



**Un espacio para  
dar a conocer  
tu producto de  
manera eficaz.**

Más que un anuncio.  
Contáctanos.

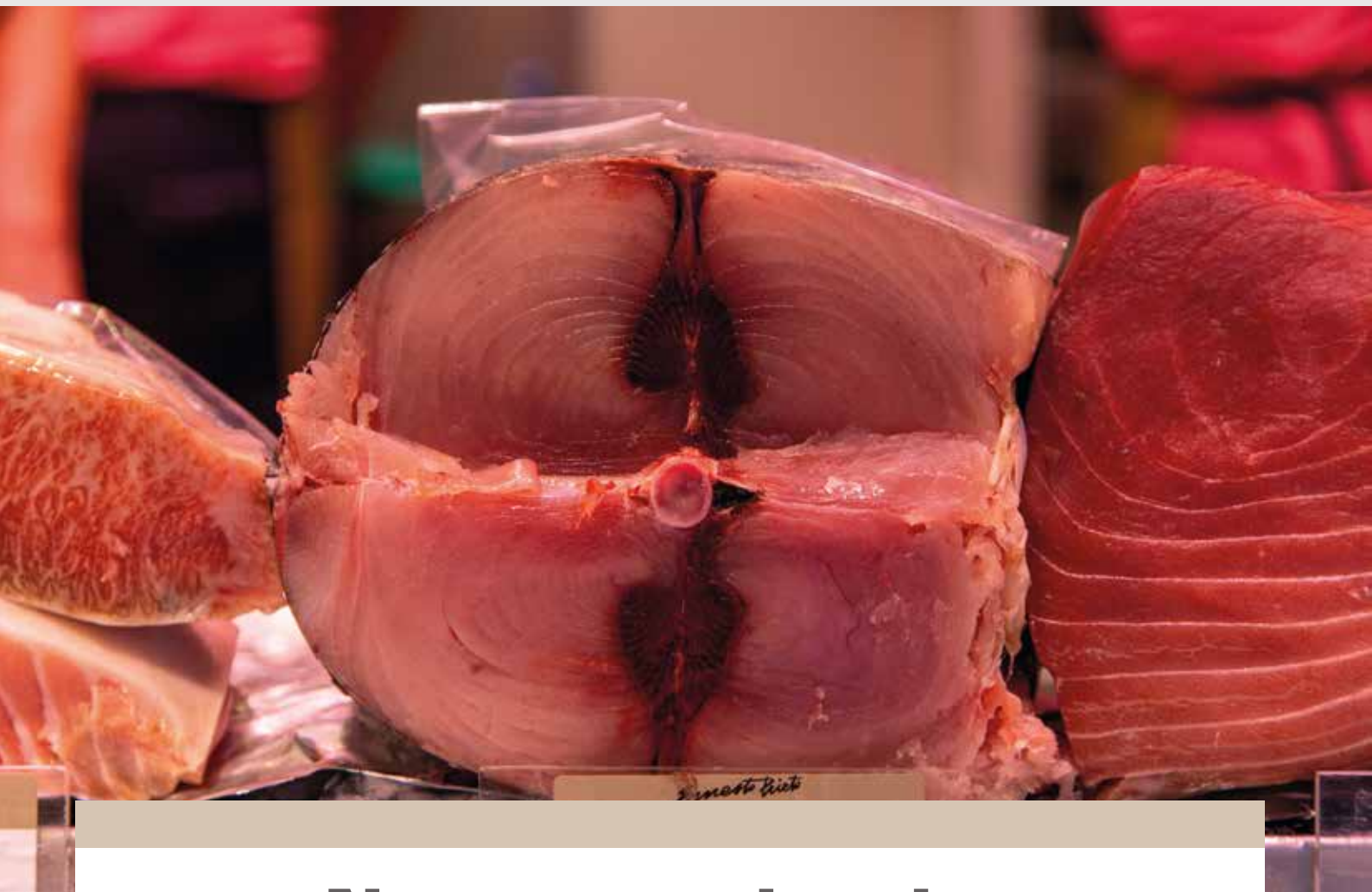
Nuestros soportes en la red de distribución  
más importante del país:

**Mupis, Vallas**  
**Lonas interiores**  
**Lonas de gran formato**

**Banderolas**  
**Pantallas digitales**  
**Acciones especiales**

Contáctanos:  
**Madrid: 914 26 38 80**  
**Barcelona: 932 38 75 40**

**info@014media.com**  
**www.014media.com**



# Nuevas tendencias de consumo en productos de la pesca y la acuicultura

✦ José Luis Murcia  
*Periodista.*

**Resumen:** Este artículo recoge, a partir de diferentes fuentes sectoriales, las principales tendencias de consumo en productos de la pesca y la acuicultura, destacando la valoración creciente de hábitos saludables de alimentación y reconocen, en este sentido, las virtudes objetivas de los productos pesqueros. Con un componente añadido que va más allá del binomio consumo/salud: la creciente conciencia social sobre la sostenibilidad de los recursos pesqueros, las condiciones laborales y el bienestar de las personas que trabajan en este sector; y la preocupación por las prácticas utilizadas en los cultivos marinos.

