singulares, toma cuerpo y se manifiesta como una dinámica de patrimonialización de las prácticas individuales con el fin de proceder a defender/proteger lo local frente a lo global. En suma, se asiste a una confrontación entre modelos alimentarios y a una competencia entre tradición y patrimonio histórico (en ocasiones, vinculado a la identidad nacional) frente a una concepción muy internacionalizada y armonizada de gustos en términos globales.

La segunda conducta hace mención a la mayor dependencia del comercio internacional y a un mercado más globalizado (Ng & Aksoy, 2008). No hay duda de que el comercio internacional de productos alimentarios no ha dejado de crecer en los últimos años. Se afirma que se ha multiplicado por siete en el último medio siglo. Asimismo, el comercio mundial ha cambiado de centro de gravedad: ha pasado del norte al sur y del Atlántico al Pacífico. O sea, se ha producido un cambio muy notable en la geografía de los intercambios (Ghepart y Pace, 2015; Watson *et al*., 2017).

La tercera conducta hace referencia a la consolidación y a la reinvención de los nuevos paradigmas agroindustriales y a la mundialización de los modelos alternativos. O sea, las intensas dinámicas innovadoras junto a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación han contribuido a impulsar los niveles de consumo y han personalizado la publicidad y el *marketing* alimentario. Las preferencias de los consumidores se ven modificadas por las alteraciones derivadas de las nuevas técnicas de difusión de los productos que favorecen tanto la internacionalización de los sistemas como los comportamientos alternativos. Los nuevos alimentos y las innovadoras percepciones reemplazan a los dispositivos tradicionales. Dichos procesos innovadores se asocian a la presencia y continua referencia de centros de innovación mundiales, a plataformas internacionales, a grupos científicos o a redes de investigadores (Puma *et al*., 2015). Frente a ellos, se registran apuestas basadas en «resistencias contra tendencia», que enfatizan la revalorización regional y local, y los circuitos de proximidad. Llegan a plantear dinámicas que cristalizan como nuevos conceptos asociados a la agroecología o a la hibridación de convergencias de origen local y natural.

La cuarta tendencia se manifiesta por la emergencia de los riesgos sistémicos. Es decir, la mundialización genera problemas que pueden ser identificados tanto por el agotamiento de productos como por las consecuencias derivadas de la erosión genética, la pérdida de biodiversidad y la modificación de los regímenes ecosistémicos. Son, pues, riegos compartidos que requieren una movilización de los actores a nivel mundial. No hay duda de las interdependencias y de un nuevo mapa de la globalización de los riesgos. La mundialización de los sistemas alimentarios contribuye a ▷

modificar los niveles de riesgos, en algunos casos aumentándolos y en otros supuestos contribuyendo a su reducción (Cheung *et al*., 2013). Ello conduce a la existencia de problemas inéditos que se ven acompañados de riesgos sistémicos globales (un ejemplo de ello fue el episodio de la crisis de las vacas locas).

La quinta conducta es aquella que refleja la multiplicación de los actores y la hibridación de los modelos. La mundialización de los sistemas alimentarios viene a corresponder con el producto de las estrategias de los actores. Las empresas se van posicionando y los Estados reivindican un papel más relevante en las relaciones multilaterales. Los consumidores, por su parte, exigen más seguridad, abastecimiento y transparencia. La influencia de las firmas multinacionales es cada vez más creciente, y estas son capaces de estructurar cadenas de valor integradas (por medio de estándares globales y una mayor concurrencia entre territorios), de poseer una mayor influencia en las negociaciones internacionales y de lograr mayores niveles de concentración. De ahí las diversas composiciones organizativas y operativas en el campo de las industrias alimentarias, coexistiendo diferentes concepciones y desarrollos.

Finalmente, la sexta conducta refleja que el multilateralismo está en crisis y que la gobernanza está fragmentada. Cada país quiere y trata de hacer valer su voz y posición. Proliferan los acuerdos bilaterales y regionales más que los acuerdos globales. Se potencia la «diplomacia de club»; y se consolidan grupos de países (como el G20) de cara a implementar soluciones globales. En ocasiones, da la sensación que los organismos internacionales no llegan a desempeñar y a ejecutar las acciones globales incluidas entre sus objetivos.

También se afianzan iniciativas híbridas (nuevas alianzas por los alimentos, a través de organizaciones *ad hoc*, puntuales y localizadas en áreas determinadas y subrayadas por un número limitado de firmas multinacionales con actores locales) y se crean nuevos lugares para la discusión (foros específicos para abordar temas concretos o de lanzamiento de campañas de promoción o defensa) y para cooperación (plataformas para potenciar iniciativas o para remediar y mitigar problemas relacionados con el abastecimiento, la salubridad y las condiciones de explotación) (González-Laxe, 2012).

2. Las fases del consumo de productos pesqueros

Los hábitos de los consumidores evolucionan en función de las épocas. Asumen los cambios, se adaptan a las coyunturas y se atienen a las nuevas costumbres que operan en la sociedad. En la actualidad, la denominada «sociedad de consumo» es el resultado combinado de unas décadas de consumo de masas, de la introducción y aplicación del progreso e innovación tecnológica y de la irrupción de innovadores cambios sociales. Se observan cinco grandes periodos en lo tocante al consumo de productos pesqueros. Dichas fases están asociadas a los distintos acontecimientos socioeconómico-políticos que han contribuido a modificar los hábitos y las costumbres en el consumidor.

Primera fase: la generación del consumidor moderno (1950-1970). Después de la Segunda Guerra Mundial, el progreso técnico propició nuevos modos de producción más automatizados. Los mercados se encargaron de posibilitar que dicha oferta pudiera llegar a los consumidores. Además, la oferta superaba a las propensiones de la demanda. Ante estas situaciones, los productores trataban de subrayar y ▷

promover estrategias de diferenciación de sus productos. Con ese objetivo, comienza la fase de la publicidad en torno a los productos alimenticios y del *marketing* de dichos productos. En lo que atañe a los niveles de distribución se empieza a vislumbrar la presencia de los hipermercados y de una mayor proporción de mujeres en el mercado de trabajo. Ambas tendencias contribuyen a modificar tanto la estructura de las rentas salariales en los hogares como los tiempos de preparación de las comidas.

