



APORTACIONES CIENTÍFICAS

Estudios publicados por el FROM

Madrid, 24 de octubre de 2011





**“ Hábitos de compra y consumo de los
productos pesqueros
en la población española”**

2011

1. FICHA TÉCNICA

- 1.1. Entrevistas telefónicas a Consumidores 4
- 1.2. Entrevistas telefónicas a Hostelería y Restauración 4

2. CONSUMIDORES

- 2.1 Frecuencia de compra de pescado 6
- 2.2 Establecimiento de compra de pescado 8
- 2.3 Frecuencia de consumo de pescado..... 9
- 2.4 Motivos de consumo de pescado 11
- 2.5 Motivo principal de consumo de pescado 12
- 2.6 Singles 13
- 2.7 Preparaciones y especies preferidas por los
menores de 16 años 14
- 2.8 No consumo o bajo consumo 15
- 2.9 Recomendaciones de los productos pesqueros frescos . 17
- 2.10 Etiquetado 18
- 2.11 Productos pesqueros congelados, congelados
precocinados y en conserva 20
- 2.12 Productos pesqueros refrigerados, ya preparados
para su consumo 26
- 2.13 Productos pesqueros modificados o enriquecidos 28
- 2.14 Anisakis 29
- 2.15 Omega 3 31

3. HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

- 3.1 Frecuencia de compra de pescado..... 34
- 3.2 Establecimiento de compra de pescado..... 35
- 2.3 Frecuencia de consumo de pescado..... 36
- 2.4 Consumo de productos pesqueros 37
- 2.5 Momentos y días de consumo 39
- 2.6 No consumo o bajo consumo 41
- 2.7 Marcas 43
- 2.8 Información y etiquetado 44
- 2.9 Anisakis 46
- 2.10 Omega 3 49

4. CONCLUSIONES 52

1.- FICHA TÉCNICA

1.1- ENTREVISTAS TELEFÓNICAS A CONSUMIDORES

- ◆ Se han realizado **1.950** entrevistas telefónicas a **CONSUMIDORES**.
- ◆ La persona finalmente entrevistada ha sido seleccionada por su condición de ***responsable de compras en el hogar***.
- ◆ El **margen de error** máximo, para datos globales, para las **1.950** entrevistas, en las condiciones estadísticas convencionales $p=q=50$ y un nivel de confianza del 95,5% es de **$\pm 2,3\%$** .

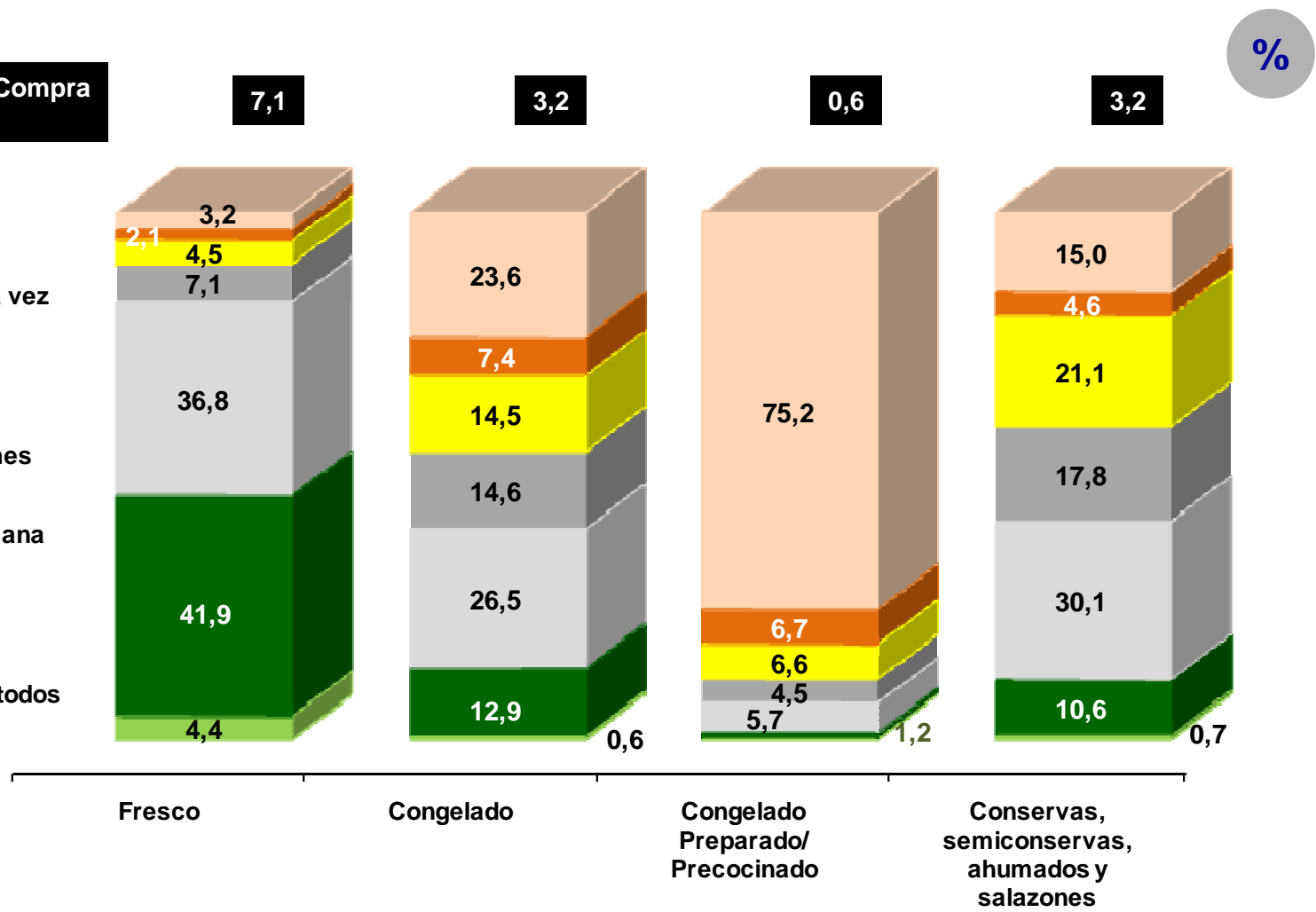
1.2- ENTREVISTAS TELEFÓNICAS A PROFESIONALES DE LA HOSTELERÍA Y LA RESTAURACIÓN

- ◆ Se han realizado **400** entrevistas telefónicas a **PROFESIONALES del sector de la HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN**
- ◆ La persona finalmente entrevistada ha sido ***seleccionada en función de su cargo dentro de la empresa***: Director, propietario, gerente, Jefe de compras, etc.
- ◆ El **margen de error** máximo, para datos globales, para las 400 entrevistas, en las condiciones estadísticas convencionales $p=q=50$ y un nivel de confianza del 95,5% es de **$\pm 5,0\%$** .

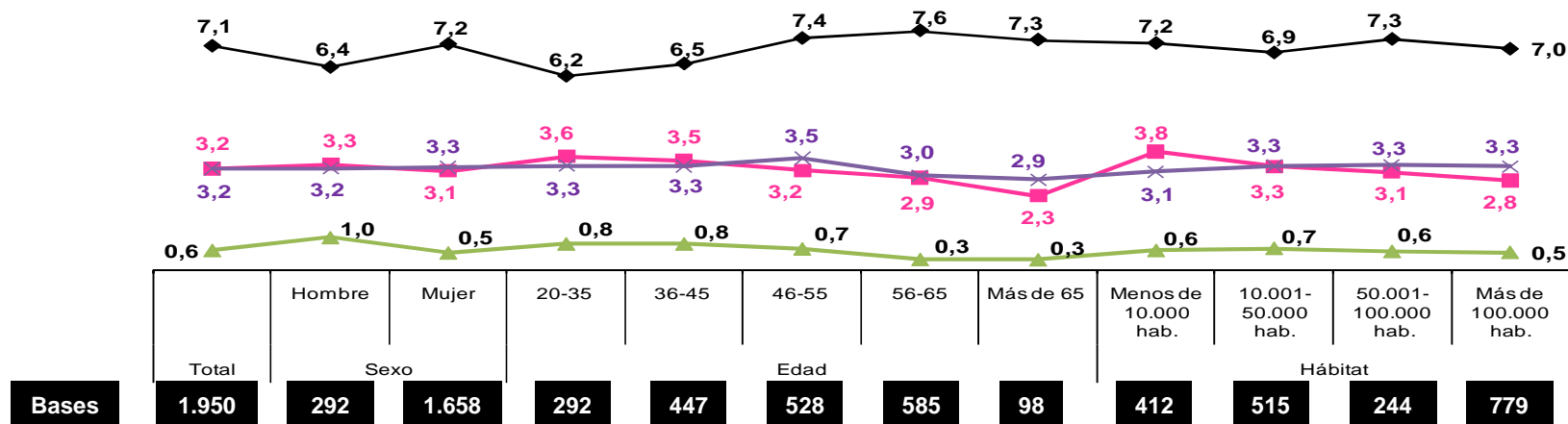
2.- CONSUMIDORES

**Frecuencia Media de Compra
(Días al mes)**

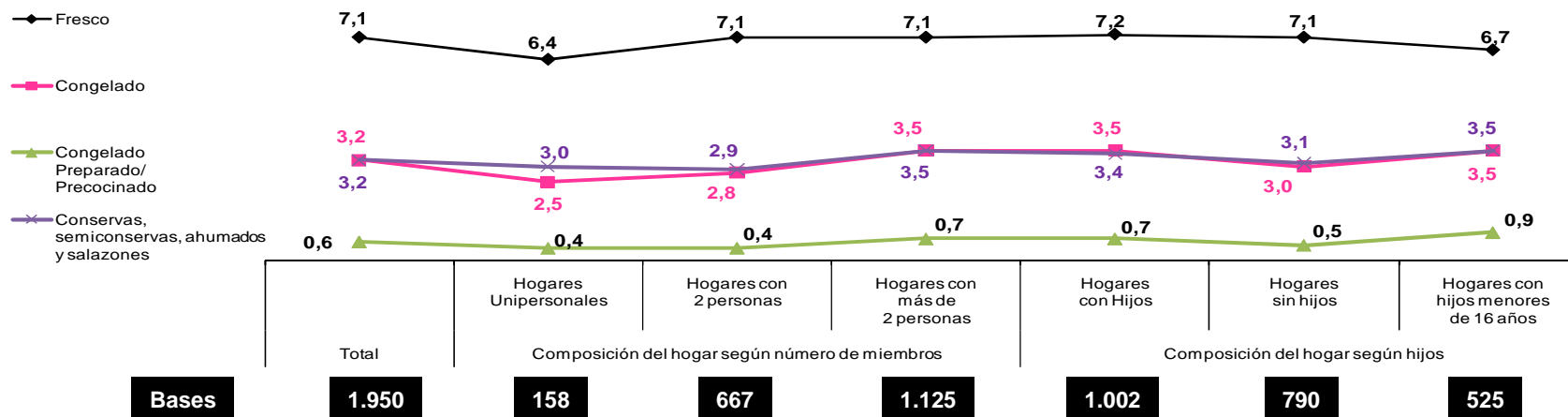
- Nunca
- Menos de una vez al mes
- 1 vez al mes
- 2/3 veces al mes
- 1 vez por semana
- 2/3 veces por semana
- Todos o casi todos los días



Frecuencia media de compra según sexo, edad y hábitat. (Días al mes)

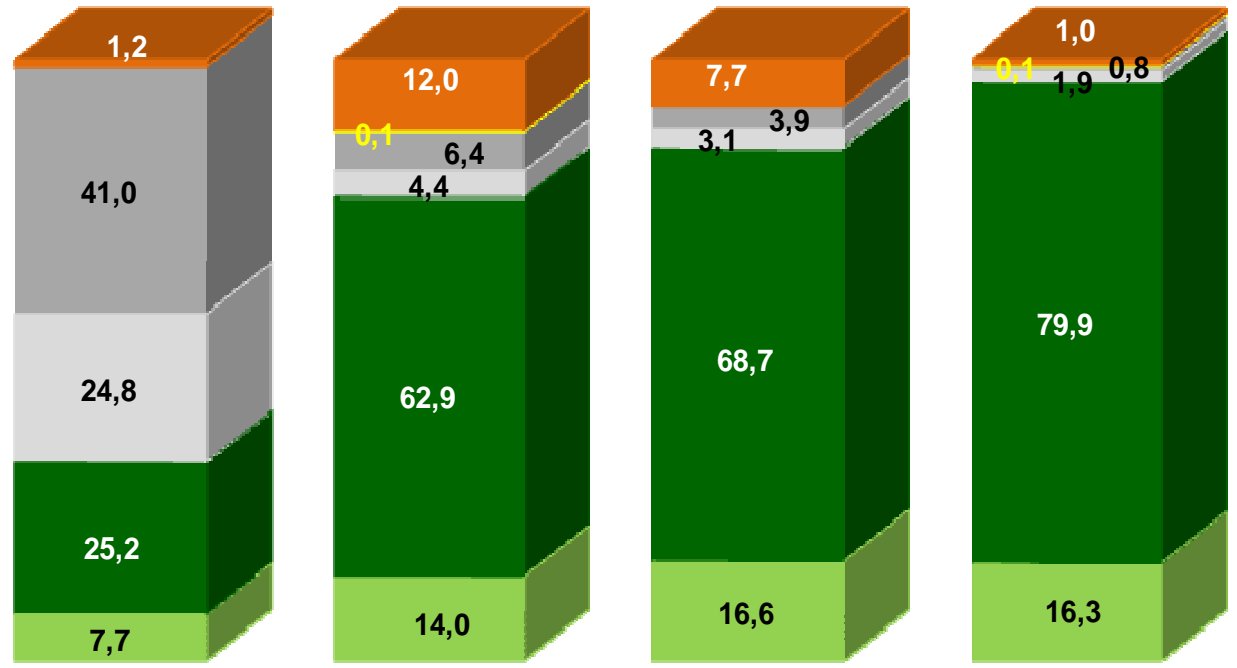


Frecuencia media de compra según composición del hogar. (Días al mes)



%

- Cadena especializada
- Internet/Catálogo
- Pescadería a pie de calle
- Mercado/Galería
- Super
- Hipermercado



Fresco

Congelado

Congelado Preparado/Precocinado

Conservas, semiconservas, ahumados y salazones

Bases consumen

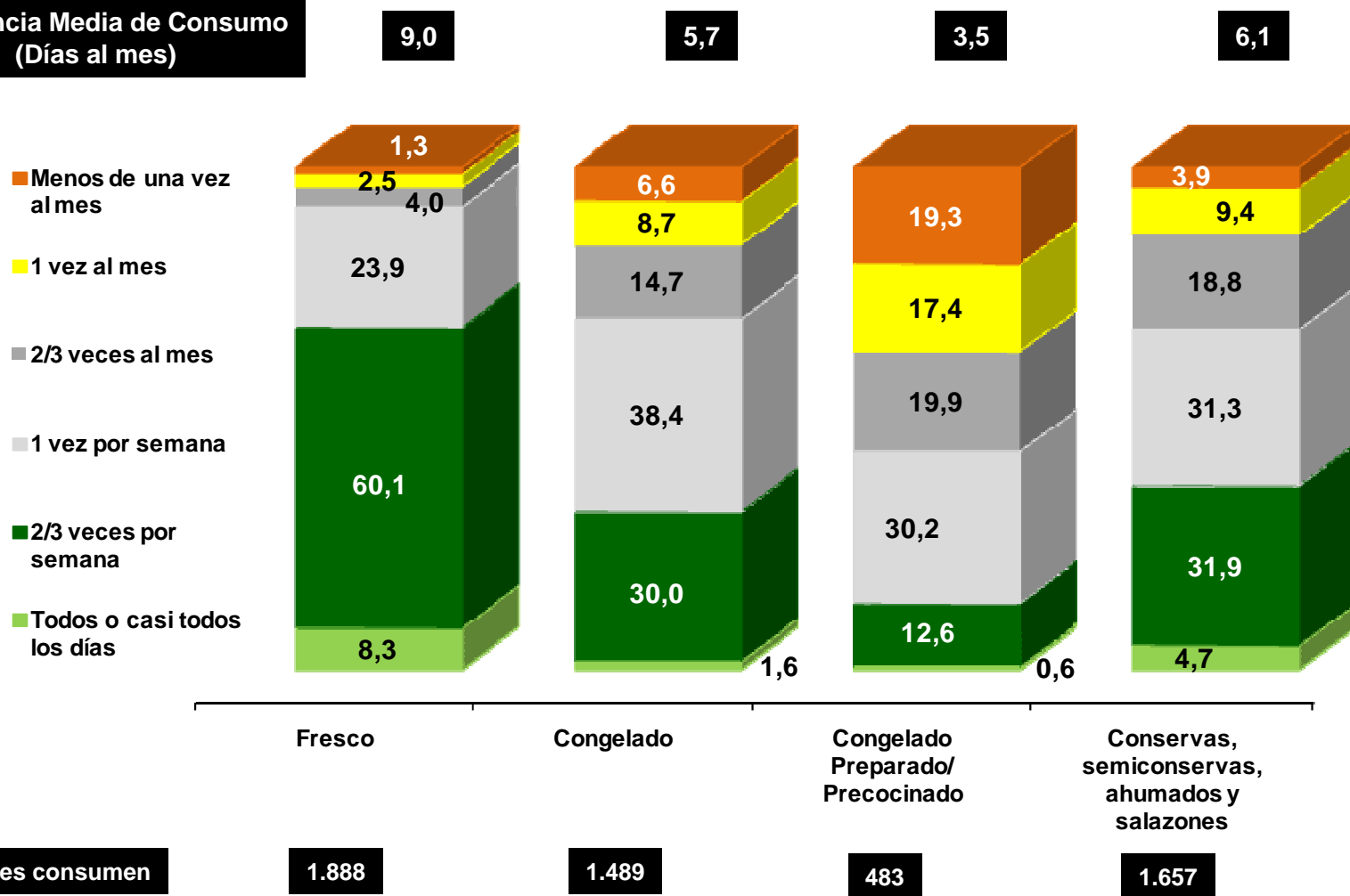
1.888

1.489

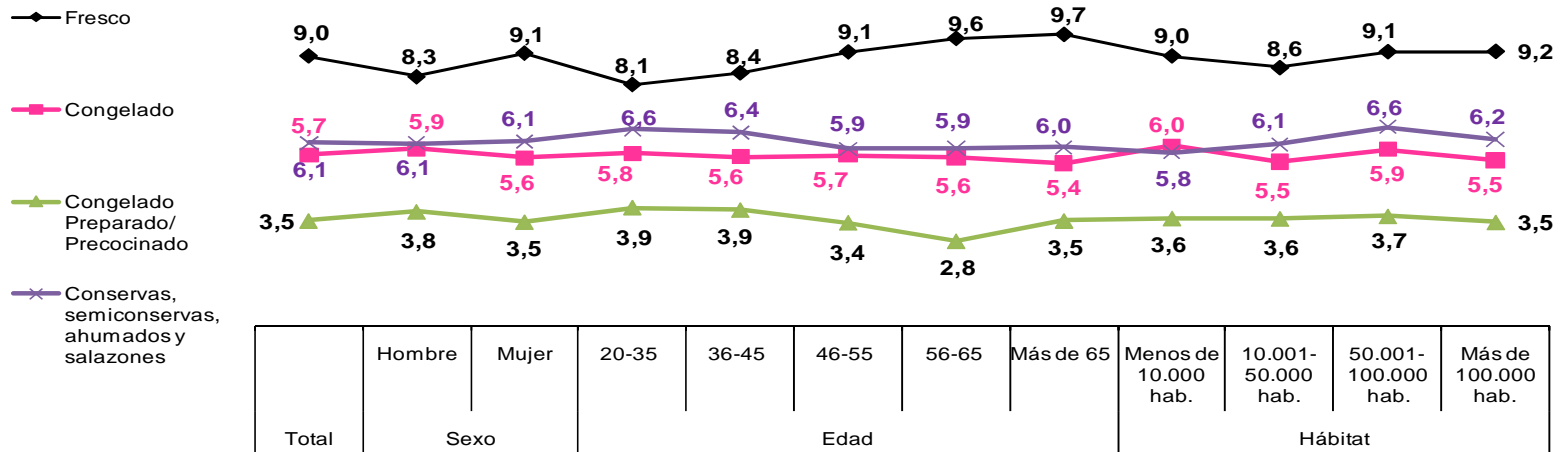
483

1.657

Frecuencia Media de Consumo (Días al mes)