**Palabras clave:** *Pescado, marisco, acuicultura, tendencias, mercados, consumo.*

**A**lgo está cambiando, y en muchos casos, a buen ritmo, en las tendencias de consumo de productos de la pesca y la acuicultura. Las y los consumidores, en Asia, Europa, América... valoran cada vez más hábitos saludables de alimentación y reconocen, en este sentido, las virtudes objetivas de los productos pesqueros. Con un componente añadido que va más allá del binomio consumo/salud: la creciente conciencia social sobre la sostenibilidad de los recursos pesqueros, las condiciones laborales y el bienestar de las personas que trabajan en este sector; y la preocupación por las prácticas utilizadas en los cultivos marinos.

Múltiples estudios y análisis de mercado recientes avalan esta realidad, como sucede, por ejemplo, con el informe presentado por el Consejo Noruego de Productos del Mar sobre las tendencias en pesca y acuicultura que demandan los consumidores para los próximos años. En él se describen nuevos canales de venta, sostenibilidad, comodidad, transparencia y bienestar humano. Las compras en línea se han desarrollado fuertemente durante la época más dura de la pandemia y representan cerca del 30% del total alimentario, exactamente el doble que en 2015. Y han llegado para quedarse, ya que se espera un incremento significativo en los próximos años en Asia, África y Oriente Medio.

El informe destaca también los efectos de la pandemia, la guerra de Ucrania, la inflación y el incremento de costes, que han acelerado la preocupación de los consumidores por la sostenibilidad, el impacto medioambiental de la pesca y la acuicultura, un consumo ligado a la salud y al bienestar y la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores del mar.

Por su parte, la publicación especializada [www.esenciadelmar.es](http://www.esenciadelmar.es) recuerda que 2023 se está caracterizando en muchos casos por la recuperación de recetas tradicionales con incorporación en algunos casos de pescados y mariscos, mientras en las elaboraciones en crudo se va mucho más allá del sushi, el poké o el ceviche con nuevas versiones del steak tartar, cada vez más popular, las tiritas de pescado al estilo Zihuatanejo o el kifto, un plato etíope sabroso y muy especiado.

La diversificación del consumo en una sociedad que, cada vez más, come fuera de casa, ha llevado a incrementar la popularidad de los *snacks*, entre los que tienen cabida también los productos pesqueros (calamares, boquerones, anchoas...). Moda a la que se une la gastronomía digital donde las pescaderías online están a la orden del día en 2023.

La empresa Pescanova ([www.pescanova.es](http://www.pescanova.es)) insiste también en la importancia de los platos tradicionales a

los que los jefes de cocina más punteros han añadido su visión personal para configurar platos del agrado de un amplio grupo de consumidores. En este sentido, jefes de cocina y gastrónomos coinciden en que 2023 supone una apuesta por la elaboración de platos simples, con sabor y textura naturales y opciones más saludables y sostenibles, con un guiño claro a los flexitarianos, que reducen el consumo de productos animales a favor de verduras, legumbres, frutas y cereales, pero sin olvidar el pescado y la carne.

Las recetas tradicionales de pescado abren la puerta a la incorporación de superalimentos como las algas, con especial incidencia en la espirulina. Y otra tendencia, cada vez más en auge, es la comida rápida saludable con eliminación de frituras y su sustitución por cocciones al vapor o el uso de la barbacoa o la parrilla, además de la técnica del *papillote*. Los jefes de cocina quieren conocer la trazabilidad del producto y contar la historia de su origen, máxime cuando la sostenibilidad es una de las características de las que pueden hacer gala ante sus clientes.

Por su parte, la feria Seafood Expo Global 2023, celebrada esta primavera en Barcelona, señala como tendencias demandadas por los consumidores productos de calidad, innovación y sabores picantes en productos frescos, inmediatos y de cercanía (kilómetro cero). Los consumidores exigen mariscos de alta calidad por los que están dispuestos a pagar más y



piden innovación de sabores y combinaciones como ahumado más intenso y adición de sabores fuertes como el regaliz, el queso duro o la ginebra.

Las cocinas milenarias de Japón, Malasia, Singapur, Tailandia o Vietnam son cada vez más demandadas. También el picante hace mella en los consumidores que exigen más, mejor y diferente con nuevas especias. Así, abogan por el pescado katsu con curry, la cecina de pescado con queso y chile, los calamares en trío o el cangrejo con chile de Singapur. Y también curioso, muchos consumidores exigen que estas exquisiteces puedan adquirirse en puestos callejeros.