La segunda fase: la consolidación de la industria agroalimentaria (1970-1985). Corresponde a la edad de oro de las industrias de alimentación. El crecimiento económico de dicho periodo, llamado vulgarmente «los años gloriosos», está vinculado con un fuerte crecimiento de los poderes de compra de los ciudadanos, cuya manifestación más inmediata se traduce en una mayor generalización de los consumos. Se apuesta por la diversificación de los productos, dejando atrás el consumo de masas. Emerge como una gran innovación técnica el congelador y, con él, las nuevas formas de preparación y conservación de alimentos, generando la aparición de nuevos productos y una disminución del tiempo consagrado a la cocina. La bonanza económica aceleró el comercio exterior. Los productos importados coparon los hipermercados y la mundialización de los mercados alimentarios eliminaron la estacionalidad de ciertos productos. Los consumidores empezaron a perder sus vínculos y «aprecios territoriales de compromiso y pertenencia» con sus productos más próximos y tradicionales; desestacionalizando sus consumos y estandarizándose las ofertas mundiales, con lo que los consumos de productos frescos experimentaron un significativo descenso.

La tercera fase: la desconfianza en los productos alimentarios (1985-2000). Los años ochenta, del pasado siglo, marcan un hito y certifican un giro en las relaciones consumidor-industria. Los progresos técnicos concebidos y entendidos, hasta el momento, como positivos sufren un cambio en lo que respecta a la percepción por parte de los consumidores. Las principales causas de dichas modificaciones se centran en la sucesión de varias crisis alimentarias que abarcan varias especies y productos (vacas locas, contaminación por exceso de mercurio...), afectando a la práctica totalidad de los mercados. Apenas ningún país ha quedado al margen de dichas fases de incertidumbre y desconfianza. Los escándalos se suceden e influyen en los consumos. Los hábitos y las costumbres se alteran y se entra en una fase de sospechas y de crisis alimentarias que tienen como respuesta una modificación de las estrategias de las industrias agroalimentarias. Es entonces cuando se apuesta por el estrechamiento de los vínculos productos-salud. Emergen los productos «light», «bío», «natural», etcétera. Son las nuevas tendencias de consumo. Y la industria reclama una participación más intensa de los científicos de cara a plasmar las nuevas innovaciones. Hay un gran despliegue en la normativa relacionada con la seguridad alimentaria y se regresa a los aspectos vinculados al territorio en cuanto tratamos de poner en valor ciertos productos tradicionales y conocidos.

Cuarta fase: los cambios en el consumidor (2000-2008). Periodo en el que se asiste a grandes cambios respecto a la velocidad y a la versatilidad en lo que hace referencia a las costumbres de los consumidores. De una parte, se reduce en gasto en alimentación; de otra parte, se constatan nuevos cambios en la estructura de los hogares, ya sea en lo que concierne a las estructuras de las familias, a los niveles de desplazamiento casa-trabajo, a los índices de movilidad laboral, etcétera. ▷

TABLA 1
ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS FASES DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA PESQUERA Y LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS

Fases	Características	Generación	Periodos
Consumidor moderno	Progreso técnico. La oferta superaba a la demanda	Generación de la penuria y el racionamiento	1950-1970
Consolidación de la industria agroalimentaria	Años gloriosos. Fuerte crecimiento consumo productos	Generación de los refrigeradores	1970-1985
Desconfianza en los productos alimentarios	Crisis alimentarias. Emergen los productos naturales y sus vínculos con la salud: bío y *light*	Generación de los hipermercados	1985-2000
Cambios en el consumidor	Versatilidad y nuevas costumbres. Nuevas formas de adquisición (*e-commerce*). Productos nutricionales y predominio de marcas de distribución	Generación de los servicios alimentarios	2000-2008
De la crisis a la recuperación	Intensificación de los ritmos de vida. Demanda alimentaria atomizada y singular. Conciencia ecológica y trazabilidad	Generación low-cost	2008-2017
		Generación internet	2008-2017
		Generación nómada	2008-2017

Fuente: elaboración propia.

Se introducen, asimismo, varios conceptos clave en el campo de la nutrición, diferentes a los de antaño, al insistir en determinadas características nutricionales (omega-3, por ejemplo) y se subrayan los conceptos relacionados con la salud. La información al consumidor es cada vez mayor, de acceso gratuito y mundial (uso de internet, móvil, tecnología digital...). Estos cambios afectan a los hábitos de consumo y a las formas de adquisición de los productos pesqueros (*e-commerce*). Las «marcas de distribución» ganan cuota de mercado, al estar universalizadas, y dada la amplia difusión que se hace de ellas, entramos en un mundo de consumo global. Pero, al tiempo, se insiste en tres cuestiones relevantes: el concepto territorial, lo «bío» y lo «exótico».

Quinta fase: de la crisis a la recuperación (2008-2017). La crisis del año 2007 incidió sobremanera en los hábitos de los consumidores. De nuevo se presencian cambios muy notables que además se intensifican con los nuevos «modos de vida», que exigen, con mayor intensidad y más rapidez, mayores facilidades y mayores niveles de desestructuración de los productos alimenticios. La sociedad presenta comportamientos que reclaman mayores índices de movilidad laboral y de nomadismo, tanto en lo que se refiere a las personas como a la demografía empresarial (nacimiento, permanencia y disolución de empresa). Las nuevas ofertas de empleo muestran la elevada dispersión de los trabajadores y, en consecuencia, una demanda alimentaria muy singular y atomizada. Nace, pues, una nueva conciencia ecológica, basada en sistemas de consumo moderno, como la emergencia de comidas diferentes, particulares, singulares, individualizadas, en las que se constata el máximo nivel de aprovechamiento del producto por parte del productor, industrial o distribuidor. El gasto en alimentos se reduce y el precio se convierte en un criterio de elección. En suma, se constata una gran divergencia en los hábitos y comportamientos, agrandando la brecha en el consumo entre los diferentes consumidores y entre los distintos estereotipos de consumidores. Finalmente, los consumidores exigen más transparencia en el etiquetado y reclaman la trazabilidad para garantizar la seguridad alimentaria. ▷

3. Distribución del consumo y del gasto de los productos pesqueros

Los últimos datos oficiales, procedentes del actual Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, constatan dos hechos evidentes. El primero viene dado por la reducción del consumo de pescado. Y el segundo hace mención a la reducción y, posteriormente, a un ligero aumento del gasto alimentario en productos pesqueros. A lo largo del periodo 2014-2017 se registran ostensibles disminuciones en lo que hace referencia al consumo de pescado. En el ejercicio de 2014, la pérdida de los niveles de consumo estuvo cifrada en un 4 por 100 respecto al año precedente, para situarse en un total de 1.183,6 millones de kilos. El resultado del año 2015 confirma dicha tendencia: el consumo doméstico desciende un 2,4 por 100 respecto al año 2014; aunque su valor aumenta ligeramente (0,3 por 100), como consecuencia del aumento del precio medio (2,7 por 100 en dicho año). En el bienio 2015-2017 se mantiene la tendencia manifestada, pero se aprecia un descenso más intenso. En 2016 se consume un 3,2 por 100 menos; y en 2017 la reducción fue del 3,3 por 100. En total, desde el año 2010 los españoles han dejado de consumir un 13,7 por 100 menos, situándose el consumo total de productos pesqueros en los hogares en 1.082.400 toneladas.