Frecuencia media de consumo según sexo, edad y hábitat. (Días al mes)

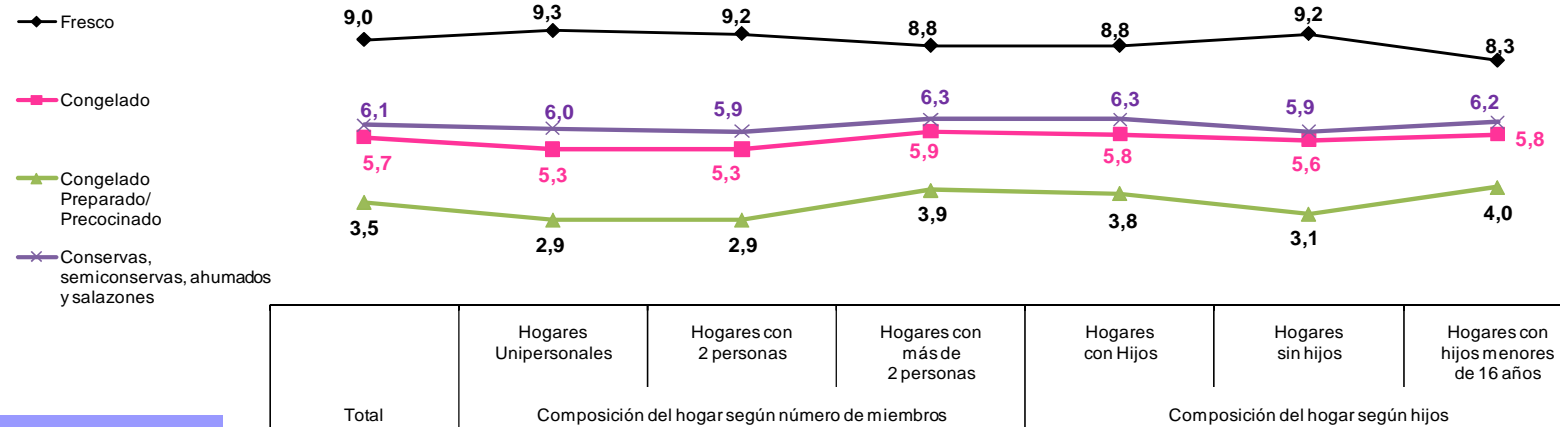


Base Fresco: 1.888

Base Congelado: 1.489

Base Congelado Preparado/ Precocinado: 483

Frecuencia media de consumo según composición del hogar. (Días al mes)



Base Fresco: 1.888

Base Congelado: 1.489

Base Congelado Preparado/ Precocinado: 483

Base Conservas, Semiconservas, Ahumados y Salazones: 1.657

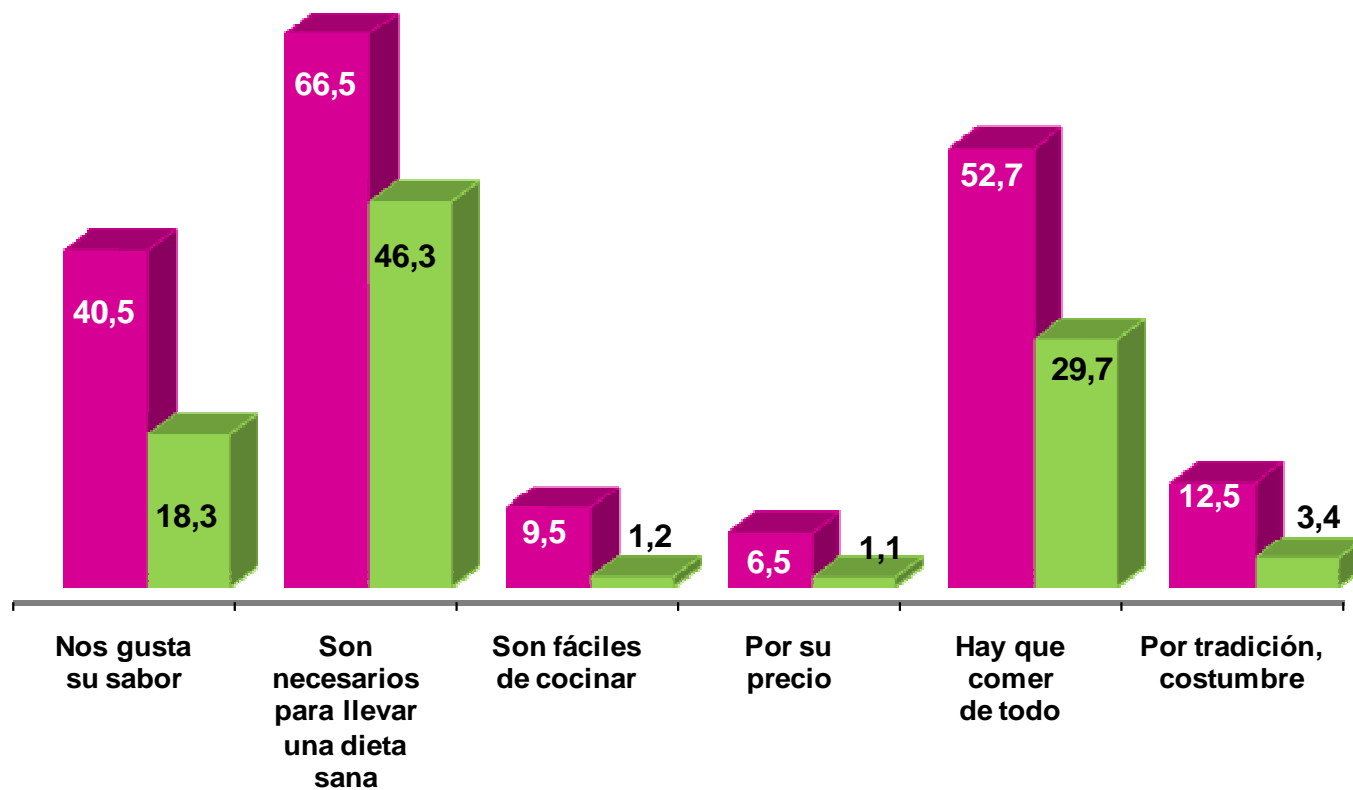


Razones de consumo de pescado

(*) *Pregunta de respuesta múltiple*

Razón más importante

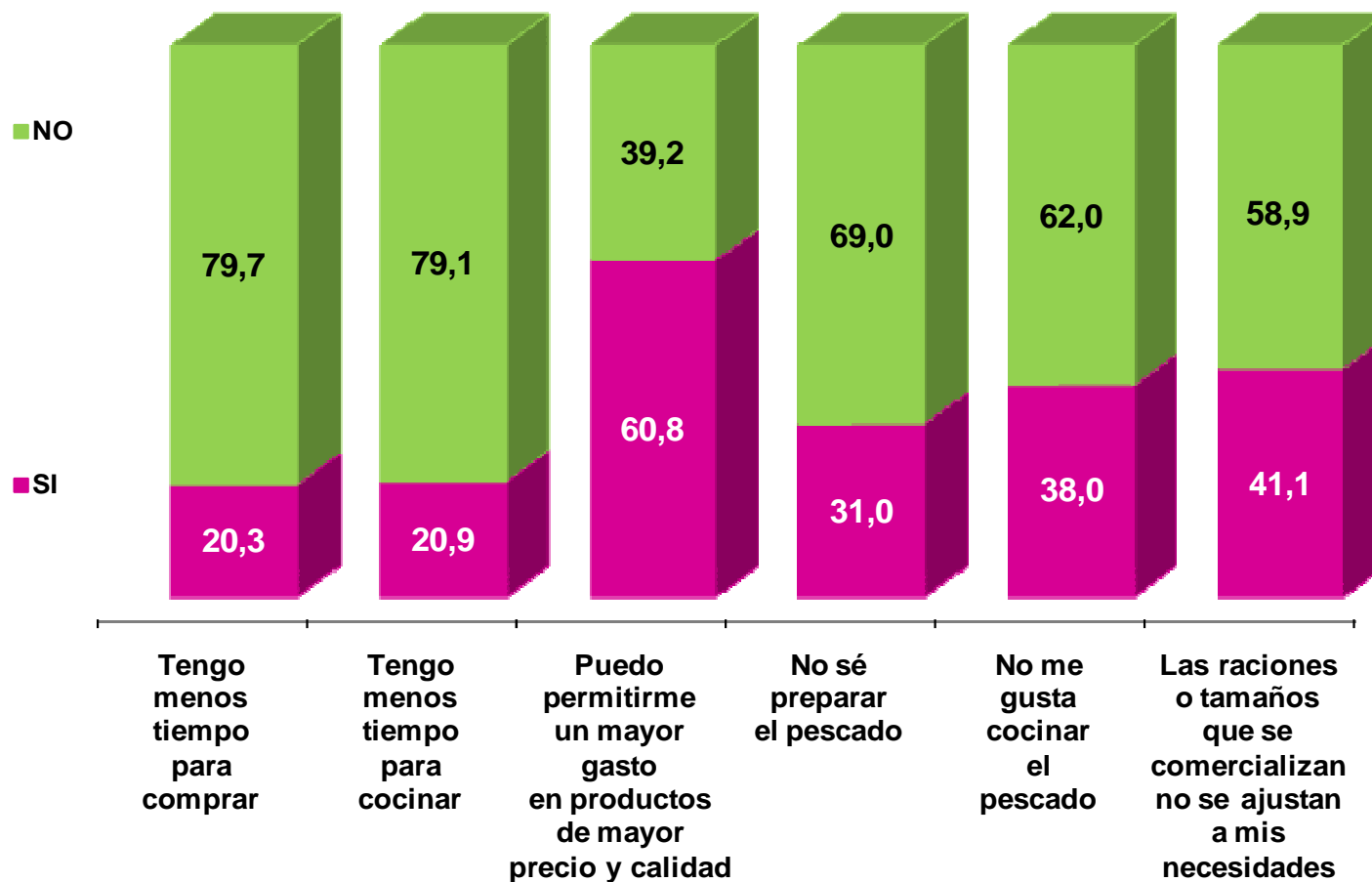
(*) *Pregunta de respuesta única*

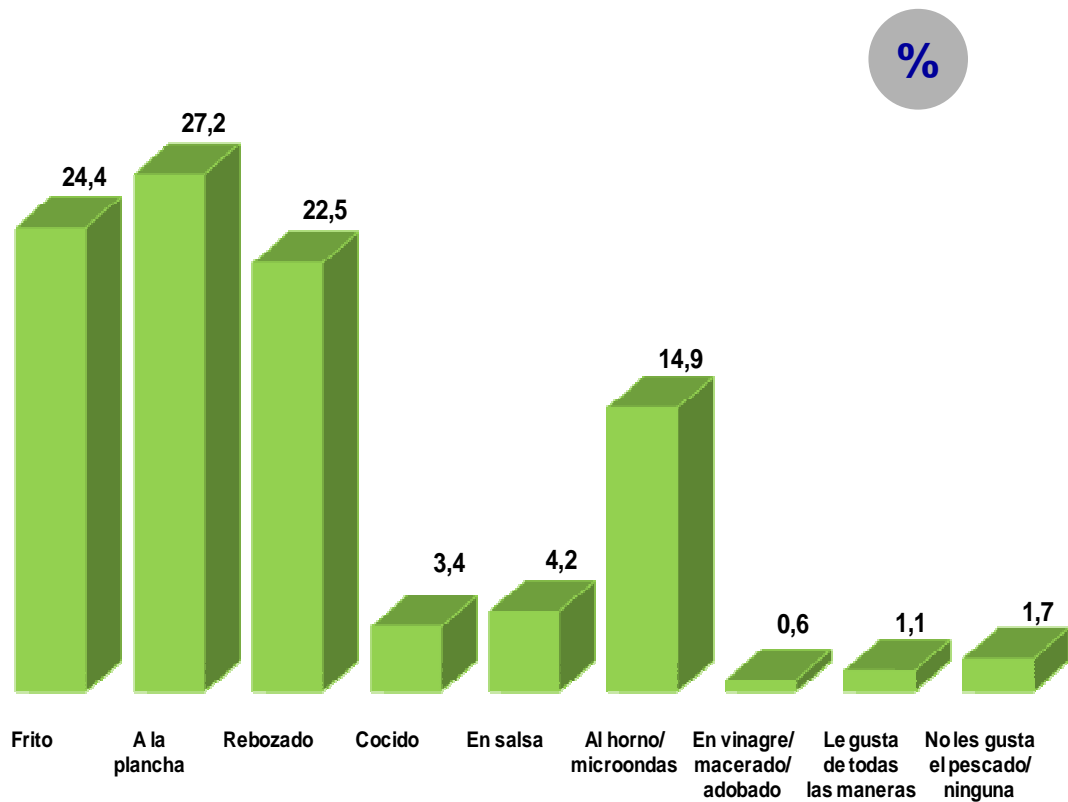


	Total 2011	Sexo		Edad				
		Hombre	Mujer	20-35	36-45	46-55	56-65	Más de 65
Son necesarios para llevar una dieta sana	46,3	45,9	46,3	49,7	52,6	45,6	42,4	33,7
Hay que comer de todo	29,7	31,8	29,4	30,8	26,4	31,4	27,5	45,9
Nos gusta su sabor	18,3	17,5	18,5	16,4	14,3	17,8	23,4	14,3
Por tradición, costumbre	3,4	3,4	3,4	1,7	3,1	3,8	4,1	4,1
Son fáciles de cocinar	1,2	0,7	1,3	1,0	2,0	0,4	1,2	2,0
Por su precio	1,1	0,7	1,1	0,3	1,6	0,9	1,4	0,0
Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98

Base Hogares Unipersonales: 525

%





Base tienen hijos menores de 16 años: 525

(*) Pregunta de respuesta múltiple	(%)
Merluza/Pescadilla	58,3
Boquerón/Anchoa	17,9
Gallo	13,7
Calamares	13,0
Lenguado	10,5
Dorada	10,3
Atún	10,1
Bacaladitos/Bacaladilla/Lirio	9,1
Panga	9,0
Salmón	8,4
Sardina	7,2
Rape	5,3
Emperador	4,2
Langostinos	3,4
Lubina	3,2
Caballa	2,5
Trucha	2,3
Jurel/chicharro	2,1
Mejillón	1,5
Pulpo	1,1
Otras (*)	8,4
Ninguna, no les gusta el pescado	1,7
Base Tienen hijos menores de 16 años	525

(*) Otras: Bacalao, Congrio, Sepia, Palometa, Perca, Pez Espada, Raya, Mero, Quisquilla, Crustáceos, Fletán