Entre los platos más apreciados, y galardonados durante la feria Seafood Expo Global 2023, están la anguila europea ahumada en caliente (Lituania), aromatizada con jengibre y salsa de soja, con cobertura de semillas de sésamo; los bocaditos de pescado empanado (España) a base de una cobertura de espinacas, remolacha y zanahoria. O las gambas rebozadas con maíz y coco (Filipinas) con copos de maíz y gambas producidas de manera sostenible.

Entre los snacks destinados a puestos callejeros merece la pena hablar del kebab de salmón (Finlandia) en pan de pita, con toque picante y servido con ensalada, patatas fritas o arroz; las migas de bacalao salado desmenuzadas sin piel ni espinas (España) o el crujiente de cecina de pescado con chile y queso (Islandia) elaboradas con eglefino salvaje y condimentados con mantequilla y queso islandeses, además de un chile nórdico ligeramente picante.

Por otra parte, movimientos específicos como la gastronomía *slowfood*, certificaciones medioambientales, procedencias contrastadas son exigencias cada vez más acentuadas entre los grandes jefes de cocina que trabajan en Europa y existen guías dirigidas a estos menesteres que cada vez son más exigentes en sus demandas.

Las nuevas tecnologías son además un instrumento de empoderamiento que lleva a contar historias que los consumidores demandan cada vez más. Las famosas *stories* de redes sociales como Instagram o Tiktok son algunas de las alternativas en las que trabaja el sector de la gastronomía y la restauración para ganarse el favor de los consumidores.

Las empresas de distribución tienen, además, estudiadas las zonas donde se demandan las diferentes presentaciones de productos. Así, en el Noroeste de Europa crece el mercado de filetes de pescado y gambas peladas con una etiqueta en la que debe indicarse claramente el uso de sal, fosfatos y hielo, descontando



en este caso el peso que corresponde a esta práctica, que suele ser de un 20% menos sobre el peso final.

## DIMENSIÓN MUNDIAL DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

Después de casi 30 años de la aprobación del Código de Conducta para la Pesca Responsable, la FAO y otros organismos internacionales reconocen ampliamente la importancia de utilizar los recursos pesqueros y acuícolas de forma responsable como eje central del objetivo prioritario: mantener en el tiempo la actividad.

De acuerdo con los datos de la FAO, la producción y el consumo de pesca extractiva y acuicultura se aproximan cada vez más, hasta situarse ya en torno al 50% del total en cada caso, sobre un volumen mundial que se aproxima a 180 millones de toneladas y supera los 370.000 millones de euros.

Por su parte, las exportaciones de productos pesqueros suponen casi el 38% de la producción, es fuente de generación de empleo y riqueza para muchos países, y genera un negocio de 140.000 millones de euros.

Asia produce el 90% de la acuicultura mundial en un sector donde el número de embarcaciones asciende a 4,1 millones, de los que dos tercios se encuentran en el continente asiático. El sector da empleo a 58,5 millones de personas de los que solo un 21% son mujeres. La mayor parte del trabajo corresponde a la pesca extractiva con el 65% frente al 35% de los que laboran en el sector acuícola.

Las capturas de pesca en aguas marítimas las encabeza China con 11,77 millones de toneladas (15% del total mundial), seguida de Indonesia con 6,43 millones, Perú con 5,61 millones, Rusia con 4,79 millones, Estados Unidos con 4,23 millones e India con 3,71 millones. España es vigésima con 0,80 millones de toneladas.

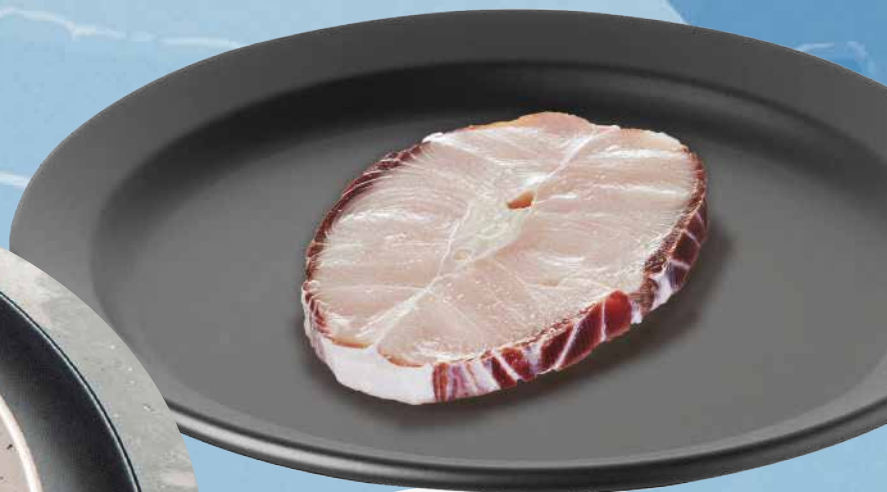
# Déjate **PESCAR** por la **SOSTENIBILIDAD**



Especies pesqueras de  
palangre de superficie.