Por su parte, el gasto alimentario en productos pesqueros se redujo en 2014 un 2,8 por 100 respecto al año precedente (anotando un total de 8.943,3 millones de euros por 9.198,3 millones de euros). Más tarde, en el trienio 2015-2017, se contabiliza una estabilización, en torno a los 8.970 millones de euros, siendo el último año, 2017, el que marca el mejor registro de dicho trienio, pero inferior al contabilizado en 2013.

El consumo per cápita de pescado en España desciende desde 2010, cuando anotó una ratio de 27,3 kg/hab/año. En 2014, disminuye un 2,5 por 100 (registrando 26,4 kg/hab/año) y el gasto per cápita también se redujo un 1,7 por 100, para contabilizar 199,5 euros/hab. Los resultados del periodo 2015-2017 experimentan una continua reducción del consumo per cápita, deteniéndose en la cifra más baja de los últimos años, con 23,73 kg/año, que, comparado con los 27,3 kg/año del año 2010, subraya una disminución global del 13 por 100.

El gasto per cápita arroja un comportamiento diferente. El precio de los productos pesqueros aumenta ligeramente en dicho periodo, compensando la pérdida de consumo. La ▷

TABLA 2
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y GASTO DE PRODUCTOS PESQUEROS

Año	Consumo (miles de toneladas)	Índice	Consumo per cápita (kg/hab)	Índice	Gasto per cápita (euros/hab)	Índice
2010	1.254,0	100,00	27,3	100,00	190,2	100,00
2011	1.230,2	98,10	26,8	98,16	196,2	103,15
2012	1.215,0	96,88	26,4	96,70	192,2	101,05
2013	1.232,8	98,30	27,2	99,63	202,9	106,67
2014	1.183,6	94,38	26,4	96,70	199,5	104,88
2015	1.155,2	92,12	25,9	94,87	201,0	105,67
2016	1.119,0	89,23	25,5	93,40	202,4	106,41
2017	1.082,4	86,31	23,7	86,81	196,7	103,41

Fuente: MAPAMA. Informes Anuales de Consumo Alimentario en España.

evolución de gasto per cápita es ascendente hasta 2016, con aumentos del 6 por 100 desde 2010. El último año, 2017, sin embargo, arroja un significativo descenso.

Estas tendencias ¿son nuevas o se han producido nuevos elementos disruptivos? Observando la serie histórica desde comienzos de la crisis se aprecia que es una tendencia continuista, pero que se ve refrendada por nuevos hábitos por parte de los consumidores. Revela que hay variaciones notables y que estas se están llevando a cabo como consecuencia de dos fenómenos combinativos. En primer lugar, derivado de los cambios en las tendencias y hábitos de los consumidores; y, en segundo lugar, de los efectos asociados a la crisis económica y sus progresivas adaptaciones en el campo del consumo.

3.1. Análisis de los principales cambios

Los cambios más significativos en lo que atañe a los niveles de consumo de los productos pesqueros se concretan en varios apartados. Los productos pesqueros configuraban, hace unos años (Martin, 2015; Caro *et al*., 2017), una partida con notable participación en el patrón alimentario de los hogares españoles. En la actualidad, dicha ratio empieza a declinar. Se atestigua tanto un descenso en el consumo per cápita como en el gasto per cápita. Estas circunstancias permiten afirmar que las costumbres actuales de los españoles se inclinan por nuevas preferencias en lo tocante a la ingesta alimentaria.

Analizando el periodo 2004-2014, los resultados son bien elocuentes. Los productos que han registrado incrementos en su demanda fueron las carnes congeladas (104 por 100), en detrimento de la carne fresca; o las salchichas (con aumentos del 20 por 100), en detrimento del arroz (–18 por 100), las legumbres (–7,5 por 100), o el propio pescado (–5,1 por 100). Y si reparamos en lo acontecido en el último año (2017-2016), los descensos más acusados se concentran en el aceite de oliva (–8,5 por 100), pescados frescos (–5,9 por 100), hortalizas frescas (–4,1 por 100), pan (–2,5 por 100), azúcar (–2,5 por 100) y carne (–2,2 por 100). En tanto que los incrementos más notables fueron para los platos preparados (4,8 por 100), legumbres (4,7 por 100); pastas (2,9 por 100), frutas (1,8 por 100) y arroz (1,1 por 100).

Desagregando los niveles de consumo de los productos pesqueros y atendiendo a las diferentes clasificaciones de las especies y de sus presentaciones, se encuentran explicaciones muy consistentes en el comportamiento de los niveles de consumo. Se resaltan varias pautas. Los cambios en la estructura del consumo y gasto, a lo largo del periodo 2010-2017, experimentan una modificación muy notable. El pescado fresco gana peso, aunque sea leve, tanto en consumo (0,3 por 100) como en gasto (0,1 por 100). El pescado congelado disminuye su participación, tanto en las estructuras de consumo (1,7 por 100) como en las de gasto (1,5 por 100); y lo hace, en ambas, de manera muy notable. Los mariscos, moluscos y crustáceos congelados disminuyen su peso, de manera leve, en los hábitos de consumo (0,4 por 100) y en los niveles de gasto (0,1 por 100). En tanto que los consumos de mariscos, moluscos y crustáceos frescos lo hacen con mayor intensidad, ya sea en lo tocante a las preferencias del consumo (1,8 por 100) como en referencia a los niveles de gasto (2,5 por 100). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos cocidos muestran una notable estabilidad en dichas tendencias, ya sea en lo que atañe a la estructura del consumo, que solo disminuyen ▷

TABLA 3
ESTRUCTURA DEL CONSUMO Y DEL GASTO POR TIPOS DE PESCADO
(En porcentaje)

Tipos de pescado	Estructura de consumo			Estructura de gasto		
	2010	2015	2017	2010	2015	2017
Pescado fresco	44,1	45,0	44,4	41,4	42,2	41,5
Pescado congelado	12,2	10,9	10,5	10,8	9,5	9,3
Mariscos, moluscos y crustáceos congelados	9,6	9,0	9,2	11,0	10,7	10,9
Mariscos, moluscos y crustáceos frescos	16,6	15,5	14,8	15,7	14,1	13,4
Mariscos, moluscos y crustáceos cocidos	2,5	2,4	2,4	3,2	3,1	3,0
Conservas de pescado	15,0	17,3	18,6	17,2	20,4	21,8

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del MAPAMA. Informes Anuales de Consumo Alimentario en España.

un 0,1 por 100; ya sea en lo concerniente a la estructura de gasto, que muestra una ligera reducción (0,2 por 100). Las conservas de pescado son la rúbrica que más aumenta su participación, en el periodo 2010-2017, en la cesta de la compra de los consumidores españoles, con índices de crecimiento superior a los demás integrantes de la demanda de productos pesqueros, ganando mayor representatividad, ya sea en lo que hace referencia al consumo (3,6 por 100) como en lo concerniente al gasto (4,4 por 100).