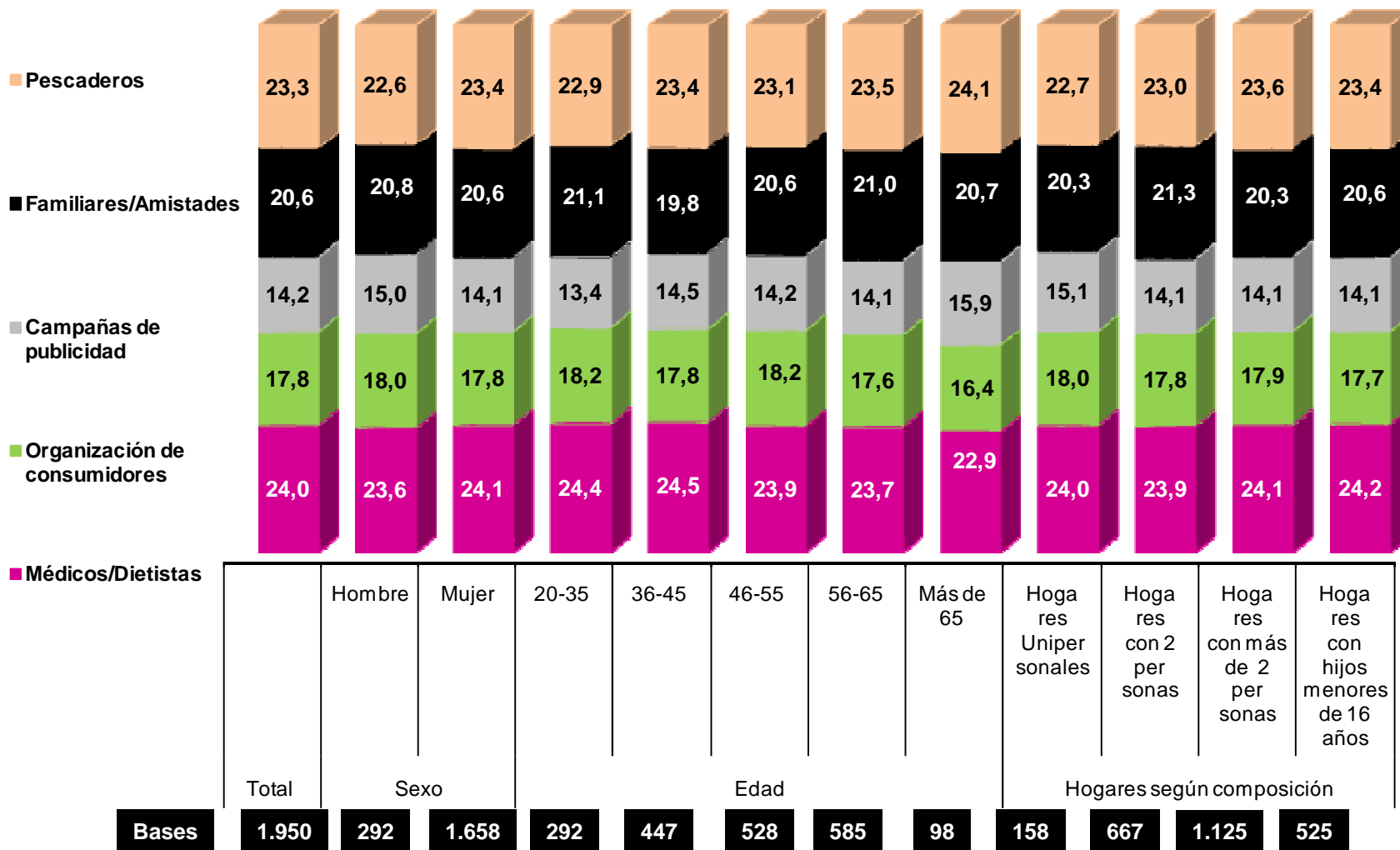
(*) Pregunta de respuesta múltiple	Total 2011	Sexo		Edad				
		Hombre	Mujer	20-35	36-45	46-55	56-65	Más de 65
Sardina	17,2	16,4	17,3	20,5	20,4	16,9	13,5	16,3
Trucha	12,8	12,3	12,8	10,3	15,0	12,5	11,8	17,3
Panga	12,4	14,0	12,1	12,3	11,2	12,7	13,3	11,2
Jurel/chicharro	9,9	12,0	9,5	7,5	9,6	10,0	9,9	17,3
Salmón	8,8	7,2	9,0	10,3	9,4	8,0	8,7	6,1
Caballa	8,5	7,9	8,6	11,0	6,5	7,6	9,1	11,2
Palometa/Japuta	7,1	6,2	7,2	6,5	5,6	6,8	8,2	10,2
Dorada	5,9	4,1	6,3	5,8	6,5	5,3	6,3	5,1
Bacaladitos/Bacaladilla/Lirio	5,5	5,5	5,5	6,2	7,4	4,2	5,0	6,1
Gallo	4,6	3,1	4,8	4,1	4,3	5,3	3,9	7,1
Pulpo	4,4	5,5	4,2	4,5	5,6	3,4	3,2	10,2
Boquerón/Anchoa	4,2	4,8	4,1	5,8	3,6	4,0	3,8	6,1
Merluza/Pescadilla	4,1	5,5	3,8	3,4	3,6	4,5	4,4	3,1
Atún	4,0	2,1	4,3	3,8	4,9	3,8	3,4	5,1
Rape	2,6	2,1	2,7	2,4	3,6	2,8	2,1	1,0
Langostinos	2,5	1,7	2,7	3,4	1,3	1,9	3,2	4,1
Besugo	2,3	2,7	2,2	1,4	2,5	3,0	2,1	1,0
Calamares	1,7	2,4	1,6	2,1	0,9	0,8	2,4	6,1
Mejillón	1,5	2,7	1,3	3,4	0,9	0,8	1,7	1,0
Lenguado	1,4	1,4	1,4	1,7	1,6	1,9	1,0	0,0
Lubina	1,2	2,1	1,1	1,0	1,8	0,8	1,4	1,0
Marisco en general	1,0	0,7	1,0	1,0	0,2	1,1	1,2	2,0
Ninguna, le gustan todas o la	7,7	8,9	7,5	7,5	5,1	8,0	9,4	8,2
Otras	13,1	11,6	13,3	12,7	13,9	14,0	12,3	10,2
Ns/Nc	1,6	2,4	1,5	2,1	1,1	1,5	1,2	6,1
Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98

%

(*) Pregunta de respuesta múltiple	No lo he probado nunca	No nos gusta el sabor	Tiene muchas espinas	Por el precio	Falta de costumbre	No sé cocinarlo	Lleva mucho tiempo prepararlo/cocinarlo	No encuentro tamaño que se adapte a mis necesidades	Problemas de salud, alergias, prescripción médica	Otros	Bases
Sardina	1,8	59,7	38,2	3,0	8,1	1,5	3,9	1,5	1,8	4,2	335
Trucha	6,8	56,6	39,0	6,8	14,1	1,2	3,6	1,6	0,0	1,6	249
Panga	10,7	69,8	14,0	6,6	14,0	2,1	2,1	2,1	1,2	2,9	242
Jurel/chicharro	5,2	55,4	43,5	6,2	13,5	2,1	2,1	0,0	2,1	1,6	193
Salmón	2,3	76,0	8,2	5,3	5,8	1,8	1,8	0,0	1,2	8,8	171
Caballa	7,3	49,7	32,7	5,5	15,8	1,2	5,5	0,0	2,4	0,0	165
Palometa/Japuta	13,8	52,2	24,6	8,7	21,0	2,9	1,4	1,4	0,7	1,4	138
Dorada	3,4	47,4	25,9	25,9	10,3	2,6	2,6	0,0	1,7	5,2	116
Bacaladitos/Bacaladilla/Lirio	3,7	79,6	21,3	5,6	11,1	0,9	4,6	0,9	0,0	0,9	108
Gallo	5,6	42,7	27,0	18,0	15,7	2,2	4,5	0,0	0,0	2,2	89
Pulpo	3,5	62,4	21,2	15,3	21,2	10,6	7,1	2,4	3,5	0,0	85
Boquerón/Anchoa	3,7	68,3	28,0	0,0	14,6	3,7	9,8	2,4	3,7	0,0	82
Merluza/Pescadilla	2,5	53,2	10,1	20,3	11,4	1,3	3,8	1,3	2,5	6,3	79
Atún	5,1	64,1	6,4	10,3	9,0	3,8	1,3	0,0	2,6	10,3	78
Rape	0,0	41,2	5,9	41,2	13,7	2,0	7,8	0,0	3,9	2,0	51
Langostinos	0,0	42,9	14,3	32,7	16,3	8,2	4,1	0,0	10,2	4,1	49
Besugo	0,0	11,4	31,8	52,3	11,4	2,3	0,0	2,3	0,0	2,3	44
Calamar	0,0	64,7	5,9	17,6	23,5	0,0	8,8	5,9	5,9	0,0	34
Mejillón	0,0	65,5	3,4	10,3	17,2	3,4	3,4	0,0	10,3	3,4	29
Lenguado	3,6	50,0	10,7	42,9	7,1	10,7	0,0	0,0	0,0	3,6	28
Lubina	0,0	29,2	12,5	45,8	20,8	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	24
Marisco en general	0,0	31,6	0,0	42,1	10,5	5,3	0,0	0,0	10,5	5,3	19

¿Cuál o cuáles de las siguientes fuentes le merecen mayor confianza?

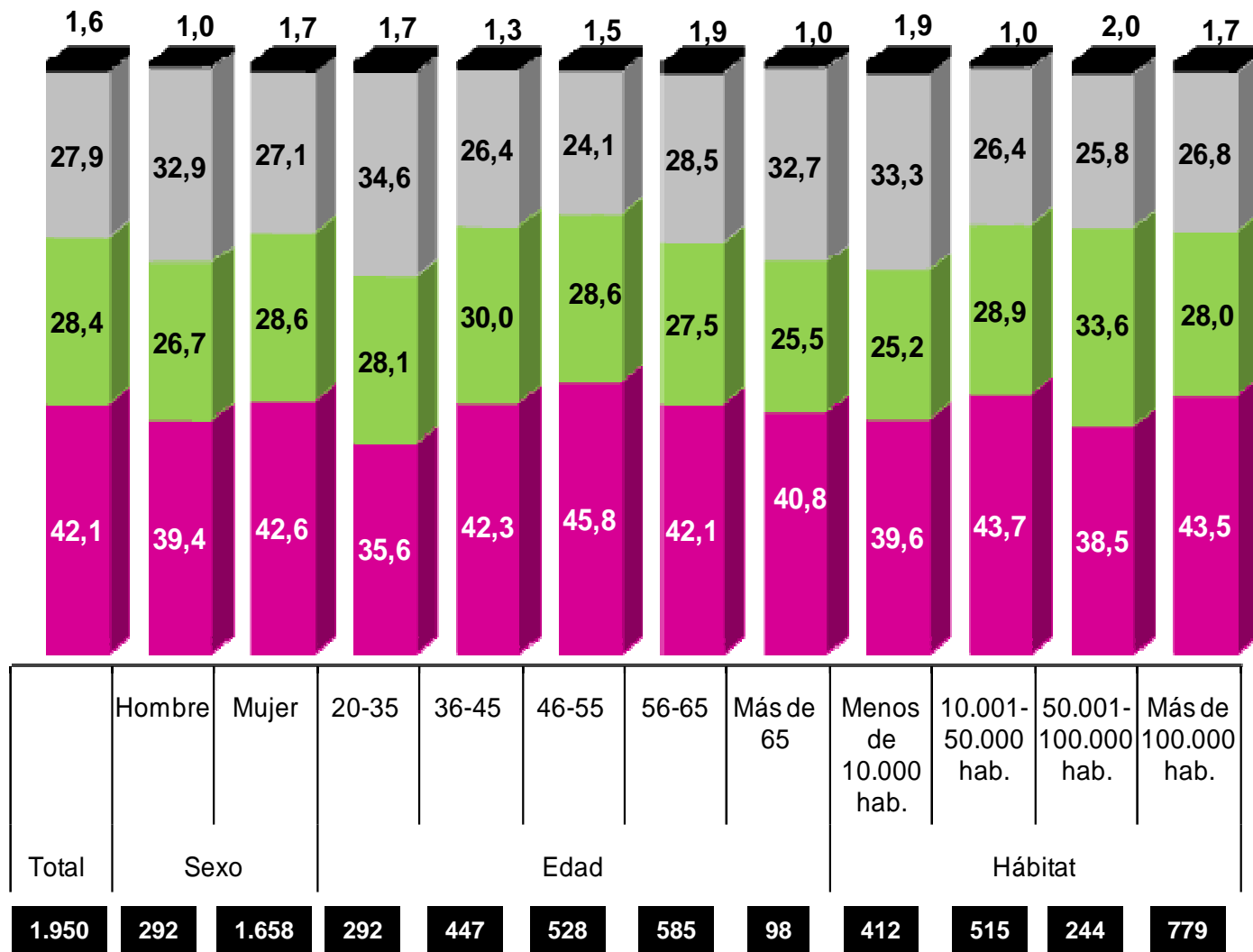
%



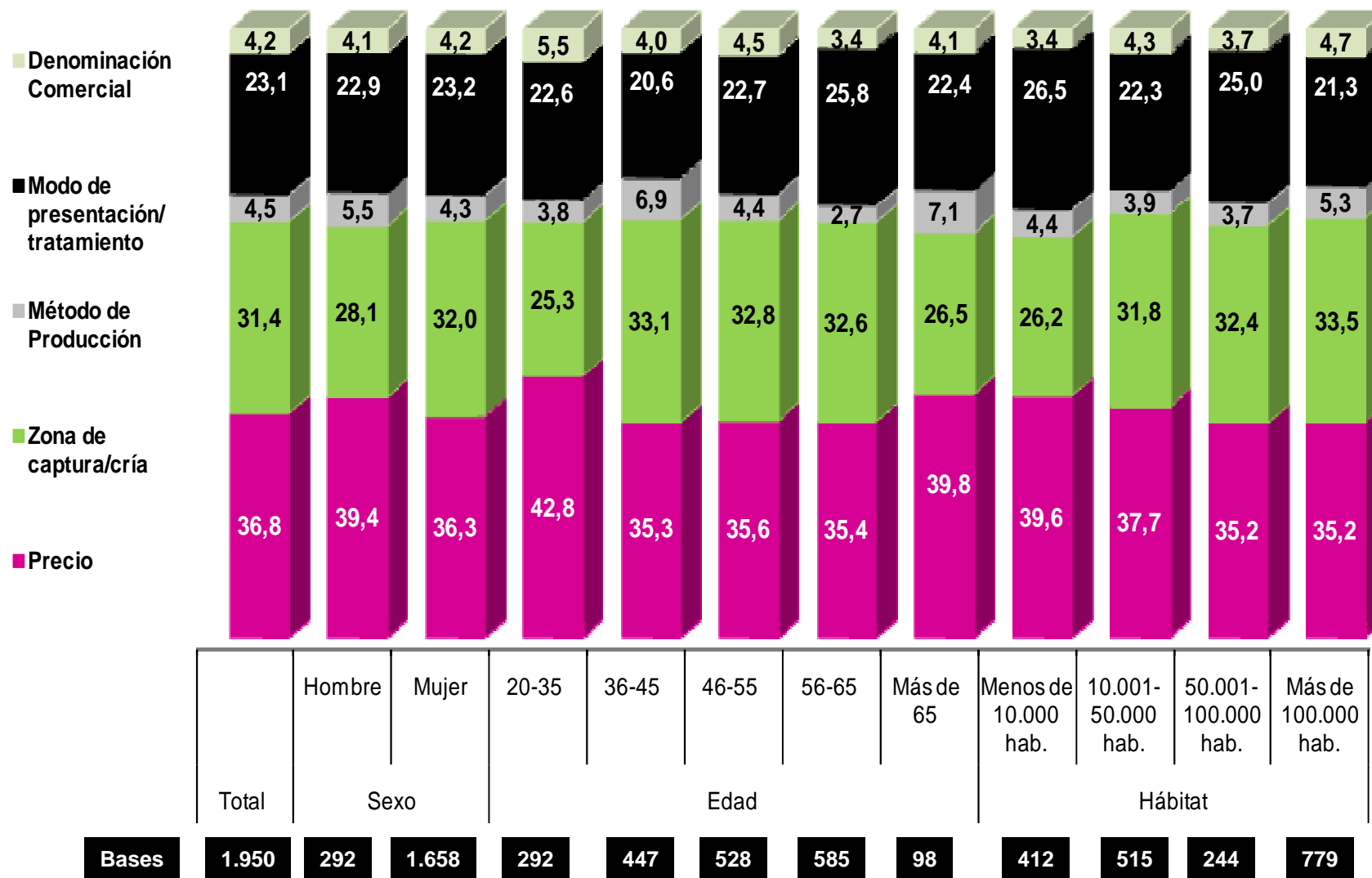
%

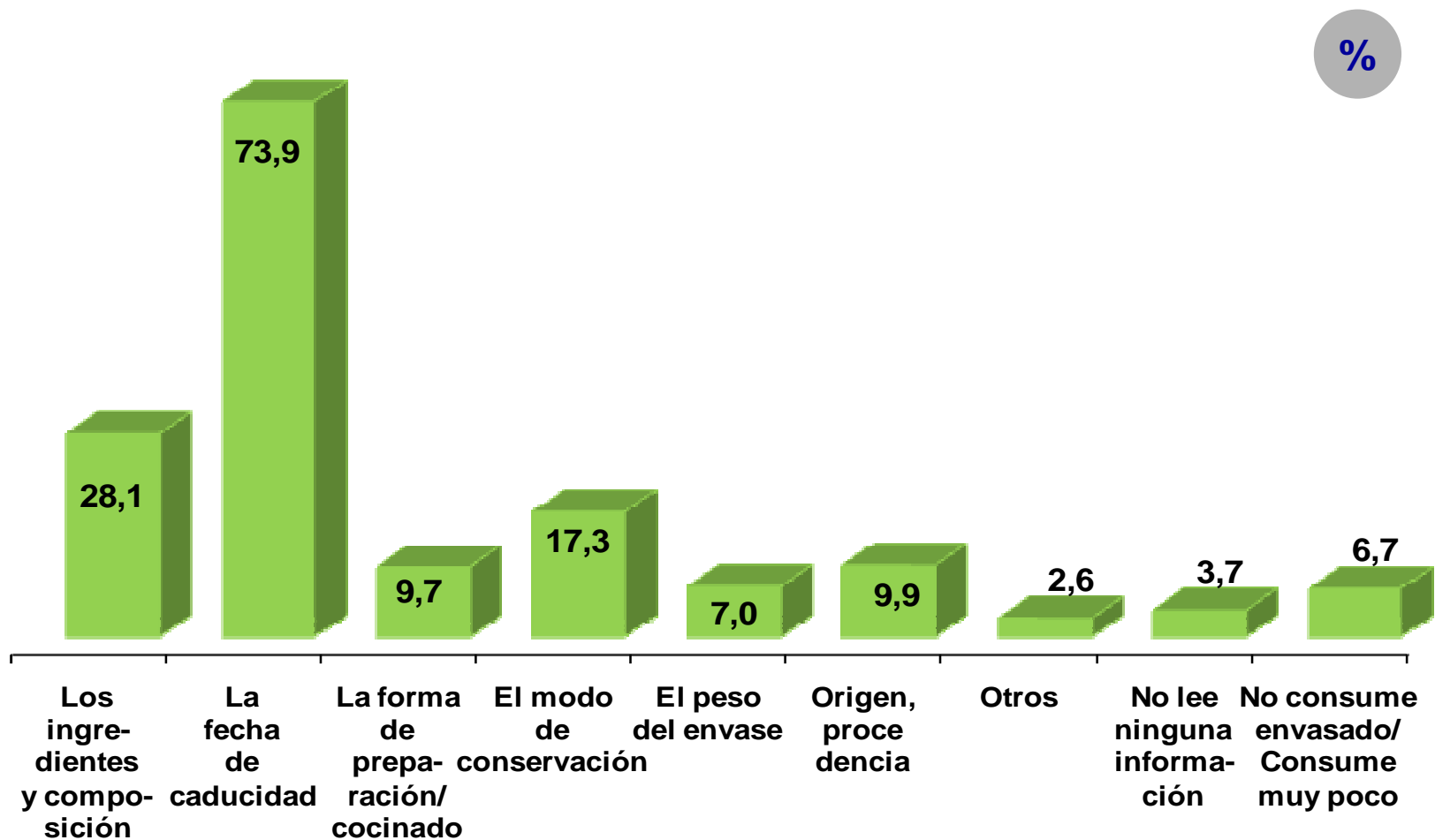
ETIQUETAS

- No sabía que existían
- No las suelo leer
- Sí, cuando las veo
- Sí, habitualmente



