

# **APORTES A LA COMERCIALIZACION Y CONSUMO AGROINDUSTRIAL**

## **RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS Y SUPERMERCADOS DE BUENOS AIRES Y CABA**

**El estudio consistió en el relevamiento de información en varias localidades de la zona Sur de la Provincia de Buenos Aires (Quilmes, Bernal, Wilde, Avellaneda, Adrogué, Lomas de Zamora y Lanús), y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Barracas, San Telmo, Villa Urquiza, Villa Devoto, Liniers y Flores)**

**Autor**

**Esp. Lic. Marianela Nazaret Vila**

**Colaboración**

**Dra. Laura Luchini**

**Mg. Ciro Guillermo Negri**

**Federico Ramagnano**

**2017**

**DIRECCIÓN DE ACUICULTURA  
Dirección Nacional Planificación Pesquera  
Subsecretaría de Pesca y Acuicultura  
Ministerio de Agroindustria**

# Metodología

- 1) **Tipo de trabajo:** Investigación descriptiva, cuantitativa y cualitativa.
- 2) **Unidades de análisis:** Sector Acuícola: Comercialización de Pescados, Mariscos y otros.
- 3) **Procedimiento:** Clasificación y análisis.
- 4) **Técnicas e instrumentos:** Búsqueda de datos secundarios: Análisis de investigaciones e informes del Ministerio de Agroindustria. Relevamiento de datos primarios: A través cuestionarios y entrevistas personales.  
Se realizó un cuestionario: Destinado a Pescaderías y/o Comercializadores de pescados, mariscos y otros productos alimentarios.  
Las entrevistas se realizaron a personas responsables del sector alimentario de las áreas de pescaderías y alimentos congelados en Supermercados.
- 5) **Muestra (no estadística):**
  - 40 Pescaderías.
  - 5 Super e Hipermercados (Wal-Mart, Carrefour, Coto, Disco y Jumbo).
  - Múltiples sucursales de los mismos.
- 6) **Periodo de recolección de datos:** Julio – Diciembre 2016



# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As. Y CABA)



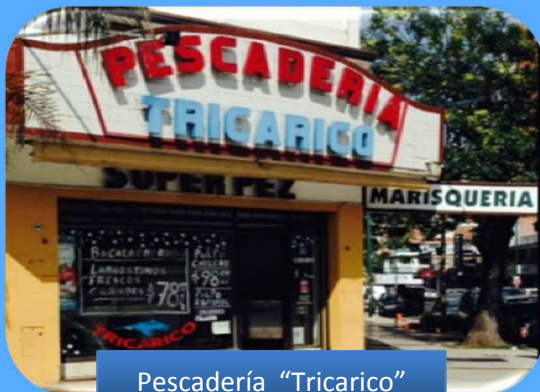
Pescadería "El Delfín"



Pescadería "Pacífico"



Pescadería "El Delfín de Luigi"

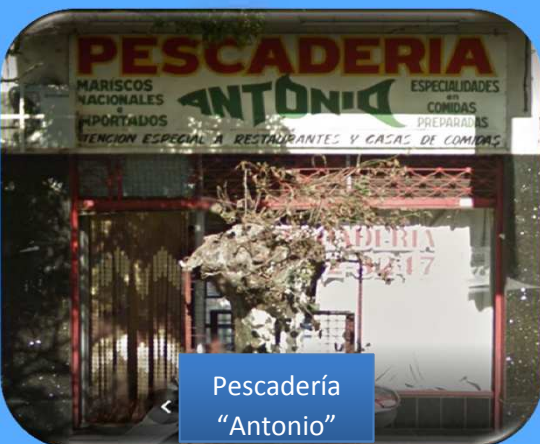


Pescadería "Tricarico"

Algunas de las Pescaderías que gentilmente respondieron a nuestros cuestionarios



Pescadería "Antonino"



Pescadería "Antonio"



Pescadería "Buenos Mares"



Pescadería "El Nuevo Pulpito"



# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As. Y CABA)

Los 5 principales  
pescados/mariscos  
más vendidos (Mar)

**MERLUZA**  
**SALMON**  
**GATUZO**  
**BROTOLA**  
**MARISCOS**  
(LANGOSTINOS,  
CALAMAR,  
MEJILLONES,  
CAMARONES, ENTRE  
OTROS)