En lo que hace mención a los consumos, el pescado fresco es el de mayor demanda y consumo dentro del conjunto total de la pesca (representa el 44,4 por 100 del consumo total de los mismos en 2017) y muestra una tendencia creciente dentro de la distribución de consumos atendiendo a su presentación, a pesar de una progresiva menor ingesta media por persona y año (11,8 kg/hab en 2014; 11,64 kg/hab en 2015; 11,5 kg/hab en 2016; y 10,54 kg/hab en 2017); o sea, se rebaja dicho consumo más de un 13 por 100 en los últimos seis años.

El pescado congelado registra una tendencia decreciente, representando el 12,2 por 100 del total en 2010 y el 10,5 por 100 en 2017. Anota un consumo de 3,3 kg/hab en 2010; un total de 2,82 kg/hab en 2015; y 2,50 kg/hab en 2017; muy inferior al registrado a comienzos de esta década; y mostrando un comportamiento más radical que el manifestado en el consumo de pescado fresco, al descender en torno al 25 por 100 en el periodo 2010-2017.

Los mariscos, moluscos y crustáceos congelados se sitúan en niveles de consumo muy parejos al del pescado congelado (9,2 por 100 del total y 2,18 kg/hab/año); registrando una menor disminución en lo referente a su consumo (casi un 18 por 100 menos que en 2010), siendo muy continua dicha desaceleración en los últimos ejercicios, al pasar de 2,47 kg/hab en 2013, a 2,18 kg/hab en 2017.

Comportamientos muy similares, en lo que atañe a los descensos, presentan los consumos de mariscos, moluscos y crustáceos frescos (representan el 14,8 por 100 del consumo total) y los de mariscos, moluscos y crustáceos cocidos (suponen el 2,4 por 100 del consumo total), a pesar de su diferente aportación a la ingesta alimentaria. Ambos anotan disminuciones del 20 y del 18 por 100, respectivamente; pero, en cambio, muestran consumos per cápita muy diferentes. Los mariscos congelados revelan disminuciones del 22 por 100 a lo largo del periodo 2010-2017; siendo su consumo per cápita en 2017 de 3,52 kg/hab, cuando en 2010 se contabilizaban un total de 4,5 kg/hab. Respecto ▷

TABLA 4
EVOLUCIÓN DE LOS CONSUMOS Y GASTOS PER CÁPITA DE PESCADO DE LOS HOGARES ATENDIENDO A DIFERENTES FORMAS DE PRESENTACIÓN
(Expresado en Kg y euros/habitante)

Año	Pescado fresco		Pescado congelado		Mariscos, moluscos y crustáceos congelados		Mariscos, moluscos y crustáceos frescos		Mariscos, moluscos y crustáceos cocidos		Conservas de pescado	
	Cons.	Gasto	Cons.	Gasto	Cons.	Gasto	Cons.	Gasto	Cons.	Gasto	Cons.	Gasto
2010	12,0	78,9	3,3	20,6	2,6	20,9	4.5	29,9	0,6	5,8	4,1	34,1
2011	11,9	82,0	3,3	20,8	2,6	21,9	4,2	29,4	0,6	5,6	4,2	36,5
2012	11,8	80,1	3,1	19,9	2,4	19,7	4,3	29,3	0,7	5,9	4,1	33,4
2013	12,2	83,2	3,1	19,8	2,5	20,6	4,3	30,0	0,7	8,5	4,2	39,9
2014	11,8	83,5	3,0	19,2	2,4	21,0	4,2	29,1	0,7	6,5	4,4	40,3
2015	11,7	84,8	2,8	19,0	2,3	21,5	4,0	28,4	0,6	6,3	4,5	41,5
2016	11,5	85,8	2,7	18,8	2,2	21,2	3,9	28,3	0,6	6,2	4,5	42,1
2017	10,5	81,6	2,5	18,2	2,1	21,5	3,5	26,4	0,5	6,0	4,5	42,8

Fuente: MAPAMA. Informes de Consumo Alimentario.

a los mariscos, moluscos y crustáceos cocidos, los consumos fueron de 0,57 kg/hab en 2017, un 5 por 100 menos que en 2010.

Las conservas de pescado ven incrementado su consumo en el periodo 2008-2015, pasando de 176,7 196 millones de toneladas (un alza del 12 por 100); y con un consumo per cápita de 4,52 kg/hab/año, lo que permite afirmar que tanto sus consumos como gastos per cápita aumentaron a lo largo de estos últimos seis años en porcentajes notables.

En lo que atañe a la estructura de gasto, las reseñas más significativas ponen de manifiesto lo siguiente. En primer lugar, aumenta el gasto en productos pesqueros en el periodo 2010-2017, registrando un total de 8.971.292 miles de euros en 2017, un 0,9 por 100 más, en términos de valor. Dicha tendencia no solamente se constata para el cómputo referido al gasto total, sino también en lo que concierne al gasto per cápita. Dada la heterogeneidad de los productos pesqueros y del propio consumo, la evolución del consumo per cápita ha oscilado de manera bastante volátil a lo largo de estos últimos ejercicios. Se pueden extraer algunas consideraciones adicionales: aumenta el consumo de conservas de pescado, disminuyen notablemente los consumos de pescados y mariscos congelados y se mantienen ligeramente a la baja los consumos de pescado fresco. Es decir, se asiste a una disminución del consumo de productos de la pesca en casi tres kilos y medio por persona en los últimos cuatro años y cinco kilos en los últimos ocho años. En segundo lugar, en lo referente a los términos de gasto per cápita, la distribución atendiendo a los tipos de presentación de los productos pesqueros arroja un reparto muy singular. El gasto por persona y año en lo referente al pescado fresco (81,6 euros en 2017) es el mayor de todas las presentaciones y el que concentra las preferencias de los hábitos de los consumidores (significa un consumo medio por persona de 10,54 kg/hab en 2017, medio kilo inferior al contabilizado en 2010). Las preferencias por los consumos de conservas de pescado concentran el 21,8 por 100 del total de nuestro gasto en productos pesqueros, con tendencia creciente en los últimos años, llegando a alcanzar un promedio de 44,5 euros/persona para un consumo per cápita de 4,52 kg en 2017, casi medio kilo más que en 2010. En tercer lugar, ▷