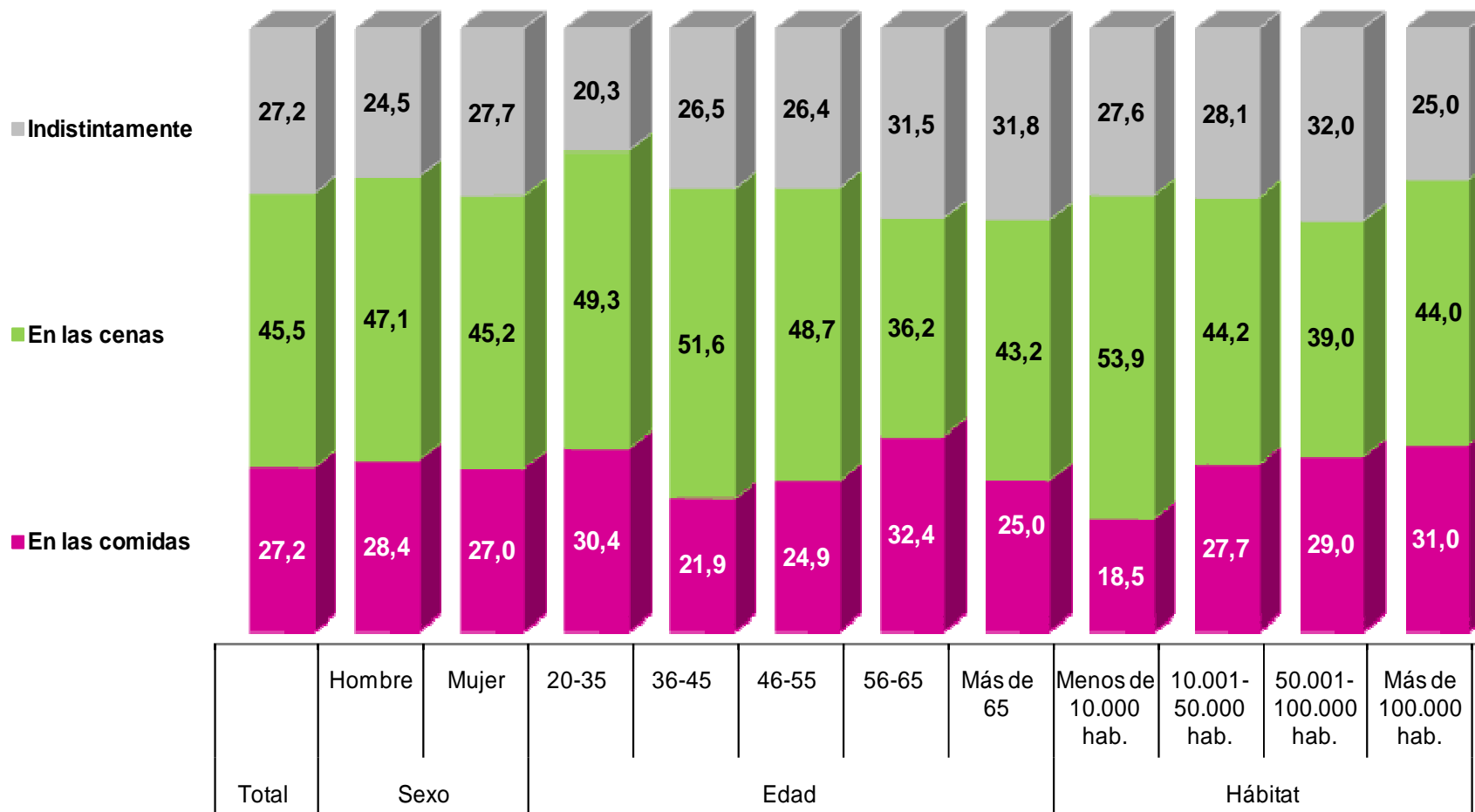
%



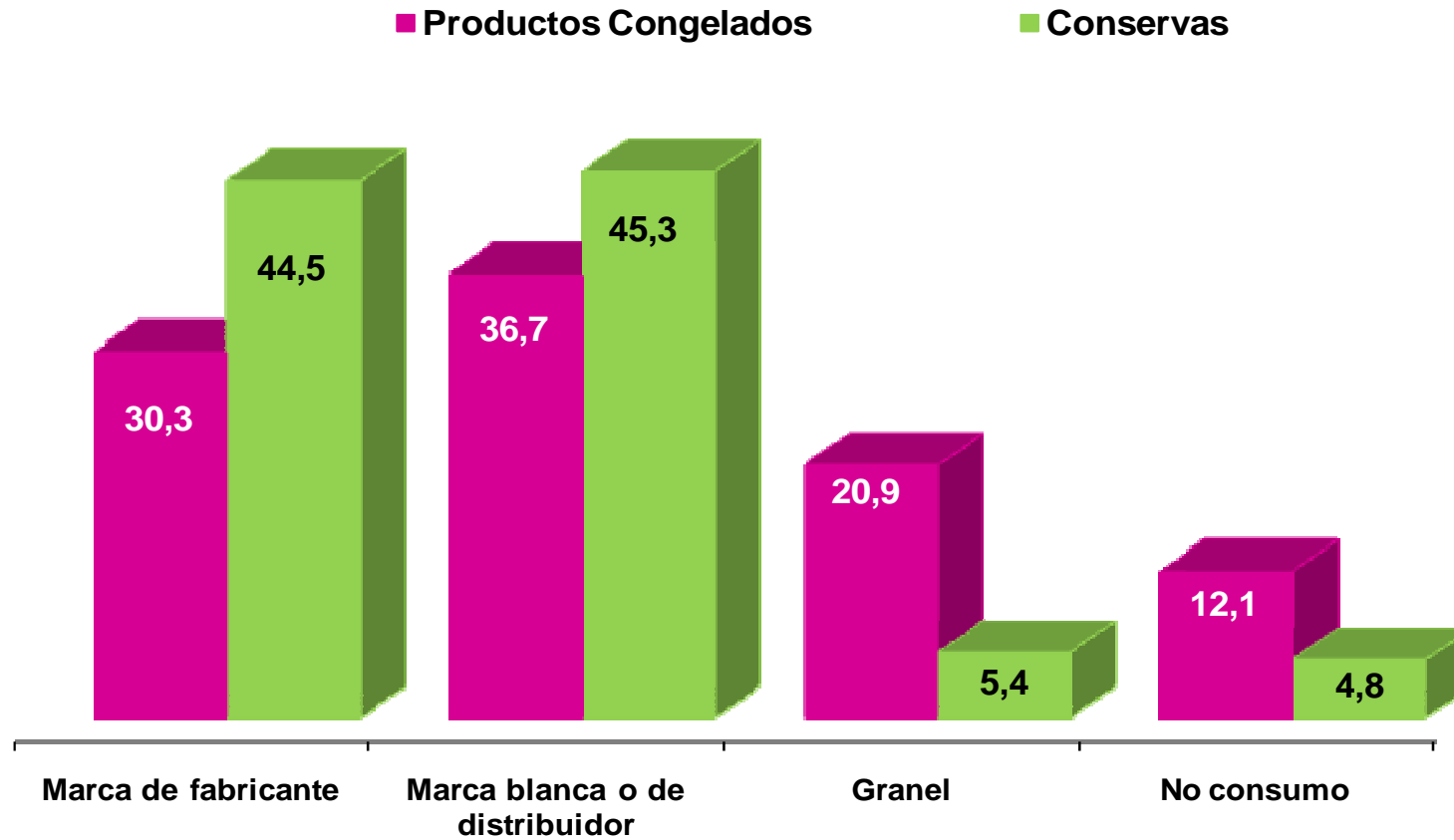


	Total 2011	Sexo		Edad				
		Hombre	Mujer	20-35	36-45	46-55	56-65	Más de 65
La fecha de caducidad	73,9	68,8	74,8	74,7	71,8	72,5	76,2	75,5
Los ingredientes y composición	28,1	24,7	28,6	27,1	31,8	31,6	23,6	21,4
El modo de conservación	17,3	17,8	17,2	17,8	17,0	16,9	19,3	8,2
Origen, procedencia	9,9	10,6	9,8	12,3	12,3	11,7	6,2	4,1
La forma de preparación/cocinado	9,7	6,8	10,2	7,9	10,7	12,3	8,0	6,1
El peso del envase	7,0	7,5	6,9	6,5	8,5	6,8	6,5	6,1
Otros	2,6	3,1	2,5	1,7	4,9	2,7	1,2	3,1
No suele leer/No lee ninguna información	3,7	5,8	3,3	3,8	4,3	4,0	3,1	3,1
No consume envasado/Consume muy poco	6,7	5,8	6,9	3,4	4,5	6,4	8,7	16,3
Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98

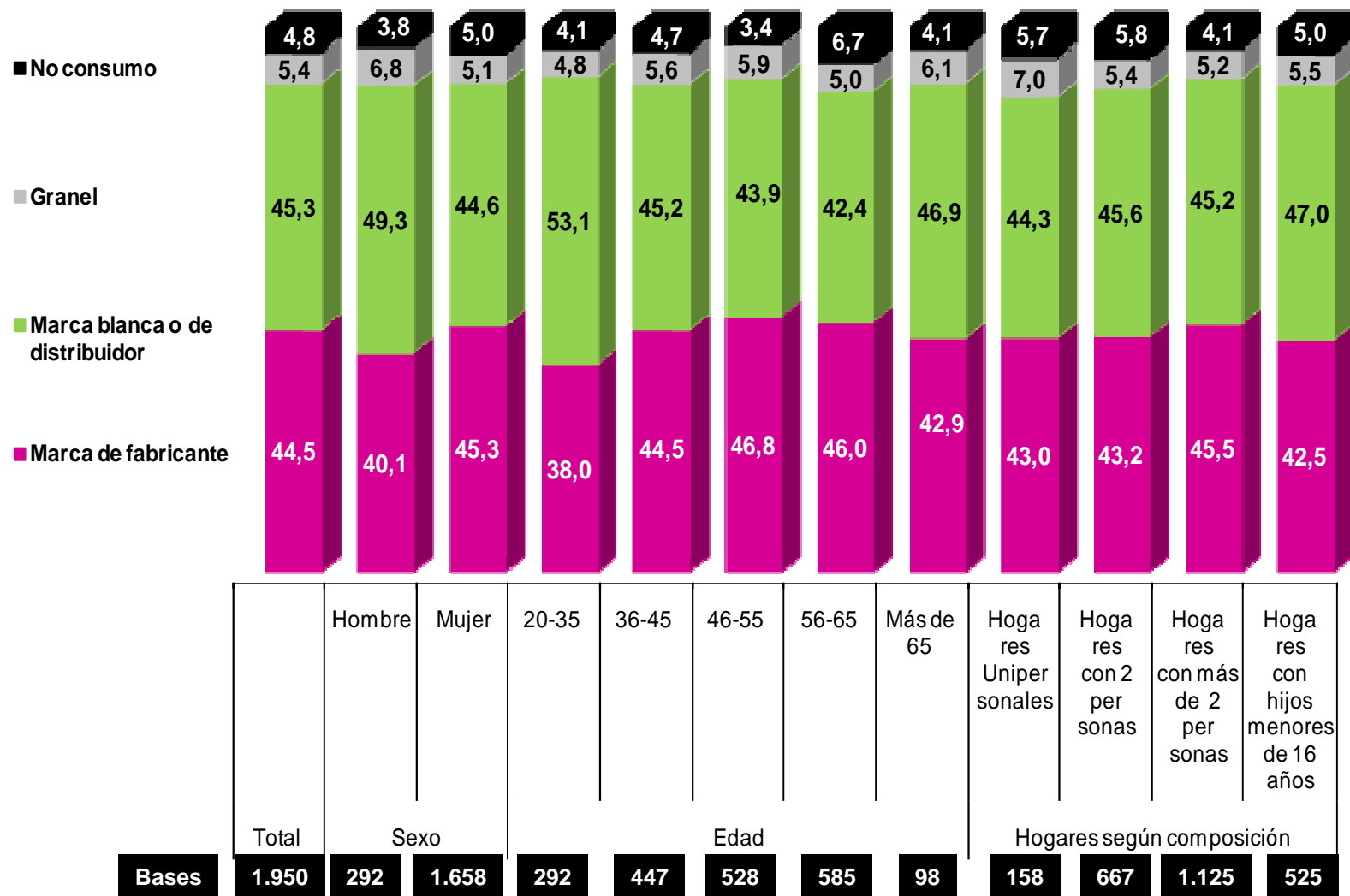
%



Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98	412	515	244	779
--------------	--------------	------------	--------------	------------	------------	------------	------------	-----------	------------	------------	------------	------------



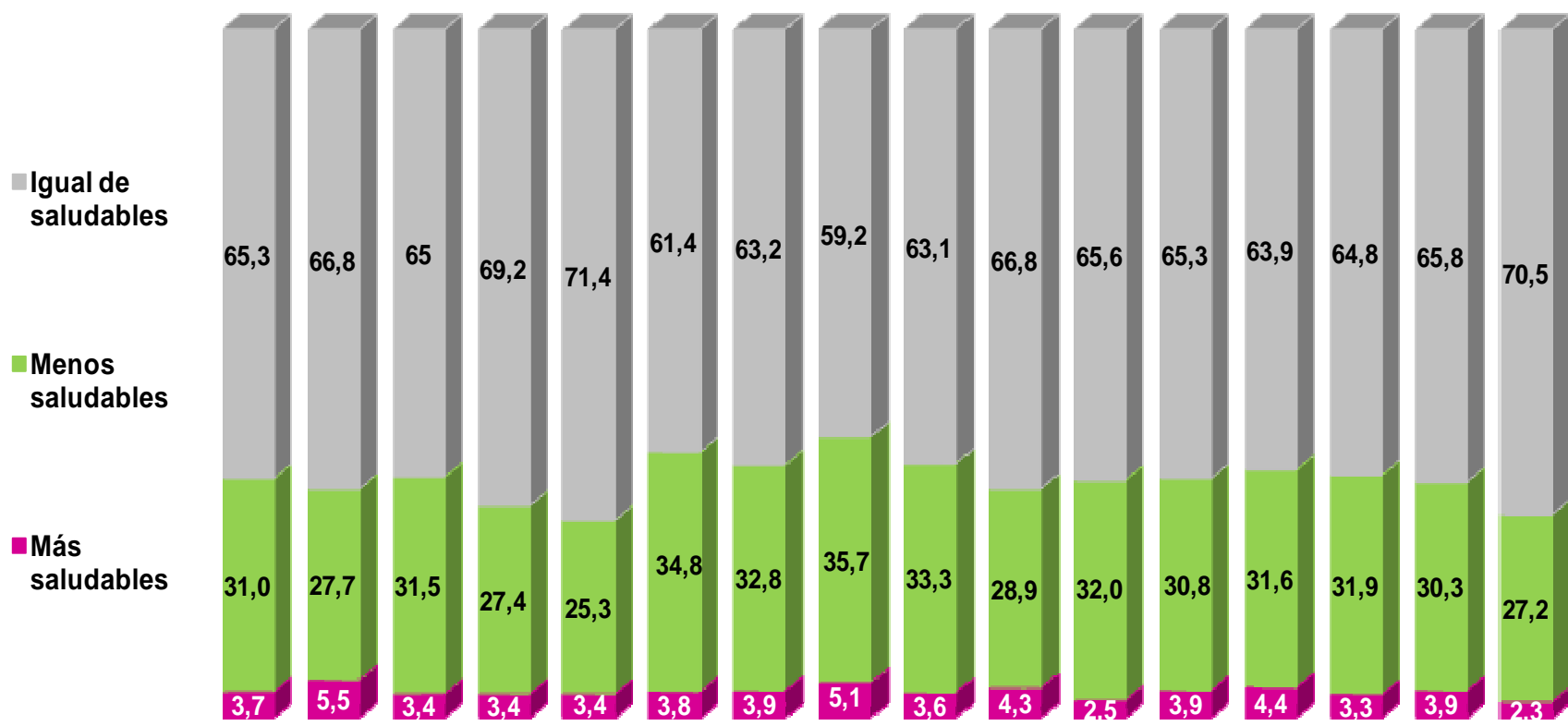






Consumidores	Total 2011	Sexo		Edad				
		Hombre	Mujer	20-35	36-45	46-55	56-65	Más de 65
No conocía su existencia	4,1	4,5	4,0	5,5	4,5	2,3	4,3	6,1
Conocía su existencia, pero no los he probado nunca	52,2	42,8	53,9	47,9	51,0	54,5	53,7	49,0
Alguna vez los he probado	29,2	34,2	28,3	34,2	29,3	26,9	28,7	28,6
Los consumo de vez en cuando	12,7	15,1	12,2	9,6	13,6	14,2	12,0	13,3
Los consumo a menudo	1,9	3,4	1,6	2,7	1,6	2,1	1,4	3,1
Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98