Los 5 principales  
pescados/mariscos  
más vendidos (Río)

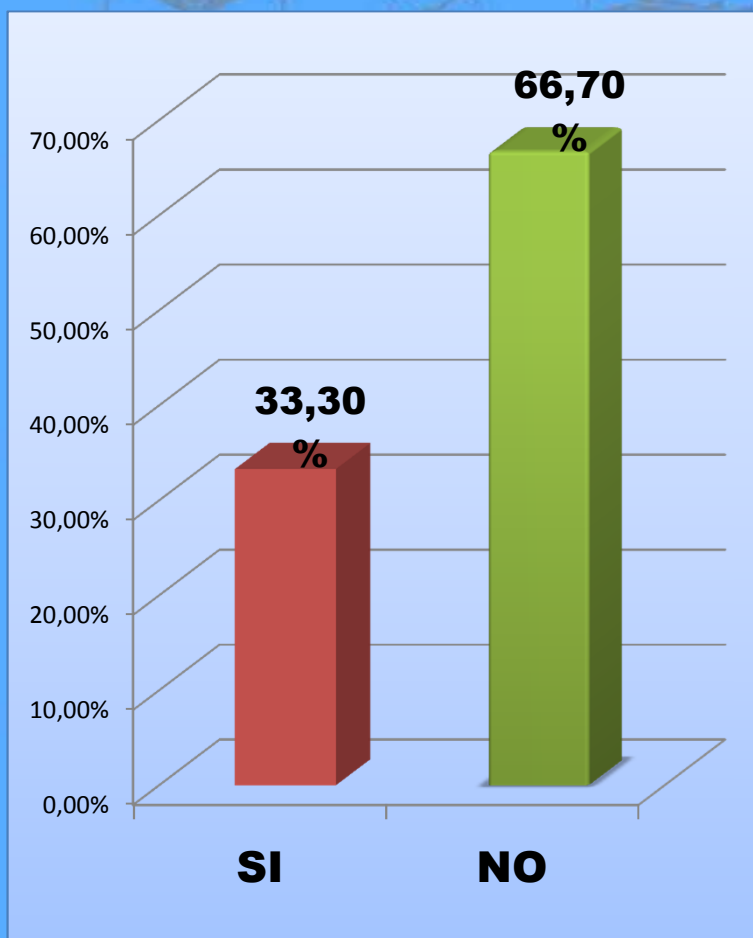
**SURUBI**  
**BOGA**  
**DORADO**  
**PACU**  
**SABALO**  
**BAGRE**





# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As. Y CABA)