se sitúan los gastos en los mariscos, moluscos y crustáceos frescos (a los que destinamos 26,4 euros/persona en 2017) y en los mariscos, moluscos y crustáceos congelados (donde se registran gastos alrededor de 21,5 euros por persona). Ambas presentaciones muestran unas preferencias bastantes similares por parte de los consumidores. Sus niveles de gastos, dentro de la distribución total, oscilan entre el 10,9 por 100 para los congelados y el 13,4 por 100 para los frescos, registrando ambos tendencias decrecientes (pierden cuatro décimas los congelados y 1,3 puntos porcentuales los frescos a lo largo del tramo 2010-2017). Finalmente, los gastos en lo concerniente a los pescados congelados (con un gasto de 18,2 euros/persona en 2017) ocupan la última preferencia de los consumidores (con el 9,3 por 100 del total). Estos productos disminuyen de manera muy ostensible, al pasar su consumo per cápita de 3,3 kg en 2010 a 2,5 kg en 2017; y el gasto per cápita se ha reducido, en idéntico periodo, en 2,4 euros.

3.2. Formas de distribución

La distribución de los productos pesqueros, atendiendo a su forma de distribución y comercialización, muestra varias consideraciones de interés. De una parte, los supermercados asumen la primacía en lo que a las ventas del pescado se refiere, bien por mostrar una tendencia creciente, bien por lograr un mayor grado de concentración en lo tocante a las principales rúbricas de los productos pesqueros. De otra parte, los establecimientos especializados presentan un elevado nivel de capacidad de venta de productos pesqueros, pero registran una tendencia decreciente para el periodo 2010-2014, aunque conservan su relevancia tanto en lo concerniente al pescado fresco (40 por 100) como en lo que atañe a los moluscos y crustáceos (34 por 100) y congelados (25 por 100). Sin embargo, su papel en la venta de conservas de pescado es más bien reducido (7 por 100).

Los hipermercados destacan por su capacidad en lo que atañe a la distribución de conservas de pescado (21 por 100), manteniendo muy estables las ventas al consumidor en lo tocante al pescado fresco (10 por 100), al pescado congelado (9,7 por 100) y a los moluscos y crustáceos (11,8 por 100). Las variaciones experimentadas a lo largo del periodo 2010-2014 son más bien escasas. Son ganancias mínimas en la cuota de venta del pescado fresco; y una pérdida, un poco más resaltable, en lo concerniente al pescado congelado y en los moluscos y crustáceos. Las conservas de pescado, por su parte, ganan cuota en las ventas de los hipermercados. Las otras formas comerciales todavía mantienen cuotas de mercado bajas, por debajo del 5 por 100 en total, aunque el pescado congelado logra alcanzar un 7 por 100 en las mencionadas distintas formas de distribución.

No cabe duda de que si examinamos el comportamiento de la distribución atendiendo a un periodo posterior (2014-2017), los resultados son muy parejos. El pescado fresco se compra, preferentemente, en los supermercados y autoservicios (48,9 por 100), aunque las tiendas tradicionales ocupan una reseñable cuota de mercado (33,8 por 100). El pescado congelado, por su parte, muestra también una preferencia de distribución en los supermercados y autoservicios (54,3 por 100), con una menor inclinación por las tiendas tradicionales (19,5 por 100), pero registrando un notable ratio en las tiendas de descuento (13,2 por 100), dadas sus características de conservación del producto y de continuas promociones. También ▷

TABLA 5
CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES
(Distribución porcentual)

Producto	Año	Comercio especializado	Supermercado	Hipermercado	Otras formas comerciales
Pesca fresca	2010	43,9	41,4	10,6	4,1
	2014	40,5	45,5	10,7	3,3
Pesca congelada	2010	29,3	53,0	10,2	7,5
	2014	25,3	57,2	9,7	7,8
Mariscos, moluscos y crustáceos	2010	37,0	44,6	13,0	5,4
	2014	34,2	49,6	11,8	4,4
Conservas de pescado	2010	8,2	63,7	21,6	6,4
	2014	7,0	65,7	21,7	5.6
Total pesca	**2010**	**33,9**	**47,6**	**13,2**	**5,3**
	2014	**30,6**	**51,9**	**13,1**	**4,5**

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Mercasa (anuarios).

está muy especializada la distribución de los mariscos, moluscos y crustáceos, al estar polarizados en torno a las ventas en los supermercados (50,8 por 100), con cifras muy superiores al papel desempeñado por las tiendas tradicionales (26,9 por 100) y por los hipermercados (11 por 100). Las conservas de pescado son las que poseen sus canales de distribución más orientados a los consumidores, al punto de que mayoritariamente se efectúa en los supermercados y en los autoservicios (52,2 por 100); para seguir, a bastante distancia, en las tiendas de descuento (19,7 por 100) y en los hipermercados (17,8 por 100).

Analizando los comportamientos de los precios de los productos pesqueros atendiendo a los canales de distribución se advierte que el pescado fresco adquiere una valorización mayor en las tiendas tradicionales (8,32 euros/kg) que en los restantes lugares como, por ejemplo, en los supermercados, donde es más barato (7,36 euros/kg). Parejo comportamiento registran el pescado congelado y los mariscos, moluscos y crustáceos, que anotan el precio más elevado en las tiendas tradicionales (8,34 euros/kg para el congelado y 9,95 euros/kg para los mariscos, moluscos y crustáceos) y el precio más bajo en los supermercados y autoservicios (6,71 euros/kg para el congelado y 7,77 euros/kg para los mariscos). Diferente es la anotación en torno a las conservas de ▷

TABLA 6
DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE PRODUCTOS PESQUEROS ATENDIENDO A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canales de distribución	Pescado fresco (%)		Pescado congelado (%)		Mariscos, moluscos y crustáceos (%)		Conservas de pescado (%)	
	2014	2017	2014	2017	2014	2017	2014	2017
Supermercados, autoservicios	48,3	48,9	49,0	54,3	49,0	50,8	51,3	52,2
Tiendas tradicionales	35,8	33,8	20,8	19,5	29,2	26,9	5,0	4,7
Hipermercados	10,1	10,3	8,8	7,3	11,5	11,0	20,1	17,8
Tiendas de descuento	2,3	3,6	13,9	13,2	6,2	7,6	18,4	19,7
Otros canales	3,4	3,4	7,5	5,7	4,2	3,7	5,2	5,6
E-commerce	0,4	0,4	0,6	1,0	0,4	0,6	0,7	1,2

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Mercasa (anuarios) y de MAPAMA (Informes Anuales de Consumo Alimentario).