%



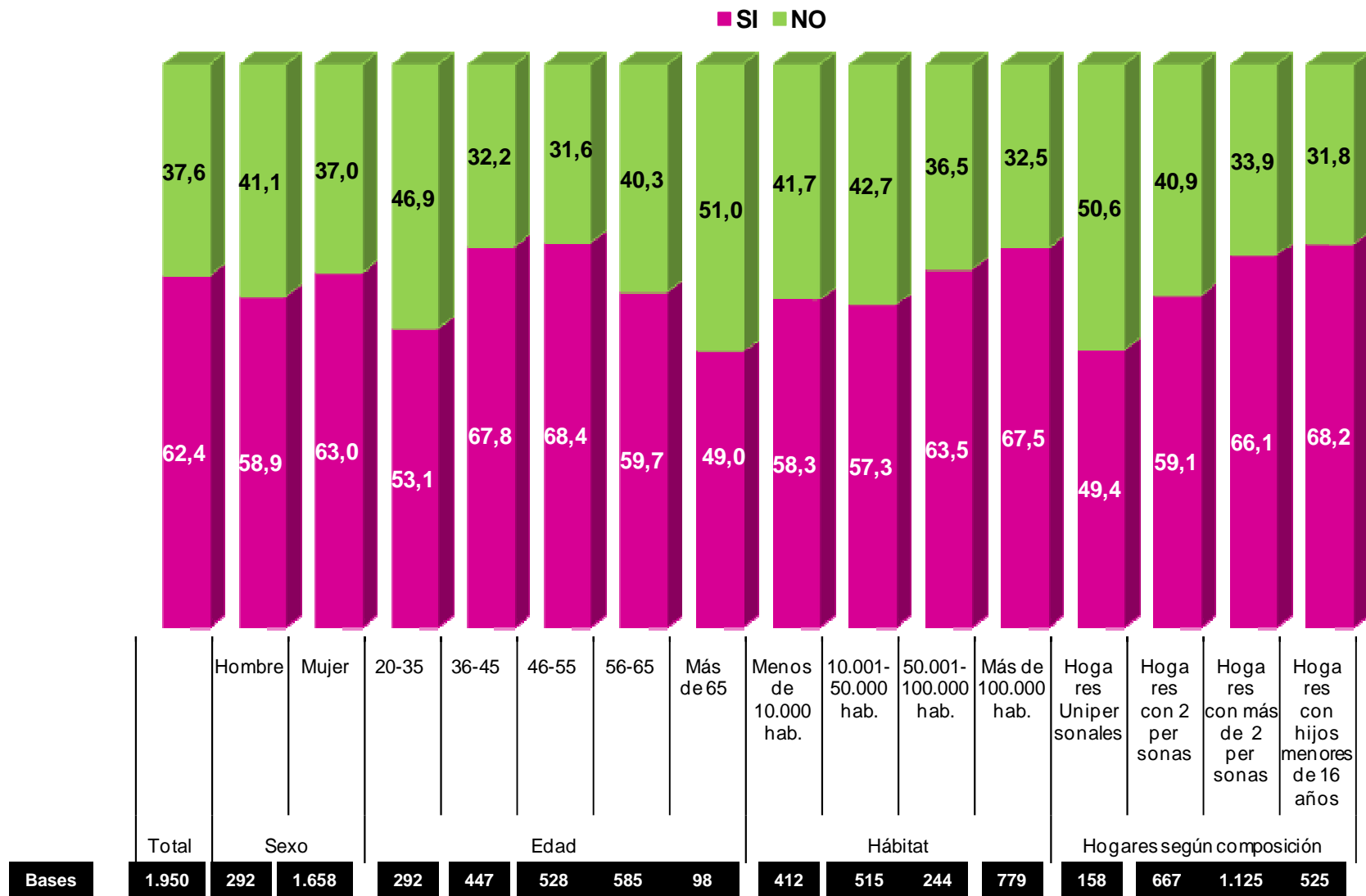
Bases	Total	Sexo		Edad					Hábitat			Hogares según composición				
	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98	412	515	244	779	158	667	1.125	525

Los productos pesqueros modificados o enriquecidos con algún aditivo beneficioso para su salud, por ejemplo, bajos en sal o que reduzcan el colesterol, diría Ud que ...

%

Consumidores	Total 2011	Sexo		Edad					Hogares según composición			
		Hombre	Mujer	20-35	36-45	46-55	56-65	Más de 65	Hogares Unipersonales	Hogares con 2 personas	Hogares con más de 2 personas	Hogares con hijos menores de 16 años
No conocía su existencia	19,2	18,2	19,4	19,5	20,6	16,3	20,9	17,3	19,0	16,8	20,6	20,8
Conocía su existencia, pero no los he probado nunca	48,5	45,9	48,9	48,6	53,0	49,6	44,8	42,9	49,4	47,2	49,1	51,0
Alguna vez los he probado	18,5	23,6	17,6	22,9	16,8	16,9	17,8	26,5	13,3	20,7	18,0	17,3
Los consumo de vez en cuando	8,8	8,2	8,9	6,2	6,5	11,9	9,2	7,1	9,5	10,6	7,6	6,7
Los consumo a menudo	5,1	4,1	5,2	2,7	3,1	5,3	7,4	6,1	8,9	4,6	4,8	4,2
Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98	292	447	528	585

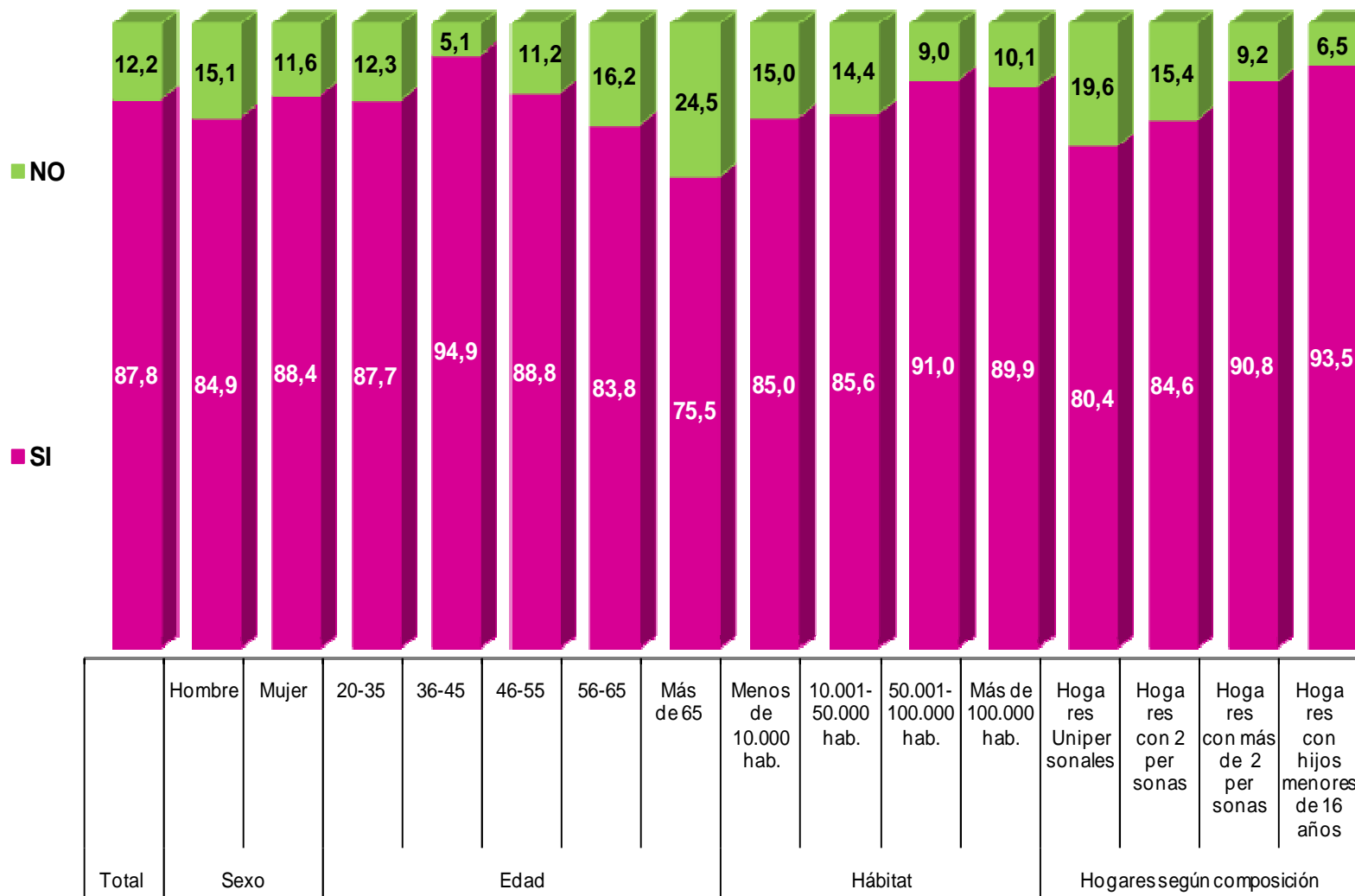
%





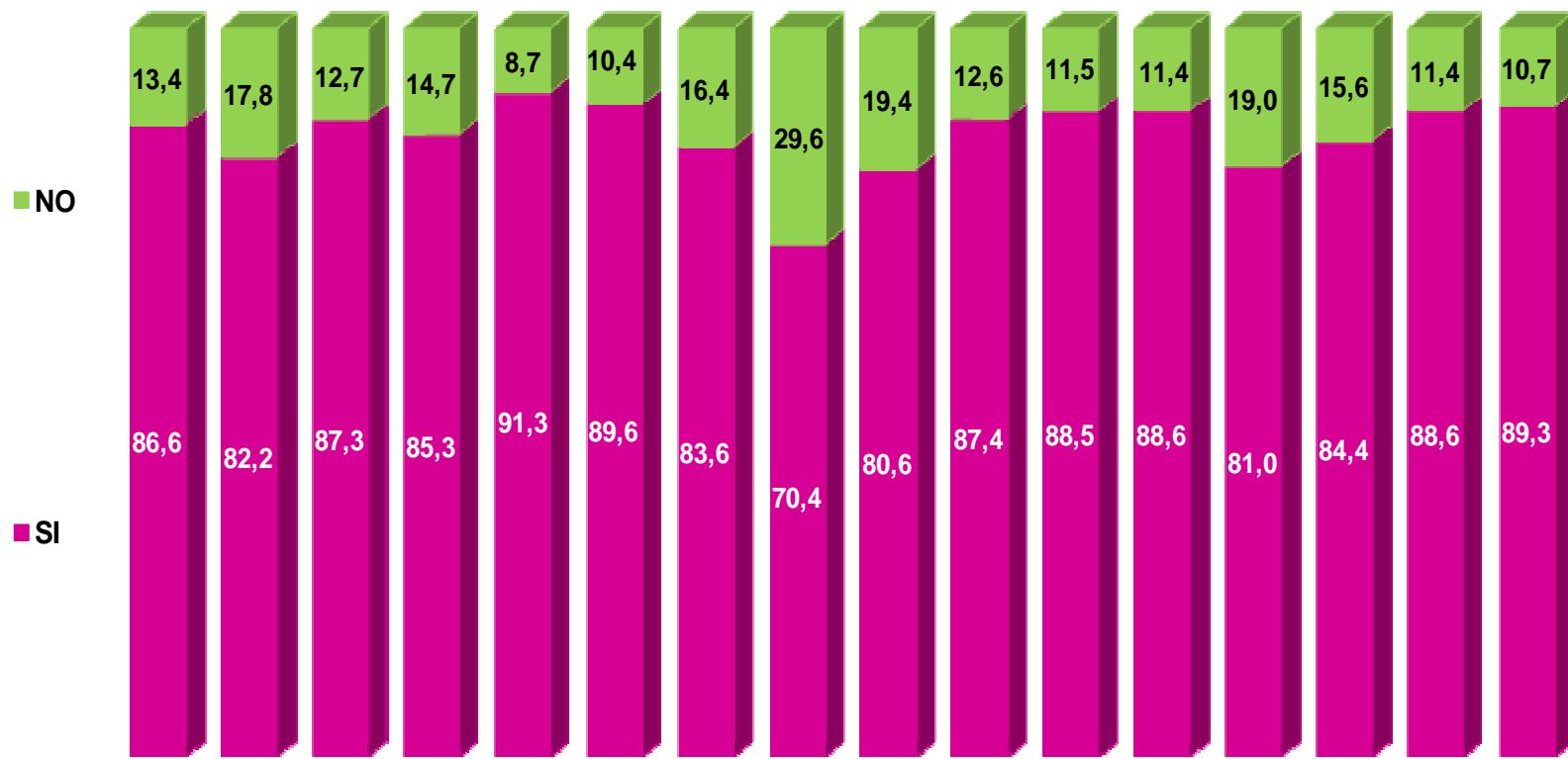
	Total 2011	Sexo		Edad				
		Hombre	Mujer	20-35	36-45	46-55	56-65	Más de 65
Congelándolo	64,9	50,6	67,2	61,9	64,7	67,3	65,6	52,1
Evitando comer pescado crudo	31,9	38,4	30,8	31,6	29,0	33,2	30,7	50,0
Cocinándolo a 60º durante 10 minutos	24,3	24,4	24,2	23,9	26,4	22,7	23,5	29,2
Evitando comer pescado poco cocinado	9,4	11,6	9,0	6,5	9,9	10,0	7,7	22,9
Evitando comer pescado en vinagre	3,0	1,7	3,3	1,3	2,6	3,0	4,0	4,2
Evitando comer pescado marinado	0,9	1,7	0,8	0,0	0,3	0,8	1,7	2,1
Evitando comer pescado ahumado	0,8	0,6	0,9	0,0	0,7	1,1	1,1	0,0
Evitando comer pescado en salazón	0,3	0,6	0,3	0,0	0,3	0,3	0,3	2,1
Otras	2,0	3,5	1,7	5,2	2,0	0,6	2,0	2,1
Bases	1.216	172	1.044	155	303	361	349	48

%



Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98	412	515	244	779	158	667	1.125	525
-------	-------	-----	-------	-----	-----	-----	-----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------	-----

%



Total	Hombre	Mujer	20-35	36-45	46-55	56-65	Más de 65	Menos de 10.000 hab.	10.001-50.000 hab.	50.001-100.000 hab.	Más de 100.000 hab.	Hogares Unipersonales	Hogares con 2 personas	Hogares con más de 2 personas	Hogares con hijos menores de 16 años
Sexo		Edad				Hábitat				Hogares según composición					

Bases	1.950	292	1.658	292	447	528	585	98	412	515	244	779	158	667	1.125	525
-------	-------	-----	-------	-----	-----	-----	-----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------	-----

3.- HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Frecuencia Media de Compra
(Días al mes)