**Pescaderías en las  
cuales se comercializan  
pescados de cultivo**



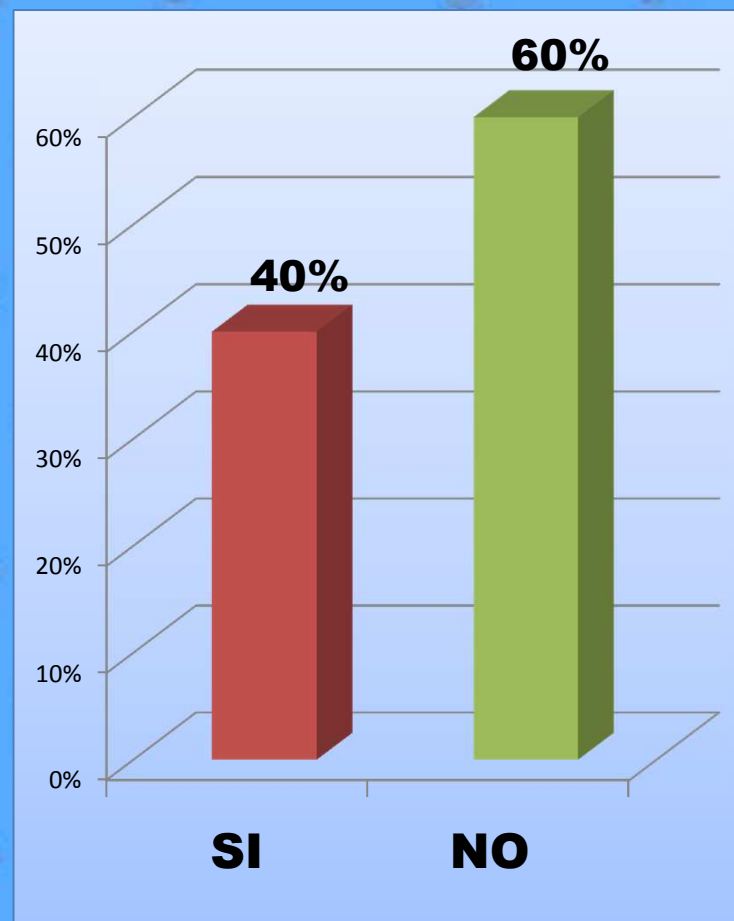
**De las cuales se  
comercializan:**

- **Pacú**
- **Surubí**
- **Trucha**
- **Salmon (desde Chile)**



# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As. Y CABA)

**Sobre el  
conocimiento de  
los beneficios  
del pescado de  
cultivo**



# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As. y CABA)

ALGUNOS CLIENTES BUSCAN DETERMINADAS ESPECIES:

**BONITO**



**CHERNIA**



**CABALLA**



**CONGRIO**



**ATÚN**



**SURUBÍ**



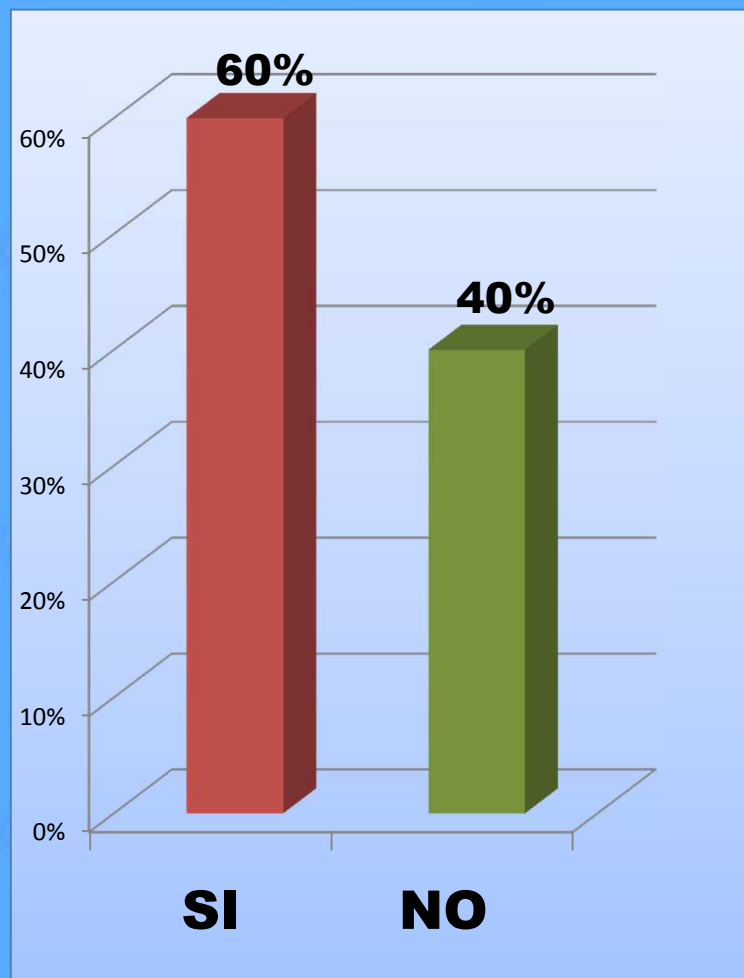
**PEZ LIMÓN**





# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As. Y CABA)

## Problemas con la venta de pescado de río



- **Gusto a barro.**
- **La gente no confía porque hay mucha contaminación en los ríos.**
- **No está bien visto.**
- **Falta desarrollo de comercialización.**
- **No existe cultura de consumo de pescado.**
- **No existe proveedores por la zona y/o confiables.**
- **Se necesita publicidad, promoción y proyectos barriales.**
- **Mayor cantidad de proveedores.**
- **Comunicar más los beneficios del producto.**
- **Son caros a comparación de la carne vacuna, el cerdo/o el pollo.**
- **No existe información real con respecto al consumo.**
- **Falta mayor variedad para la venta.**