TABLA 7
PRECIO MEDIO (€/KG) DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS ATENDIENDO A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canales de distribución	Pescado fresco		Pescado congelado		Mariscos, moluscos y crustáceos		Conservas pescado	
	2014	2017	2014	2017	2014	2017	2104	2017
Supermercados, autoservicios	6,89	7,36	6,24	6,71	7,36	7,77	8,98	9,61
Tiendas tradicionales	7,87	8,32	7,75	8,34	9,06	9,95	11,70	12,41
Hipermercados	7,20	7,75	6,88	8,04	8,08	8,92	9,62	10,47
Tiendas de descuento	7,42	7,71	6,80	7,50	8,77	8,62	8,17	8,41
Otros canales	7,00	7,57	7,01	7,92	8,65	9,19	10,21	10,34
E- comerce	7,30	7,91	7,23	8,03	8,43	8,75	10,10	10,35
Total España	**7,29**	**7,75**	**6,74**	**7,30**	**8,08**	**8,60**	**9,16**	**9,70**

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Mercasa (anuarios) y de MAPAMA (Informes Anuales de Consumo Alimentario).

pescado, pues el valor más bajo de los productos envasados tiene lugar en las tiendas de descuento (8,41 euros/kg) y en los supermercados (9,61 euros/kg), en tanto que el más caro se registra en las tiendas tradicionales (12,41 euros/kg), en los hipermercados (10,47 euros/kg) y en otros canales.

4. Principales preferencias de consumo

Para la Confederación Española de Pesca (CEPESCA) y para la Federación de Empresarios Detallistas de Pescado (FEDEPESCA) las causas principales que explican el descenso de consumo de productos pesqueros son tres: 1) la crisis generalizada, agravada por la subida del IVA a los productos pesqueros (pasaron del 8 al 10 por 100, mientras que los principales países pesqueros de la UE poseen menores tasas: Francia, 5,5 por 100; Alemania, 6 por 100, y Reino Unido, 0 por 100); 2) los cambios en los hábitos de consumo, debido a las nuevas formas de vida que dificulta el consumo de pescado (tiempo para comprar y complejidad para conservar y cocinar); y 3) la aparición de nuevos formatos comerciales, como las grandes superficies y los supermercados, que emergen con formas distintas de venta y atracción al consumidor, que relegan a las pescaderías a un segundo plano. Los hábitos de consumo de los españoles están muy concentrados en un grupo bastante reducido de productos pesqueros, a pesar de la gran heterogeneidad de especies que son desembarcadas en las lonjas y en los puntos de ventas costeros. Agrupando los principales productos anotamos que su consumo y gasto son muy relevantes en la composición de nuestra cesta anual de compra y, con ello, se subraya el alto nivel de especialización y polarización de nuestra demanda y consumo pesqueros. Existe una preferencia por el pescado blanco (merluza, lenguado, dorada y bacalao), más que por el denominado pescado azul (boquerón, sardina).

Atendiendo a las principales especies de pescado fresco consumidas, los resultados son elocuentes. En el campo de los productos frescos se aprecia una disminución del consumo de especies tradicionales en los hábitos del consumo de los españoles (sardinas, merluzas, lenguado, rape, caballa, dorada) y un aumento de la demanda tanto de las especies de menor y elevada valoración económica como de aquellas de sencilla ▷

TABLA 8
NIVELES DE CONSUMO DE LAS PRINCIPALES ESPECIES
(Kilos per cápita)

Especie	2007	2010	2012	2014	2015	2016	2017
Merluza fresca	2,8	2,9	2,8	2,5	2,4	2,6	2,2
Merluza congelada	1,2	0,9	1,0	1,0	0.9	0,9	0,9
Sardina fresca	1,0	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	–
Boquerón fresco	0,9	1,0	0,8	1,0	1,0	1,0	–
Atún y bonito	0,6	0,5	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5
Lenguado fresco	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6
Bacalao fresco	0,4	0,4	0,5	0,7	0,6	0,6	0,6
Bacalao congelado	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Salmón fresco	0,6	0,6	1,0	1,1	1,3	0,9	1,0
Dorada	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	0,6	0,6
Mejillón fresco	1,1	1,3	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1
Calamar congelado	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Calamar y pulpo frescos	1,0	1,2	1,0	1,1	1,0	0,9	0,8
Gamba y langostino congelados	1,5	1,4	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1
Gamba y langostino frescos	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3

Fuente: elaboración propia a partir de datos de MAPAMA. Informes Anuales de Consumo Alimentario.

preparación (salmón, lubina, rodaballo). En lo tocante a los pescados congelados, las disminuciones en el consumo son mayores y afectan a los calamares (–14 por 100), pulpos (–27 por 100) y gambas (–10 por 100); en tanto que los aumentos se concentran en especies consideradas *commodity* (salmón, bacalao y túnidos).

Finalmente, las disminuciones de consumo se plasman de manera general en todas las especies; pero, dadas las preferencias españolas, los descensos en los niveles de consumo son más desequilibrados para unas especies que para otras. Son notables los descensos expresados en consumo per cápita, correspondientes a la sardina, merluza fresca y congelada, lenguado fresco y congelado, dorada, rape, gamba fresca y congelada, calamar y pulpo congelado. En sentido contrario, hay un incremento del consumo per cápita en especies como boquerón fresco, rodaballo, lubina, bacalao congelado, salmón fresco y congelado.

5. Comportamiento de los precios

Si la evolución anual del gasto y las compras de productos pesqueros han registrado una disminución en los últimos años y la presencia del pescado en el consumo de los hogares ha disminuido, debemos preguntarnos si dicho decrecimiento está siendo influido por el comportamiento de los precios o de los productos sustitutivos.