8,9

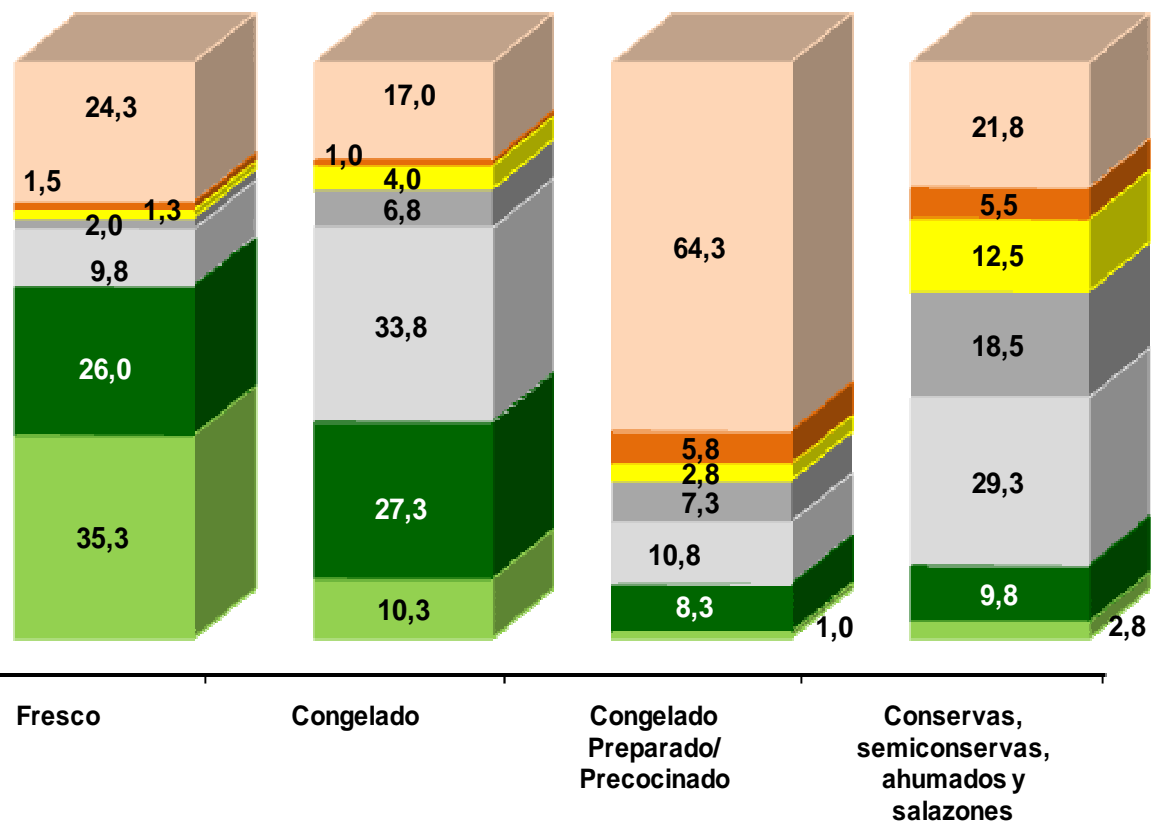
6,3

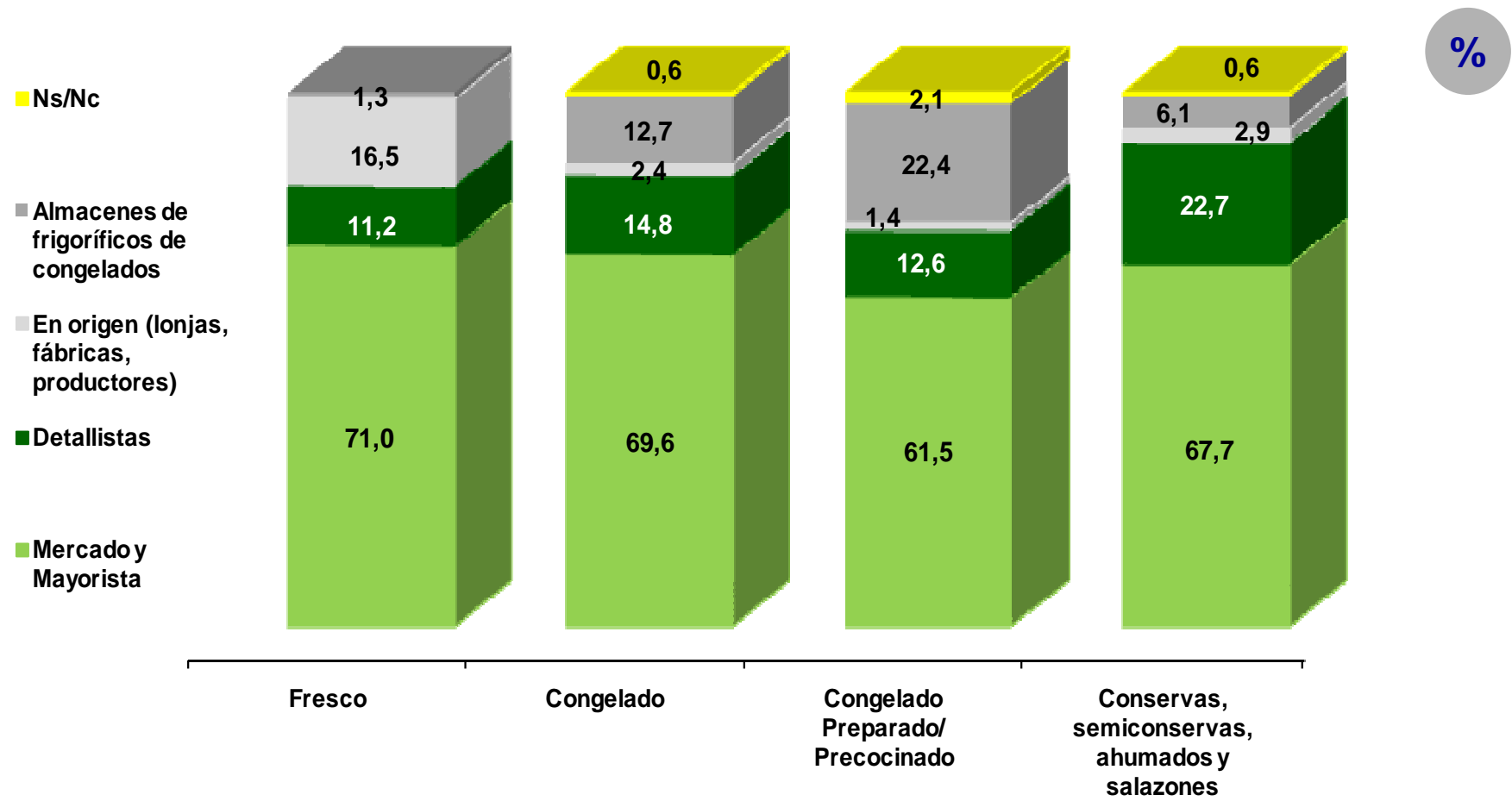
1,8

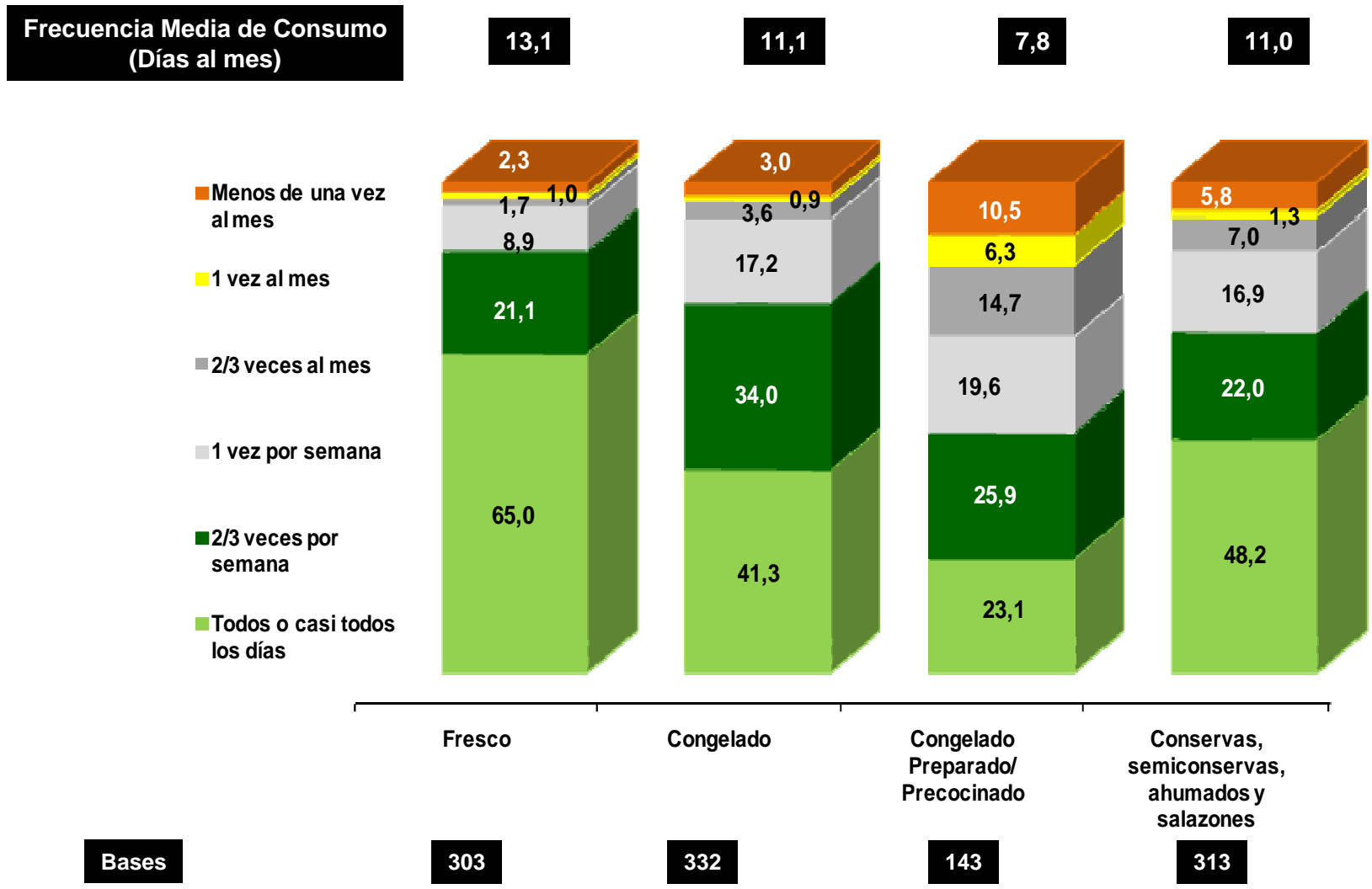
3,4

%

- Nunca
- Menos de una vez al mes
- 1 vez al mes
- 2/3 veces al mes
- 1 vez por semana
- 2/3 veces por semana
- Todos o casi todos los días



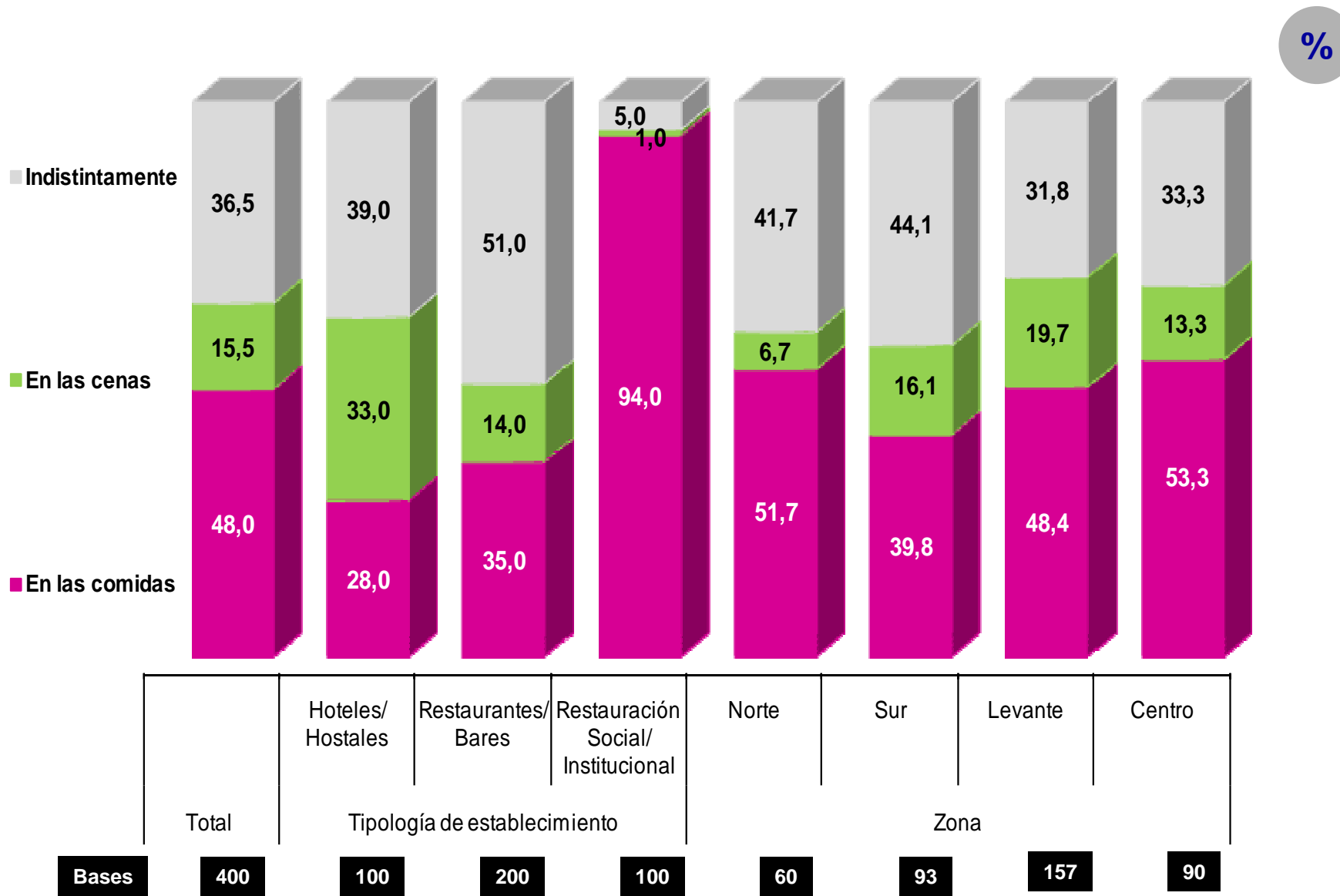


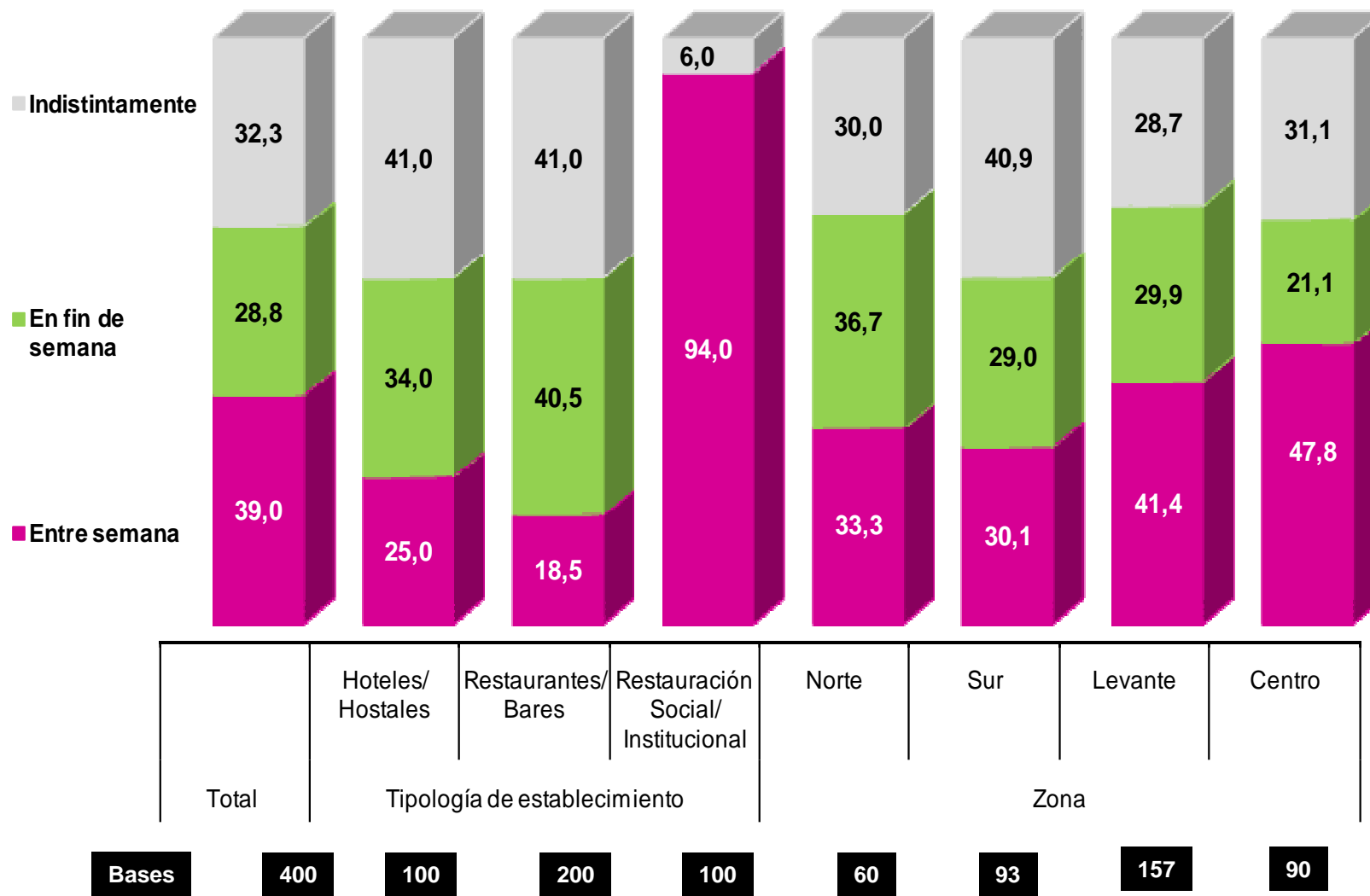


Productos pesqueros	Total 2011	Tipología de Establecimiento			Zona			
		Hoteles/Hostales	Restaurantes/Bares	Restauración Social/Institucional	Norte	Sur	Levante	Centro
Merluza/Pescadilla	71,5	78,0	57,5	93,0	81,7	63,4	66,9	81,1
Calamares	29,0	29,0	28,5	30,0	13,3	34,4	35,0	23,3
Dorada	27,5	31,0	34,0	11,0	18,3	30,1	30,6	25,6
Atún	20,0	29,0	16,0	19,0	13,3	28,0	16,6	22,2
Lubina	19,8	21,0	29,0	0,0	25,0	14,0	17,8	25,6
Rape	18,5	13,0	27,0	7,0	23,3	6,5	24,2	17,8
Salmón	12,3	18,0	13,5	4,0	11,7	11,8	13,4	11,1
Langostinos	12,0	16,0	15,0	2,0	5,0	19,4	9,6	13,3
Panga	10,3	3,0	3,0	32,0	6,7	12,9	10,2	10,0
Lenguado	9,8	6,0	11,5	10,0	10,0	6,5	10,8	11,1
Bacalao	8,8	7,0	12,5	3,0	6,7	7,5	10,2	8,9
Boquerón/Anchoa	7,8	7,0	8,5	7,0	5,0	11,8	6,4	7,8
Pulpo	7,0	8,0	9,5	1,0	5,0	11,8	5,1	6,7
Mejillón	6,5	7,0	9,0	1,0	3,3	12,9	3,8	6,7
Sardina	6,5	14,0	5,5	1,0	3,3	8,6	8,3	3,3
Trucha	6,3	9,0	6,5	3,0	10,0	3,2	3,2	12,2
Bacaladitos/Bacaladilla/Lirio	6,0	5,0	6,0	7,0	11,7	5,4	5,1	4,4
Rodaballo	6,0	2,0	11,0	0,0	13,3	3,2	3,8	7,8
Gallo	5,3	9,0	3,5	5,0	3,3	7,5	3,2	7,8
Caballa	5,0	10,0	4,0	2,0	3,3	9,7	4,5	2,2
Emperador	4,5	7,0	3,0	5,0	1,7	1,1	5,7	7,8
Gambas	4,3	1,0	7,0	2,0	0,0	1,1	8,9	2,2
Mero	4,0	2,0	5,5	3,0	5,0	3,2	4,5	3,3
Cazón	3,5	2,0	1,5	9,0	0,0	5,4	3,2	4,4
Pez Espada	2,5	3,0	0,5	6,0	0,0	6,5	0,6	3,3
Fogonero	2,0	1,0	0,5	6,0	0,0	6,5	0,6	1,1
Palometa/Japuta	1,5	0,0	2,0	2,0	3,3	1,1	1,9	0,0
Jurel/chicharro	1,3	4,0	0,5	0,0	1,7	3,2	0,6	0,0
Fletán	1,0	1,0	0,0	3,0	0,0	1,1	1,3	1,1
Otras	4,8	2,0	5,0	7,0	5,0	4,3	4,5	5,6
Bases	400	100	200	100	60	93	157	90



Conservas	Total 2011	Tipología de Establecimiento			Zona			
		Hoteles/ Hostales	Restaurantes/ Bares	Restauración Social/ Institucional	Norte	Sur	Levante	Centro
Atún	76,5	82,0	70,5	83,0	73,3	81,7	73,2	78,9
Anchoas	15,5	15,0	22,5	2,0	13,3	9,7	19,7	15,6
Mejillones	10,0	14,0	10,5	5,0	11,7	7,5	10,8	10,0
Sardinas	7,5	12,0	4,5	9,0	5,0	8,6	5,7	11,1
Berberechos	5,5	3,0	9,5	0,0	3,3	5,4	5,7	6,7
Caballa	4,8	10,0	2,0	5,0	1,7	4,3	5,1	6,7
Bonito	3,3	3,0	3,5	3,0	5,0	3,2	0,0	7,8
Calamares	2,3	4,0	1,5	2,0	1,7	5,4	0,0	3,3
Ventresca	2,3	5,0	2,0	0,0	1,7	2,2	0,6	5,6
Salmón	1,8	3,0	2,0	0,0	1,7	2,2	1,9	1,1
Pulpo	1,3	4,0	0,5	0,0	1,7	2,2	0,6	1,1
Otras	3,0	2,0	4,5	1,0	10,0	2,2	1,9	1,1
No compran conservas/conservas de pescado	10,0	4,0	11,0	14,0	10,0	12,9	12,7	2,2
Bases	400	100	200	100	60	93	157	90