Ricas, sabrosas  
y fáciles de cocinar!

## TINTORERA



## PEZ ESPADA



## MARRAJO

Las especies marinas más abundantes han sido anchoveta con 4,81 millones de toneladas, seguida del colín de Alaska (abadejo de Alaska) con 3,54 millones, listado (bonito) con 2,83 millones, arenque atlántico con 1,60 millones, rabil (atún de aleta amarilla) con 1,57 millones, bacaladilla con 1,49 millones, estornino del Pacífico (caballa del Pacífico) con 1,36 millones, sardina europea con 1,33 millones, sardina sudamericana con 1,27 millones, caballa con 1,27 millones, pez sable (pez cinturón o cinta) con 1,14 millones y bacalao atlántico con 1,08 millones de toneladas.

Las capturas en aguas continentales (ríos, lagos...) las encabeza India con 1,80 millones de toneladas, seguida de China con 1,46 millones, Bangladesh con 1,25 millones, Myanmar con 0,84 millones, Uganda con 0,57 millones e Indonesia con 0,49 millones de toneladas.

La acuicultura la domina China con 40,5 millones de toneladas, por delante de India con 8,64 millones, Indonesia con 5,23 millones, Vietnam con 4,60 millones y Bangladesh con 2,58 millones de toneladas. Fuera de Asia destacan Egipto con 1,59 millones y Chile y Noruega con 1,49 millones de toneladas cada uno.

Las especies más abundantes del sector acuícola son la carpa herbívora (carpa china) con 5,79 millones de toneladas, seguida de la carpa plateada con 4,81 millones, la tilapia con 4,41 millones, la carpa común (carpa europea) con 4,24 millones, el salmón atlántico con 2,72 millones y la panga con 2,52 millones de toneladas. En crustáceos, el camarón patiblanco (langostino vannamei) con 5,81 millones, el cangrejo de las marismas con 2,46 millones y el langostino jumbo (langostino tigre) con 0,72 millones de toneladas. En moluscos destacan los ostiones con 5,45 millones de toneladas, almeja japonesa con 4,27 millones y mejillones con 1,11 millones de toneladas.

## DENOMINACIONES DE CALIDAD EN ESPAÑA

España cuenta con una reducida selección de productos acogidos a figuras de calidad diferenciadas. Únicamente hay una DOP correspondiente al Mexillón de Galicia y una IGP que ampara Caballa y Melva de Andalucía. Cataluña ha otorgado una Marca de Calidad Alimentaria al Pescado Azul; La Rioja un Registro y Certificado de Embutidos de Productos de Pesca y Semiconservas de Anchoa en Salazón o en Aceite; el País Vasco un Label de Calidad Alimentaria (Eusko Label) al Bonito del Norte y Atún Rojo (Hegaluzea), así como a las conservas Anchoa del Cantábrico del País Vasco y Bonito del Cantábrico del País Vasco.

El Mexillón (Mejillón) de Galicia se cultiva en las rías gallegas de Ares-Sada, Muros-Noia, Arousa, Pontevedra y Vigo mediante el popular sistema de batea. Es un producto totalmente natural y sostenible que genera claros beneficios al ecosistema. Es un alimento sano y saludable con elevado valor nutricional por su elevado contenido proteico. Contiene Omega 3 y es fuente natural de vitaminas y minerales.

En la DOP están certificadas más de 2.000 bateas y más de un centenar de marcas que representan más de 400 referencias de mejillón gallego en el mercado. Se ofrece en formato fresco, conserva, cocido, congelado, pasteurizado y en elaboraciones de cuarta y quinta gama. Galicia produce un total de 250 millones de kilos de mejillones al año de los que 45,3 millones corresponden a la DOP, que cada año incrementa su producción en producto fresco.

La Indicación Geográfica Protegida Caballa y Melva de Andalucía provienen de las especies *scomber japonicus*, la primera, y *auxis rochei* y *auxis thazard*, la segunda. Su captura proviene de los caladeros del Mediterráneo y costas orientales del Atlántico, al sur del paralelo 44. El pelado del pescado se realiza de forma manual como es tradicional en la zona y está prohibido el uso de productos químicos. Su líquido de cobertura o gobierno solo puede ser aceite de oliva o de girasol. Las empresas adscritas comercializaron en 2022 más de siete millones de kilos de caballa y 600.000 kilos de melva, con una reducción en este caso del 30% con respecto a la campaña anterior. Las firmas adscritas a la IGP son Pesasur, Conservas Concepción, Ficolumé, Usisa e Industrias Conserveras de Tarifa. ■