En términos agregados, el precio medio de los productos pesqueros registró en 2014 un aumento del 1,7 por 100, estableciéndose en 7,56 euros/kg. Más tarde, la evolución del mismo sigue una pauta creciente: 7,76 euros/kg en 2015, 7,94 euros/kg en 2016 y 8,29 euros/kg en 2017. Sin embargo, en el caso de los productos pesqueros frescos la oscilación y la variabilidad ha sido la norma a lo largo de los últimos años. Se aprecia un incremento muy leve de los precios (11,3 por 100 en el periodo 2013-2017, en torno al 3 por 100 anual), a pesar de la heterogeneidad en los comportamientos de ▷

TABLA 9
CAMBIOS EN EL CONSUMO PER CÁPITA Y EN LOS PRECIOS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES DE PESCADO FRESCO Y CONGELADO DURANTE EL PERIODO 2013-2017

Pescado fresco		
Especie	**Consumo per cápita 2013-2017 (%)**	**Precios 2013-2017 (%)**
Merluza	–20,15	–10,07
Sardina	–22,05	–1,04
Bacalao	–4,45	17,19
Atún y bonito	–10,0	8,53
Salmón	11,36	19,68
Lenguado	–25,61	12,57
Caballa	–31,12	0,49
Rape	–17,78	11,07
Rodaballo	12,50	6,68
Lubina	17,50	3,28
Dorada	–12,31	9,62
Mejillón	–11,42	0,79
Gamba	–20,00	4,51
Pescado congelado		
Especie	**Consumo per cápita 2013-2017 (%)**	**Precios 2013-2017 (%)**
Merluza	–8,00	10,51
Lenguado	–45,00	12,31
Bacalao	2,50	11,36
Salmón	25,00	29,32
Calamar	–14,00	25,32
Pulpo	–27,30	26,76
Gambas	–10,08	18,01
Mejillón	–20,00	2,68

Fuente: elaboración propia a partir de datos de MAPAMA. Informes Anuales de Consumo Alimentario.

determinadas especies que, justamente, a mediados de año coinciden con sus épocas de mayor demanda y de subida de precios (ejemplo, sardina) o la mayor abundancia de las especies desembarcadas arrastra el precio hacia abajo (ejemplo, bonito). Los precios de los pescados congelados, por su parte, aumentan pero en mayor intensidad (un 15,5 por 100 en el periodo 2013-2017). Los precios de los mariscos, moluscos y crustáceos presentan ciertas variaciones. Los congelados aumentan progresivamente a lo largo de todo el periodo estudiado en un 17,38 por 100; los frescos experimentan un fuerte crecimiento en los últimos años, no obstante, a lo largo del periodo se incrementan en un 7,90 por 100; y, por último, los mariscos, moluscos y crustáceos cocidos contabilizan un aumento del 13,3 por 100. Finalmente, las conservas de pescado mantienen para el periodo 2013-2017 una cierta estabilización en lo que atañe a los precios medios finales, al anotar una subida del 2,97 por 100, muy por debajo de la media de los productos pesqueros (11,12 por 100).

Las principales conclusiones arrojan un diagnóstico muy similar al ya expresado en un artículo precedente elaborado hace años: ¿por qué desciende el precio de la merluza? (González-Laxe y Martín-Palmero, 2013), en el ▷

TABLA 10
EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS EN EL HOGAR

Producto	2013	2014	2015	2016	2017
1. Pescados	6,83	6,94	7,18	7,33	7,66
1.1. Pescados frescos	6,96	7,08	7,29	7,44	7,75
1.2. Pescados congelados	6,32	6,42	6,74	6,87	7,30
2. Mariscos/moluscos/crustáceos	7,64	7,81	8,08	8,31	8,60
2.1. Marisco/moluscos/crustáceos congelados	8,40	8,79	9,26	9,62	9,86
2.2. Mariscos/moluscos/crustáceos frescos	6,96	6,93	7,08	7,27	7,51
2.3. Mariscos/moluscos/crustáceos cocidos	9,24	9,88	10,11	10,12	10,47
3. Conservas pescado	9,42	9,21	9,16	9,34	9,70
Total pesca	**7,46**	**7,56**	**7,76**	**7,94**	**8,29**

Fuente: MAPAMA. Informes Anuales de Consumo Alimentario.

TABLA 11
EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS DE LAS ESPECIES PESQUERAS

Especie	2013	2014	2015	2016	2017
Merluza fresca	6,85	7,02	7,18	7,54	7,54
Sardina/boquerón	4,84	4,75	4,55	4,61	4,79
Rape	10,11	10,43	10,53	10,93	11,23
Lenguado fresco	8,75	9,16	9,56	9,66	9,85
Caballa	4,04	3,93	3,97	4,00	4,06
Bacalao fresco	7,00	7,35	7,52	7,98	8,52
Dorada	7,27	7,48	7,89	7,90	7,97
Lubina	8,52	8,31	8,36	8,63	8,80
Bonito y atún	8,90	8,91	9,17	9,37	9,66
Salmón fresco	8,99	8,85	8,63	10,38	10,76
Mejillón fresco	2,53	2,45	2,46	2,52	2,55
Merluza congelada	6,37	6,54	6,74	6,84	7,04
Calamar congelado	6,24	6,26	6,60	7,44	7,82
Pulpo congelado	8,07	8,67	9,24	9,41	10,23
Gamba congelada	9,38	10,22	10,59	10,85	11,07

Fuente: MAPAMA. La pesca mes a mes. Consumos alimentarios en el hogar.

que reseñamos tres incidencias: 1) un descenso de los precios en las principales especies consumidas (merluza, anchoa, bonito, caballa); 2) una estabilización de los precios en otras especies de elevada demanda comercial (gallo, bacaladilla, mejillón); y 3) un comportamiento variable en función de acontecimientos exógenos, ya sean procedentes del reclutamiento de los *stocks*, ya de la asignación de las cuotas, ya de los productos sustitutivos (sardina, jurel, salmón).

6. Conclusiones

Los hábitos de consumo y de vida están cambiando de manera muy notable en nuestra sociedad. La irrupción de las nuevas tecnologías, las formas de distribución en el campo alimentario y las diferentes formas de trabajo hacen que dichas mutaciones se lleven a cabo de manera muy rápida. En este sentido, la demanda de los productos pesqueros experimentó cambios muy notables en los últimos años, a la vez que todas las cadenas pesqueras de comercialización y distribución afrontan innovadoras formas de comunicación y de promoción. Para el caso español, las tendencias más relevantes son las siguientes. El consumo total de productos pesqueros se ha reducido en un 12,2 por 100 en el periodo 2013-2017. Es equivalente a una reducción de 3,4 kg/hab en el mismo periodo.