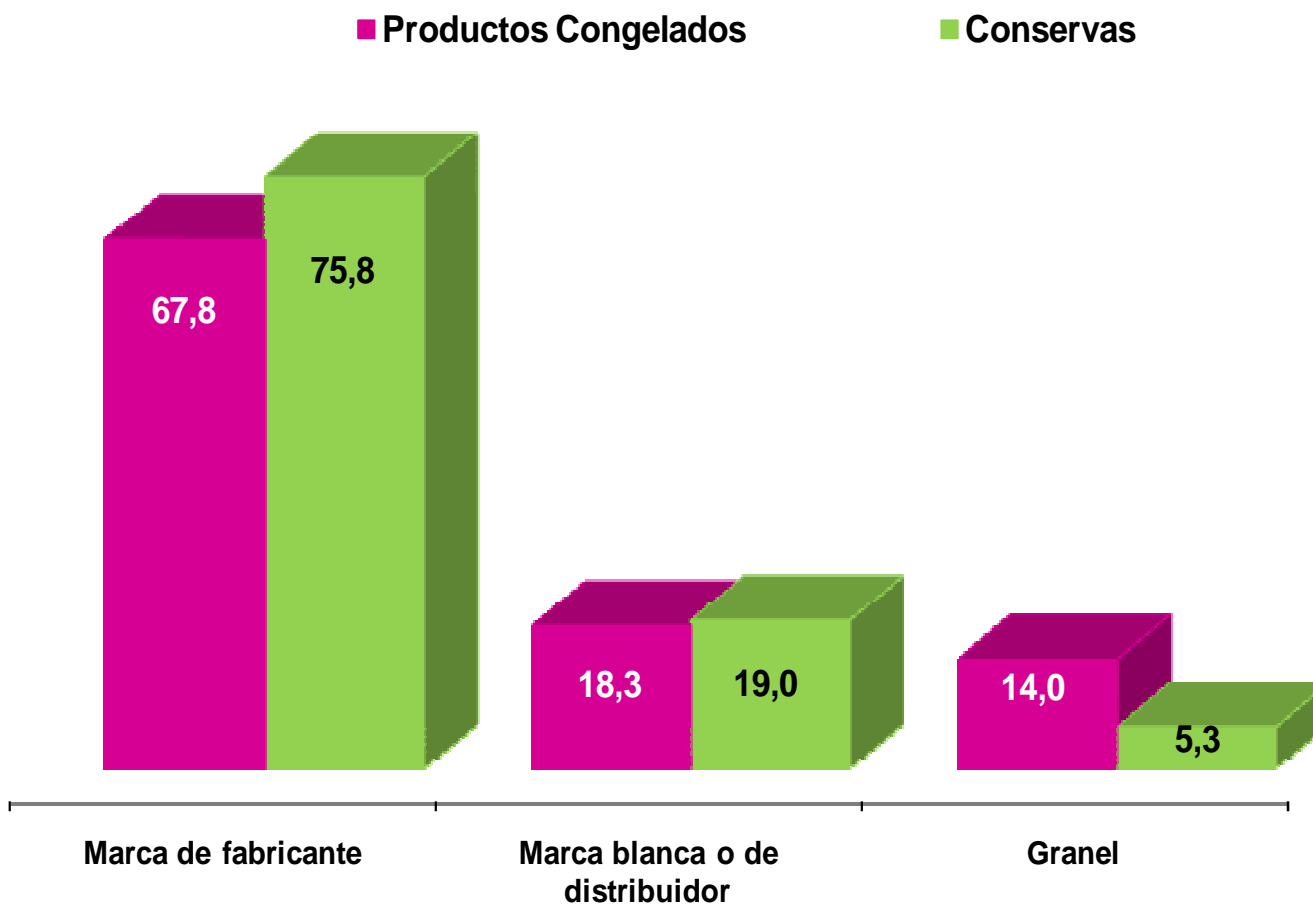




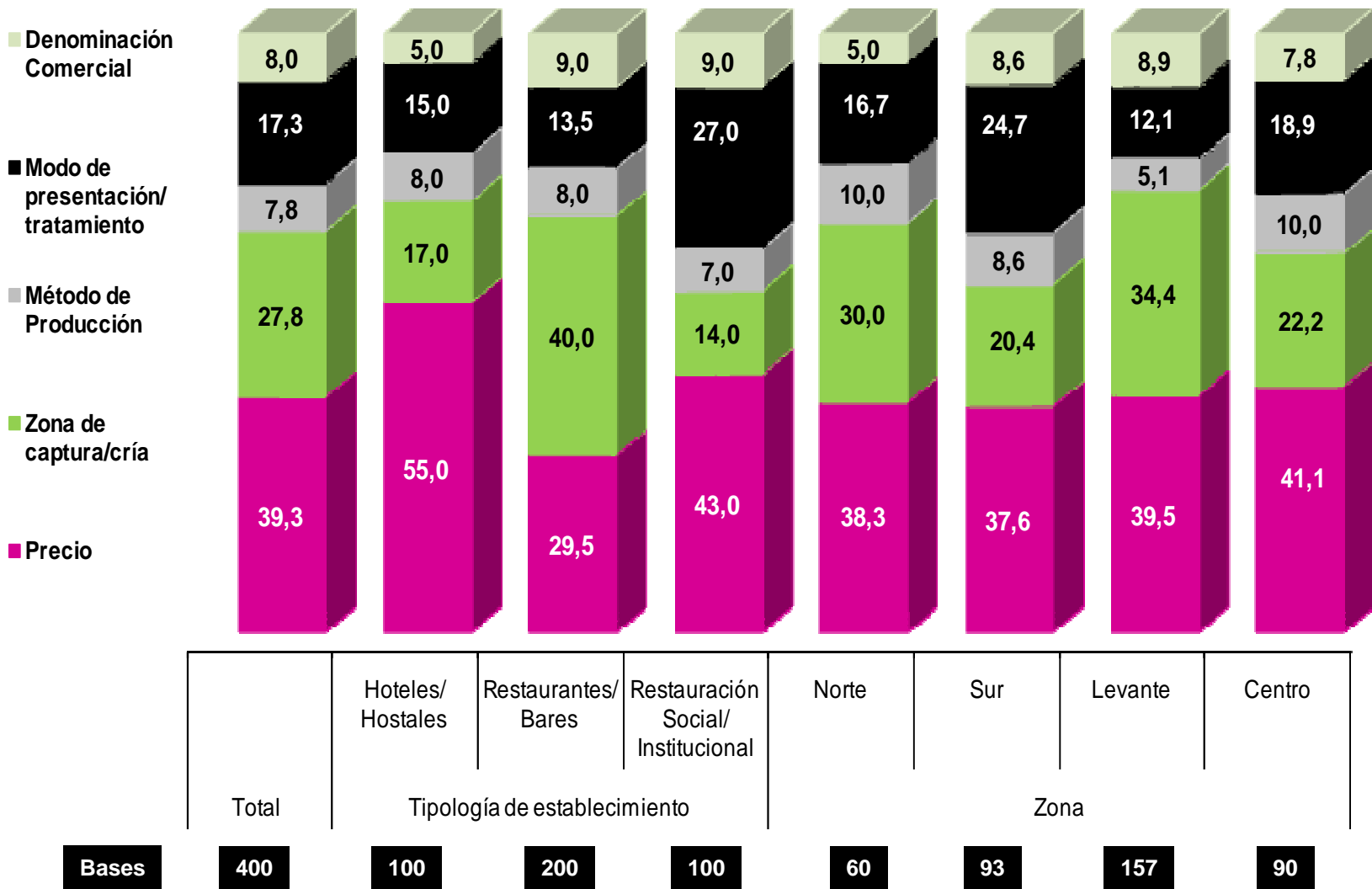
Especies	Total 2011	Tipología de Establecimiento			Zona			
		Hoteles/ Hostales	Restaurantes/ Bares	Restauración Social/ Institucional	Norte	Sur	Levante	Centro
Panga	29,5	27,0	34,0	23,0	30,0	32,3	30,6	24,4
Trucha	28,8	22,0	26,0	41,0	16,7	33,3	31,8	26,7
Sardina	26,3	16,0	20,5	48,0	26,7	24,7	24,2	31,1
Caballa	19,0	11,0	13,0	39,0	10,0	18,3	21,7	21,1
Palometa/Japuta	16,0	9,0	14,5	26,0	15,0	21,5	14,0	14,4
Pulpo	15,8	9,0	10,5	33,0	11,7	17,2	17,8	13,3
Jurel/chicharro	14,0	16,0	10,5	19,0	10,0	18,3	15,9	8,9
Bacaladitos/Bacaladilla/Lirio	11,3	12,0	9,5	14,0	13,3	12,9	13,4	4,4
Boquerón/Anchoa	11,0	10,0	5,0	24,0	10,0	14,0	11,5	7,8
Dorada	10,3	6,0	5,0	25,0	8,3	10,8	9,6	12,2
Gallo	9,3	11,0	6,5	13,0	11,7	7,5	10,2	7,8
Atún	6,8	6,0	3,5	14,0	10,0	9,7	7,0	1,1
Langostinos	6,5	6,0	2,5	15,0	1,7	7,5	9,6	3,3
Mejillón	6,0	3,0	4,0	13,0	5,0	6,5	7,0	4,4
Calamares	3,5	2,0	3,0	6,0	1,7	2,2	5,7	2,2
Besugo	3,3	2,0	4,5	2,0	6,7	3,2	2,5	2,2
Merluza/Pescadilla	3,0	2,0	4,5	1,0	0,0	4,3	3,2	3,3
Mariscos	1,8	3,0	1,0	2,0	1,7	0,0	1,9	3,3
Mero	1,3	1,0	2,0	0,0	1,7	1,1	0,0	3,3
Salmonetes	1,0	2,0	1,0	0,0	1,7	0,0	1,3	1,1
Consumen de todo	6,3	9,0	7,5	1,0	1,7	3,2	8,3	8,9
Los que tienen espinas	1,0	1,0	0,0	3,0	0,0	1,1	1,3	1,1
Los que no cumplen la *	1,8	0,0	2,5	2,0	1,7	1,1	3,2	0,0
Otros	15,3	15,0	19,0	8,0	20,0	8,6	14,7	20,0
Bases	400	100	200	100	60	93	157	90

* Las que no cumplen la normativa por tamaño

	No es la especialidad	No gusta el sabor	Precio elevado	Falta de costumbre	No lo conozco	Lleva mucho tiempo prepararlo/cocinarlo	No encuentro tamaño que se adapte a nuestras necesidades	Tienen muchas espinas	No tienen demanda	Desconfianza/Mala publicidad	Falta de calidad	Otras	Bases
Panga	45,8	17,8	5,9	29,7	1,7	0,8	0,0	5,9	5,1	5,1	2,5	3,4	118
Trucha	41,7	8,7	7,8	25,2	0,0	0,0	0,9	20,9	3,5	1,7	0,9	7,0	115
Sardina	52,4	6,7	1,9	19,0	0,0	0,0	0,0	30,5	1,9	0,0	0,0	5,7	105
Caballa	47,4	7,9	9,2	19,7	0,0	1,3	0,0	31,6	1,3	0,0	0,0	6,6	76
Palometa/Japuta	43,8	10,9	4,7	17,2	0,0	0,0	0,0	29,7	4,7	0,0	1,6	7,8	64
Pulpo	39,7	7,9	12,7	27,0	0,0	0,0	0,0	25,4	1,6	0,0	0,0	6,3	63
Jurel/chicharro	53,6	5,4	5,4	23,2	0,0	0,0	1,8	16,1	3,6	0,0	1,8	7,1	56
Bacaladitos/Bacaladilla/Lirio	64,4	4,4	6,7	15,6	0,0	2,2	0,0	13,3	2,2	0,0	0,0	11,1	45
Boquerón/Anchoa	47,7	6,8	9,1	25,0	0,0	4,5	0,0	27,3	0,0	0,0	4,5	9,1	44
Dorada	31,7	9,8	12,2	29,3	0,0	0,0	0,0	31,7	2,4	0,0	0,0	7,3	41
Gallo	54,1	10,8	5,4	21,6	0,0	0,0	0,0	21,6	2,7	0,0	0,0	5,4	37
Atún	55,6	0,0	3,7	25,9	0,0	0,0	0,0	14,8	0,0	3,7	0,0	11,1	27
Langostinos	46,2	7,7	15,4	23,1	0,0	0,0	0,0	26,9	0,0	0,0	0,0	11,5	26
Mejillón	45,8	4,2	0,0	29,2	0,0	0,0	0,0	20,8	0,0	0,0	0,0	12,5	24
Calamares	50,0	0,0	0,0	28,6	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	21,4	14
Besugo	30,8	15,4	38,5	15,4	0,0	0,0	0,0	0,0	7,7	0,0	0,0	7,7	13
Merluza/Pescadilla	41,7	0,0	25,0	16,7	0,0	0,0	0,0	8,3	0,0	0,0	8,3	8,3	12
Mariscos	28,6	28,6	28,6	28,6	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	14,3	7
Mero	20,0	0,0	20,0	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	5
Salmonetes	25,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	25,0	4
Bogavante	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3	3
Consumen de todo	16,0	0,0	8,0	12,0	0,0	0,0	0,0	8,0	8,0	0,0	0,0	48,0	25
Los que no cumplen la normativa por tamaño	14,3	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	14,3	14,3	0,0	0,0	0,0	42,9	7
Los que tienen espinas	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	75,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4
Otras	34,5	8,6	17,2	25,9	0,0	0,0	0,0	10,3	8,6	3,4	6,9	3,4	58



%



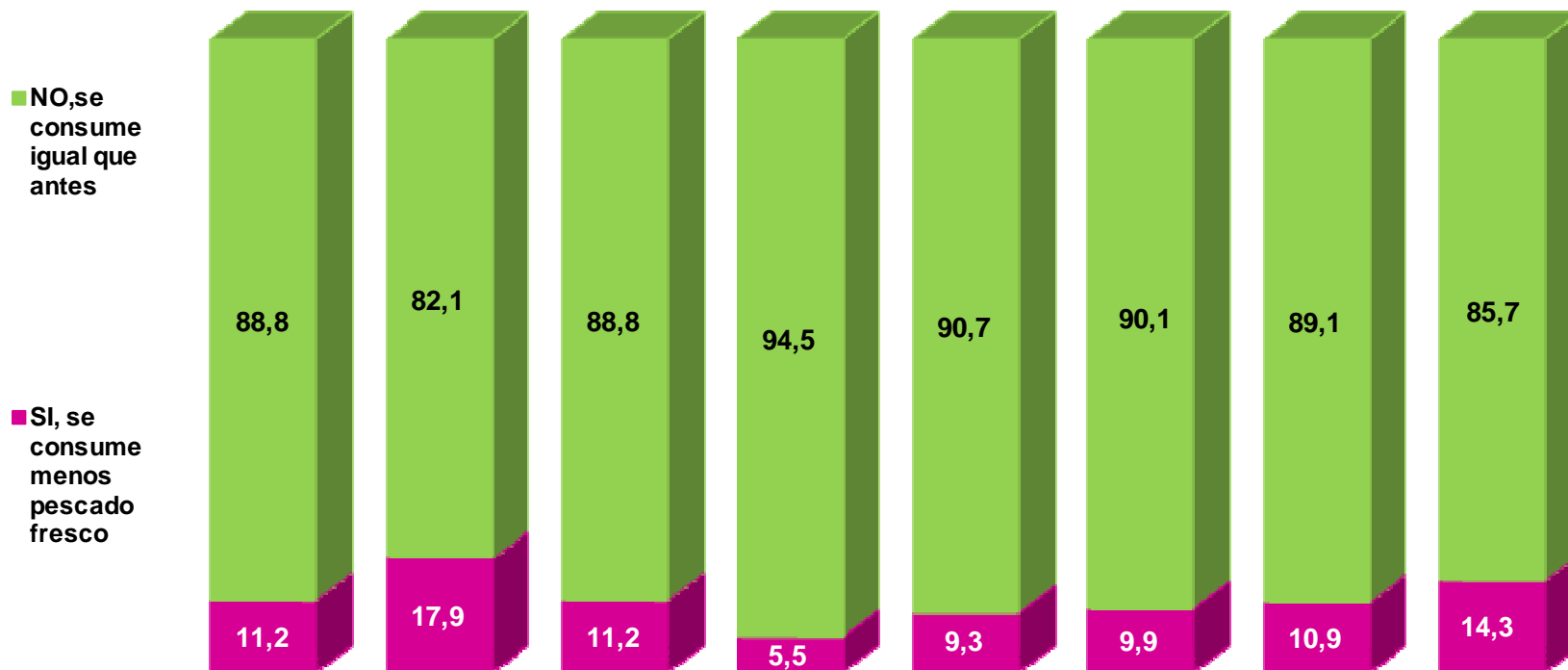
	Total 2011	Tipología de Establecimiento			Zona			
		Hoteles/ Hostales	Restaurantes/ Bares	Restauración Social/ Institucional	Norte	Sur	Levante	Centro
La fecha de caducidad	84,5	83,0	83,5	88,0	80,0	86,0	87,9	80,0
Los ingredientes y composición	31,3	34,0	27,0	37,0	28,3	33,3	30,6	32,2
El modo de conservación	24,0	16,0	23,5	33,0	20,0	21,5	24,8	27,8
El peso del envase	15,5	20,0	11,5	19,0	23,3	21,5	15,3	4,4
La forma de preparación/cocinado	11,0	9,0	12,0	11,0	6,7	12,9	11,5	11,1
Origen	3,0	2,0	4,5	1,0	3,3	1,1	4,5	2,2
Lote	1,0	0,0	0,5	3,0	1,7	3,2	0,0	0,0
Otros	2,3	1,0	3,0	2,0	5,0	1,1	1,3	3,3
Bases	400	100	200	100	60	93	157	90

%



¿El Anisakis ha influido en los hábitos de consumo de sus clientes?