El consumo de pescado fresco sigue siendo el de mayor peso en el total de la ingesta alimentaria española, representando el 45 por 100 del total. Además, España se posiciona como el país de la UE con mayor consumo de pescado fresco en todos los hogares comunitarios, con un total de 480.826 toneladas, resultantes de un gasto de 3.724,2 millones de euros en términos de valor. Se consume un total de 10,54 kg/hab/año, en 2017, de pescado fresco, lo que supone un ligero descenso respecto de años anteriores (–1,7 kg/hab/año en el periodo 2013-2017).

La demanda de pescado congelado sufre una caída del 0,6 kg/hab/año en los últimos ▷

cuatro años (pasa de 3,11 a 2,5 kg/hab/año), lo que se traduce en una disminución del peso de dicho producto en la cesta de la compra (desciende al 10,5 por 100 del total y sus gastos también retroceden hasta el 9,3 por 100). Del mismo modo, los consumos de mariscos, moluscos y crustáceos experimentan una disminución, ya sea en su modalidad de congelados, frescos o cocidos. Sus niveles de consumo se rebajan hasta los 2,18, 3,52 y 0,57 kg/hab/año, respectivamente, siendo los mariscos, moluscos y crustáceos frescos los que más descienden.

La demanda de conservas de pescados continúa aportando datos positivos en lo tocante al consumo de los españoles. Se registra un aumento de su ponderación en el total del consumo (pasa del 15 al 18,6 por 100 del total) y sus niveles de consumo per cápita aumentan de 4,1 a 4,42 kg/hab/año para el periodo 2010-2017.

Las especies más consumidas continúan siendo la merluza, el bacalao y salmón, aunque es de reseñar un descenso en lo que atañe a la demanda de las dos primeras y un aumento muy notable de la tercera. No obstante, en los últimos cinco años apenas se aprecian cambios significativos en las preferencias de los españoles, salvo la irrupción de los productos procedentes de la acuicultura (dorada, lubina, rodaballo).

En cuanto a la distribución de los productos pesqueros atendiendo a los canales de distribución, tanto los supermercados como las tiendas tradicionales suman el mayor porcentaje de las cuotas de mercado. Hay que destacar que en el caso de los productos frescos son los supermercados, con el 48,9 por 100, seguido de las tiendas tradicionales, con el 33,8 por 100, los que más comercializan. En lo que respecta a los pescados congelados, las diferencias son más acusadas: el 54,3 por 100 para los supermercados y el 19,9 por 100 para las tiendas. Y, en el caso de las conservas, los supermercados agrupan al 52,2 por 100 de las ventas, y las tiendas de descuento le siguen con el 17,8 por 100, siendo las tiendas tradicionales las que ofertan solamente el 4,1 por 100.

Respecto al precio de los productos pesqueros, resulta que las tiendas tradicionales ofrecen el producto a mayor precio que los supermercados, hipermercados o tiendas de descuento. Es decir, son más caros que en los restantes canales. Los más baratos para los productos frescos y congelados son los supermercados. Y para las conservas, las tiendas de descuento. La modalidad de *e-commerce* todavía es muy reducida y no llega a contabilizar una oferta más favorable para el consumidor.

Por último, si bien el consumo de pescado per cápita desciende, el gasto per cápita que destinan los habitantes españoles a los productos pesqueros también ha disminuido, aunque más levemente. Una reducción total de 6 euros a lo largo del periodo 2013-2017 (alcanzando la cifra de 196 euro/hab en 2017, cuando en 2013 se registraba un gasto per cápita de 202,92 euros/habitante), por mor de una modificación de los hábitos de consumo que no llegan a compensar la ligera subida de ciertos precios de productos pesqueros. El total de gasto en los hogares de los productos pesqueros supuso, en 2017, un total de 8.971 millones de euros, un 2,3 por 100 más bajo que la cantidad gastada en 2013, aunque superior a los tres ejercicios anteriores, rasgo que permite afirmar que la cuota de gasto alimentario personal destinado a los productos pesqueros se mantiene muy estabilizada en torno al 13,3 por 100. ▷

Bibliografía

[1] ASCHE, F.; BELLEMARE, N.; ROCHEIM, C.; SMITH, M. y TVETERAS, S. (2015). «Food Security and the International Seafood Trade». *World Development*, vol. 67, pp. 151-160.

[2] CARO, M.; PUÉRTOLAS, E.; CRUZ, Z. y ROCA, S. (2017). «Evolución del consumo, gasto y los canales de distribución de los productos pesqueros en los hogares españoles». *Distribución y Consumo,* vol. 3, pp. 62-70.

[3] CHEUNG, W.W.L.; WATSON, R. y PAULY, D. (2013). «Signature of ocean warning in global fisheries catch». *Nature*, vol. 497, n.º 7449, pp. 365-368.

[4] CLAQUIN, P.; MARTIN, A.; DERAM, C.; BIDAUF, F.; DELGOULET, E.; GASSIE, J. y HÉRAULT, B. (2017). *MOND'Alimen 2030. Panorama prospectif de la mondialisation des systèmes alimentaires*. Paris. La Documentation Francaise.

[5] GHEPART, J.M. y PACE, M.J. (2015). «Structure and evolution and the Global Seafood trade Network». *Environmental Research Letters*, 10. Doi: 10 1088/1748-9326/10/12/125014

[6] GONZÁLEZ-LAXE, F. (2012). «Fases en los intercambios pesqueros». *Boletín Económico de ICE,* n.º 3032.

[7] GONZÁLEZ-LAXE, F. y MARTIN PALMERO, F. (2013). «Crisis y consumo de productos pesqueros. ¿Por qué descienden los precios de la merluza en España?». *Distribución y Consumo,* vol. 4, pp. 32-40.

[8] HEADEY, D. (2011). «Rethinking the global food crisis: the role of trade shocks». *Food Policy*, vol. 36, n.º 2, pp. 136-146.

[9] MAPAMA (2018*). Informe del consumo de alimentación en España 2017*. Madrid.

[10] MARTIN, V.J. (2015). «Distribución y consumo de productos pesqueros». *Distribución y Consumo,* vol. 3, pp. 22-32.

[11] NG, F. y AKSOY, M.A. (2008). «Who are the net food importing countries?». *Policy Research Working Paper,* n.º 4457. Banco Mundial.

[12] PUMA, M.; BOSE, S.; CHON, S.Y. y COOL, B. (2015). «Assessing the envolving fragility of the global food system». *Environmental Research Letters*, 10, n.º 2. Doi: 10.1088/1748-9326/10/2/024007

[13] WATSON, R.; NICHOLS, R.; LAM, V.W.Y. y SUMAILA, U.R. (2017). «Global Seafood Trade Flows and developing economies insight from linking trade and production». *Marine Policy,* vol. 82, pp. 41-149.