%

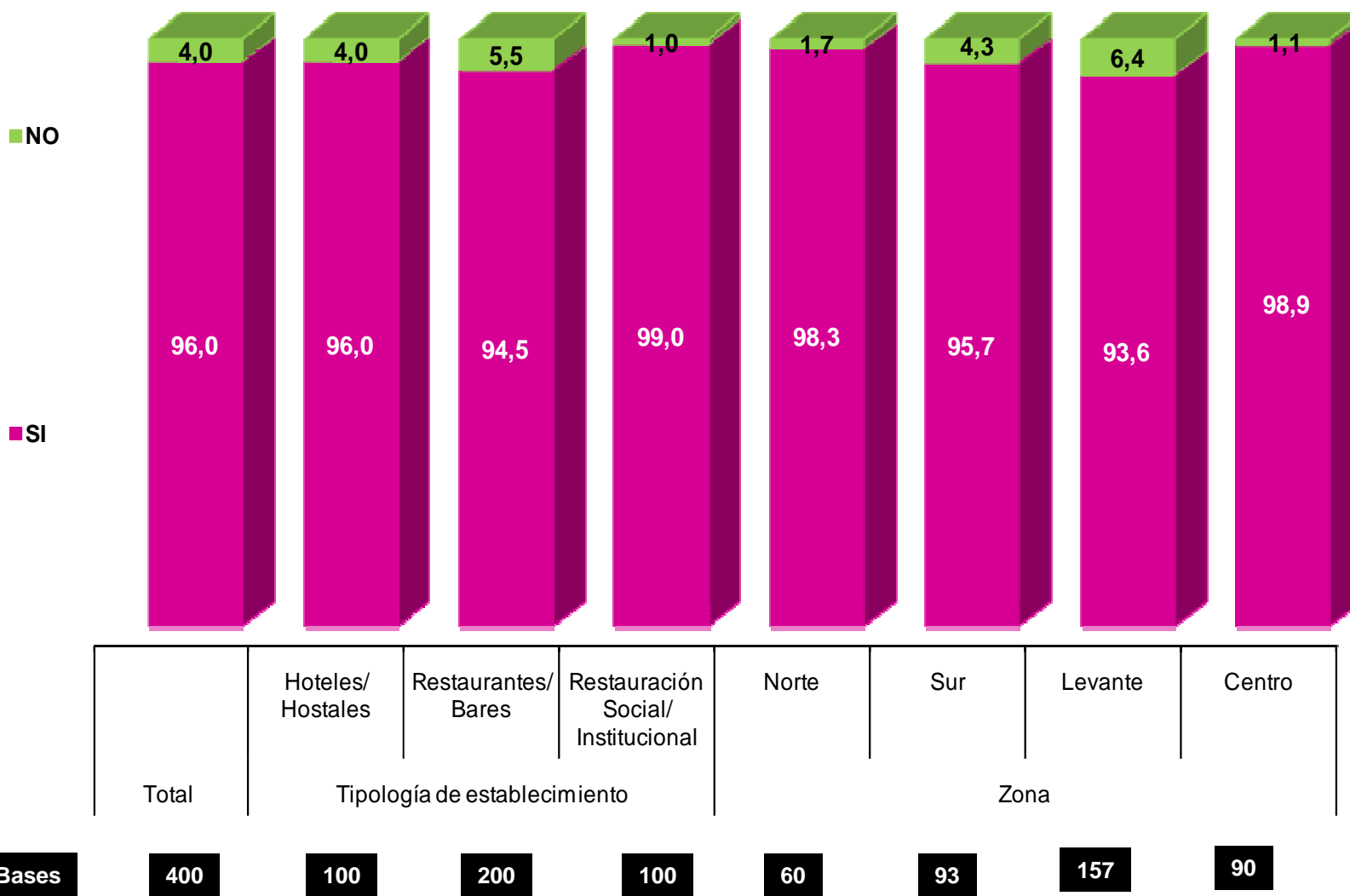


	Tipología de establecimiento				Zona			
	Total	Hoteles/Hostales	Restaurantes/Bares	Restauración Social/Institucional	Norte	Sur	Levante	Centro

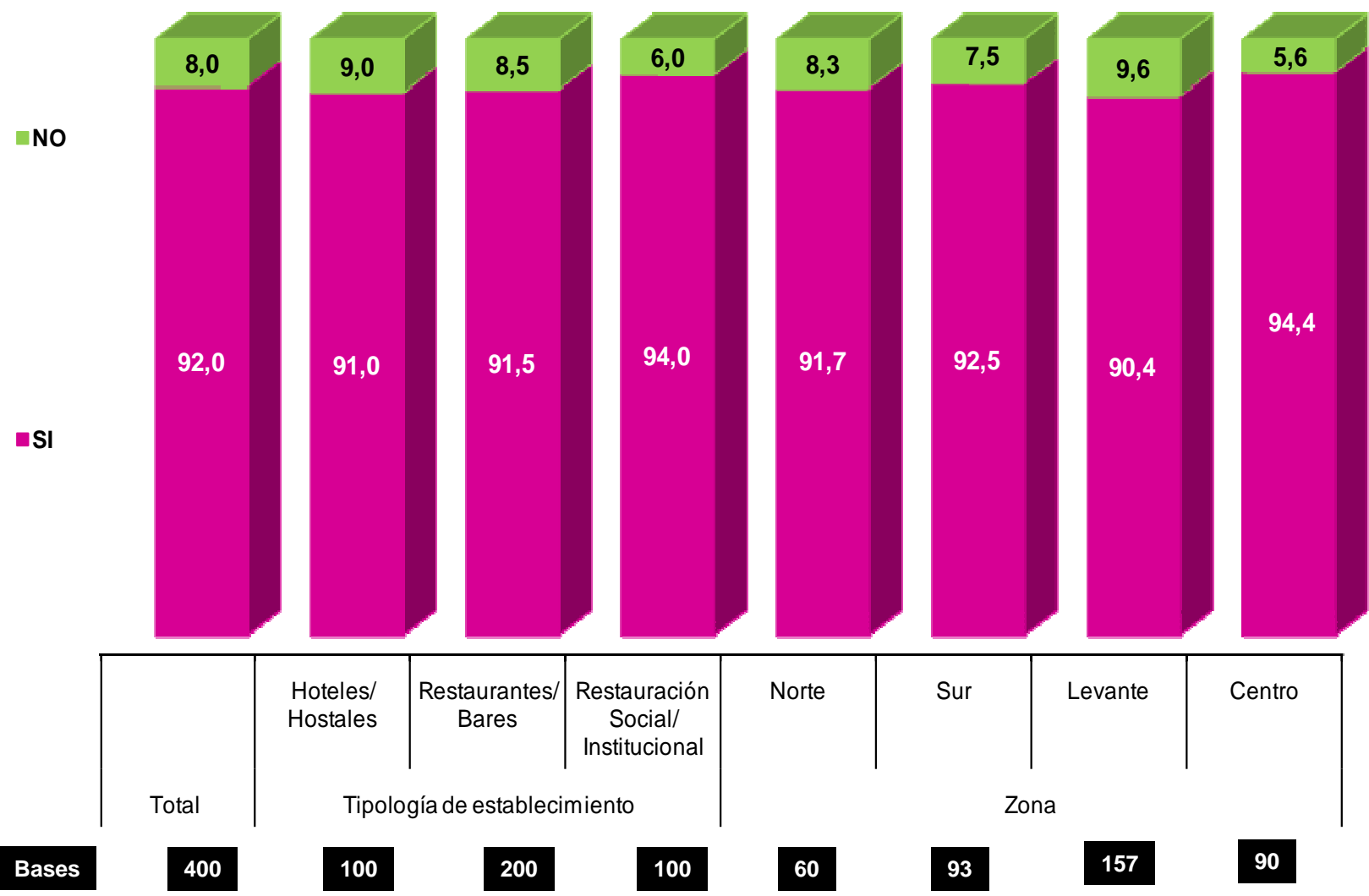
Bases	400	100	200	100	60	93	157	90
--------------	------------	------------	------------	------------	-----------	-----------	------------	-----------

	Total 2011	Tipología de Establecimiento			Zona			
		Hoteles/ Hostales	Restaurantes/ Bares	Restauración Social/ Institucional	Norte	Sur	Levante	Centro
Congelándolo	81,0	68,0	85,5	85,0	78,3	81,7	77,1	88,9
Cocinándolo a 60° durante 10 minutos	27,0	15,0	29,5	34,0	36,7	29,0	26,1	20,0
Evitando comer pescado crudo	8,8	13,0	5,5	11,0	6,7	10,8	7,0	11,1
Evitando comer pescado poco cocinado	1,8	2,0	0,5	4,0	1,7	2,2	0,6	3,3
Evitando comer pescado ahumado	0,3	1,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0
Evitando comer pescado marinado	0,3	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0
Otras	4,3	2,0	6,0	3,0	8,3	3,2	5,1	1,1
Ns/Nc	7,3	15,0	4,0	6,0	5,0	6,5	10,2	4,4
Bases	400	100	200	100	60	93	157	90

%



%



4.- CONCLUSIONES

- La **frecuencia de compra de pescado** varía en función del formato. El **pescado fresco** es el **preferido** adquiriéndose con una **frecuencia media de 7,1 días al mes**. El **pescado congelado** y las **conservas** se compran con una frecuencia media de **3,2 días al mes**. El **pescado congelado preparado**, es decir el pescado precocinado, tiene una **aceptación muy baja** entre los españoles, el 75,2% de los entrevistados no lo adquieren nunca y, los que lo adquieren, lo hacen de forma esporádica. La frecuencia media de compra **no llega a una vez al mes (0,6)**.
- El **canal preferido** para la **compra de pescado fresco** es el **establecimiento tradicional**, con personal especializado, bien sea mercado (24,8%) o pescadería a pie de calle (41,0%). En estos establecimientos se busca la "complicidad" del vendedor, un buen asesoramiento y una buena calidad de los productos.
- Para la compra de **pescado congelado, pescado congelado preparado/ precocinado, conservas, semiconservas, ahumados y salazones los hiper y super** son los establecimientos preferidos por los consumidores.
- En cuanto al **consumo**, los españoles consumimos **pescado fresco** una **media de 9 días al mes**. Por sexo, las mujeres consumen algo más que los hombres. Por edad, a medida que aumenta ésta aumenta el consumo de pescado, siendo los mayores, entrevistados con más de 65 años los que consumen pescado fresco con más frecuencia (9,7 días al mes) y los más jóvenes, entrevistados con edades entre 20 y 35 años los que menos se inclinan por este producto (8,1 días al mes). Por tipología de hogar, en los hogares con hijos la frecuencia de consumo de pescado fresco es menor (8,8 días al mes) que en los hogares sin hijos (9,2 días al mes).

- En cuanto al consumo de **pescado congelado crudo**, los españoles lo consumimos una media de **5,7 días al mes**. Por sexo, los hombres lo consumen algo más que las mujeres. Por edad, los resultados son muy homogéneos. Por tipología de hogar, el consumo es mayor en los hogares de más de 2 miembros que en los hogares unipersonales u hogares con 2 miembros.
- Las **conservas, semiconservas, ahumados y salazones** las consumimos una media de **6,1 días al mes**. En los hogares sin hijos el consumo es ligeramente inferior (5,9 días al mes) que en los hogares con hijos (6,3 días al mes).
- Las personas que consumen **pescado congelado preparado/ precocinado** lo hacen con una frecuencia media de **3,5 días al mes**.
- La **salud**, el hecho de querer **llevar una dieta sana**, es el principal motivo por el que consumimos pescado.
- En los **hogares con hijos menores de 16 años** preguntamos qué **especies** eran las **preferidas** por éstos. La **merluza/pescadilla** es la especie estrella, mencionada por un 58,3% de los hogares entrevistados. En segundo lugar, pero con gran diferencia, destaca el boquerón/anchoa (17,9%). Las principales formas de preparación de pescado preferidas por los más pequeños son, por este orden, a la plancha, frito y rebozado.
- Cuando preguntamos por las **especies de pescado que no se consumen nunca o que se consumen poco**, las más mencionadas son: la sardina (17,2%), la trucha (12,8%) y el panga (12,4%).

- A los **etiquetados**, le otorgamos una importancia de 7,2 puntos sobre 10, siendo 0 nada importante y 10 muy importante. El 42,1% de los consumidores leemos los **etiquetados de los productos pesqueros frescos** habitualmente, un 28,4% los lee cuando los ve, un 27,9% no los suele leer y un 1,6% manifiesta no saber que existían. Por sexo, las mujeres tienen más costumbre de leerlos que los hombres. Por edad, los más jóvenes son los que menos los leen y los entrevistados con edades comprendidas entre 46 y 55 años los que más. El precio y la zona de captura/cría son los datos que más nos interesan. En el caso de los productos pesqueros congelados y conservados, la fecha de caducidad es el principal elemento de consulta.
- A la hora de escuchar **recomendaciones** sobre el consumo de pescado fresco, las fuentes en las que más **confiamos** son el **médico/dietista y el personal de pescadería**.
- Los **productos pesqueros congelados, congelados precocinados y/o en conserva los consumimos más en las cenas** que en las comidas. Los resultados son homogéneos por sexo y edad.
- El consumo de productos congelados de marca de distribuidor (36,7%) es mayor que el de marca de fabricante (30,3%). En el caso de las conservas, el consumo es muy similar. En el 44,5% de los hogares se consumen conservas con marca de fabricante y en el 45,3% con marca de distribuidor.
- Algo más de la mitad de los entrevistados (52,2%) conoce la existencia de los productos pesqueros refrigerados, ya preparados para su consumo o que sólo necesitan un minuto de preparación, pero nunca los ha probado.

- Respecto al tema del **Anisakis**, 6 de cada 10 consumidores sabe lo que es. El conocimiento es mayor entre las mujeres que entre los hombres y, por edad, el conocimiento es mayor entre los entrevistados con edades comprendidas entre 36 y 55 años que entre el resto siendo los mayores de 65 años los que mayor desconocimiento muestran. Para reducir el riesgo de contraer Anisakis, la mayoría (64,9%) considera que hay que congelarlo.
- El **conocimiento del Omega 3 es elevado**. El 87,8% de los consumidores manifiesta saber qué es el Omega 3 y un 86,6% sabe que el pescado es la fuente natural principal de Omega 3. Los resultados son homogéneos por sexo. Por edad, el mayor desconocimiento lo encontramos en los entrevistados mayores de 65 años.

- La **frecuencia de compra de pescado** en Hostelería y Restauración, al igual que en el caso de los consumidores, varía en función del formato. El **pescado fresco** es el que se adquiere con **mayor asiduidad. La frecuencia media de 8,9 días al mes.** El **pescado congelado** se compra una media de **6,3 días al mes**, las **conservas** se compran con una frecuencia media de **3,4 días al mes** y, al igual que en el caso de los consumidores, el **pescado congelado preparado**, es decir el pescado precocinado, tiene la menor frecuencia de compra debido a su menor consumo. La frecuencia media de compra de esta tipología de pescado en Hostelería y Restauración se sitúa en 1,8 veces al mes.
- El **canal preferido** para la **compra de pescado, independientemente de la tipología**, es el Mercado y Mayorista. Más de la mitad de los profesionales de la hostelería y restauración acuden a este canal para la compra de productos pesqueros.
- En cuanto al **consumo**, los españoles consumimos en establecimientos de hostelería y restauración, **pescado fresco una media de 13,1 días al mes, pescado congelado crudo una media de 11,1 días al mes, conservas, semiconservas, ahumados y salazones, una media de 11 días al mes y pescado congelado preparado / precocinado una media de 7,8 días al mes.**
- **El atún es la conserva estrella** en los establecimientos de restauración y hostelería. Los resultados son homogéneos tanto por tipología de establecimiento (Hoteles/Hostales, Restaurantes/bares y Restauración Social Institucional) como por zona donde se encuentran ubicados.

- En cuanto a productos pesqueros, **la merluza/pescadilla es el pescado más consumido**, en todos los establecimientos. En segundo lugar, pero con gran diferencia, destaca el calamar.
- Las comidas (48,0%) es el momento del día en que más productos pesqueros se consumen en los establecimientos de hostelería y restauración analizados. Un 15,5% afirma que en las cenas y un 36,5% dice que indistintamente en las comidas o cenas. Los resultados no son homogéneos por canal, en la restauración social e institucional el peso de las comidas es mucho más elevado que en el caso de Hoteles/Hostales y Restaurantes/Bares.
- En cuanto al día de la semana, el 39,0% de los profesionales afirma que en su establecimiento se consume más pescado entre semana, un 28,8% manifiesta que en fin de semana y un 32,3% indistintamente.
- Cuando preguntamos por las **especies de pescado que no se consumen nunca o que se consumen poco en sus establecimientos**, las más mencionadas coinciden con las de los consumidores, aunque en diferente orden de mención: el panga (29,5%), la trucha (28,8%) y la sardina (26,3%).
- La **marca de fabricante de productos pesqueros tiene un peso mucho mayor en hostelería y restauración que la marca blanca o de distribuidor**. Sólo el 18,3% de los entrevistados afirma adquirir productos congelados de marca de distribuidor frente al 67,8% que los adquiere con marca de fabricante. Lo mismo sucede en las conservas, frente a un 19,0% que adquiere conservas con marca de distribuidor, el 75,8% manifiesta comprar marca de fabricante en estos productos.

- En los **etiquetados o tablilla** de los productos pesqueros, los profesionales de la Hostelería y Restauración buscan la misma información que los consumidores: **precio y zona de captura/cría** principalmente. En las conservas, la fecha de caducidad.
- Respecto al tema del **Anisakis**, la mayoría (**86,8%**) de los profesionales entrevistados afirma saber lo que es. También la mayoría afirma que desde que se conoce la existencia del Anisakis, en su establecimiento sus clientes no han cambiado el hábito de consumo de pescado.
- El **conocimiento del Omega 3 es muy elevado**. El 96,0% de los profesionales manifiesta saber qué es el Omega 3 y un 92,0% sabe que el pescado es la fuente natural principal de Omega 3. Los resultados son homogéneos por tipología de establecimiento y zona.