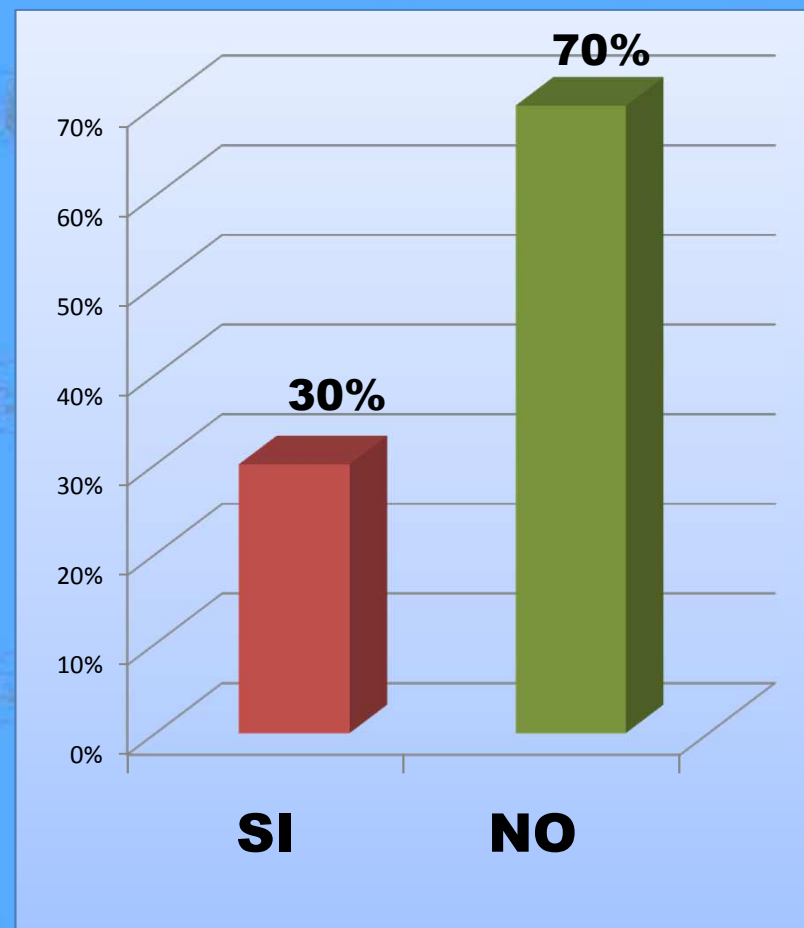


# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As. y CABA)

**Según la indagación respecto de que si la Trucha Arco Iris tendría un precio menor al actual en el mercado se podría aumentar su consumo o suplantar el consumo de Salmón...**

Un 70% coincide que la trucha no podría superar la venta del Salmón, porque no tiene comparación, ya que porque éste último es de mayor talla, más atractivo, y lo perciben mejor, etc.

Y un 30% dice que sería adecuado que disminuya el precio de la trucha, porque se vendería mucho más y ampliaría el mercado.



# **RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN PESCADERIAS (Bs. As.)**

**El Estado debería incentivar el consumo de  
Pescado mediante ...**

- Publicidad y Promoción.
  - Mayor información sobre los beneficios nutricionales.
  - Indagaciones de mercado como la presente.
  - Mayor financiamiento para estudios.
  - Acceso a ferias.
  - Mayor control de la contaminación en ríos.
- Elaborar productos con agregado de valor.
  - Cambiar la cultura o pensamiento con respecto al consumo de pescado.
  - Disminuir los precios.
  - Mayor control de calidad sobre el transporte de los pescados y mariscos.

# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN SUPER E HIPERMERCADOS (Bs. As. y CABA)

En súper e hipermercados se pudo observar que cada vez son más aquellos que poseen menores superficies destinadas a pescaderías o directamente no poseen, pues la tendencia indica que la venta de pescados y mariscos resulta darse bajo la modalidad de congelados, necesitando para este fin freezers, lo que permite conservar aún más estos productos. Esto les permite acopiar grandes volúmenes de mercadería y destinar ciertos menos recursos a estas actividades. En algunos casos, mantienen venta de pescado fresco, pudiendo observarse pescados enteros en exposición en las heladeras mostrador (en algunos casos con aspectos deficientes, olor fuerte no marino, piel con escaso brillo, ojos opacos grisáceos, etc.).





# RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN EN SUPER E HIPERMERCADOS (Bs. As. y CABA)

A nivel de entrevistas con personal de determinados supermercados, estos manifestaron la escasa variedad de proveedores de pescado de río y por sobre todo la idea de “cambiar la imagen” de la pescadería pues los clientes generaban quejas (no siempre fundadas) por la apariencia y cierto rechazo a la calidad desde lo sensorial al momento de acercarse a tal mostrador. A nivel de precios, en varias pescaderías, muestran algunos menores frente a productos congelados comercializados por hipermercados y es mas aun si los mismos son importados. En hipermercados se destacan atractivos packaging, mayor variedad de alimentos elaborados en base a pescado y mariscos (Ej.: hamburguesas de: salmón, merluza, boga, otros, nuggets, formitas, ahumados, etc.) y eventualmente atractivas promociones.



# Conclusiones

Este estudio tuvo como objetivo saber cuales son las especies más demandadas por los consumidores en las pescaderías, también conocer algunas de las problemáticas que actualmente existen en la comercialización de dichas especies en súper e hipermercados.

Otro de los aspectos importantes considerados, fue constatar las diferencias que perciben los consumidores entre el salmón vs. la trucha.

Mediante el relevamiento de información realizado en pescaderías de la provincia de Buenos Aires y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se visualizó que la merluza y el salmón, siguen liderando el ranking de los pescados/mariscos (de mar) más vendidos junto con otros como ser el Gatuzo, Brótola y Mariscos (langostinos, calamar, mejillones, camarones, etc.). Entre los pescados (de río) los de mayor venta (en este orden): surubí, boga, dorado, pacú, sábalo y bagre.

En las pescaderías que comercializan pescado de cultivo (33,3% de las indagadas), se destacaron: Pacú, Surubí, Trucha y Salmón (de origen Chileno). Un 60% de todos los establecimientos indagados no conocen cuales son los beneficios en generales del pescado de cultivo y también un 60% considera que aún existen ciertas problemáticas con la venta de pescados de río. En esa línea se detectó que un 66,7% no venden especies de río por causas como: inexistencia de proveedores en la zona y algunos escasamente confiables, poseen variedad acotada de especies y asimismo, nivel sensorial que perciben gusto a barro. También han manifestado, que los productos de río, en ocasiones, son más costosos comparados con la carne vacuna, el cerdo y el pollo. Finalmente, señalaron que existe baja concientización por ausencia de campañas publicitarias en referencia a dichos productos y su consumo, así como cierta percepción con respecto a la contaminación existente en los ríos.



# Conclusiones

Las pescaderías consideran en un 70% que la comercialización de trucha nunca podría superar al salmón en varias causas: en primer lugar, los consumidores perciben que el salmón tiene un mejor sabor, normalmente he visualizado en las pescaderías y se destaca en trozos del doble de tamaño del de la trucha que normalmente se comercializan “en tamaño plato”; el color es mas atractivo que el de la trucha y otro gran problema es que en varios casos el kilo de trucha cuesta lo mismo (en muy pocos casos es aún mayor) que el kilo de salmón. En los casos en que la trucha cuesta menos, la diferencia es muy poca y el consumidor opta por comprar salmón. Solo un 30% de los indagados considera que la trucha superaría la venta del salmón si hubiera una gran disminución en su precio de venta junto a una gran campaña publicitaria (tratándose siempre la comparación con trucha ración).

Asimismo los indagados, destacan el bajo consumo de pescado/mariscos en comparación al consumo de otros países en el mundo, mencionando que se trata de un tema cultural y que se debería realizar mayor promoción, destacando los beneficios del consumo de pescados/mariscos, pero asociándolo a otras comidas y durante el consumo. También reconocen como positivo que haya políticas publicas para revertir esta situación, sobre todo en los aspectos de la acuicultura. Se señala además que los proveedores poseen elevados precios y también deficiencias en cuanto a los controles de calidad y cuidado en el transporte de los productos.



# Conclusiones

Complementando estos aspectos existe un informe de la Consultora de Investigaciones Económicas Sectoriales (IES), donde la demanda de pescado en general en 2016 bajó un 14,5% (mercado interno), en referencia a los registros del año anterior. En el 2016 se consumieron 303 mil toneladas que representaron una ingesta anual por habitante de 7,1 kilogramos y según (IES) este fue el menor volumen registrado en la última década.

Finalmente, los indagados consideran que el Estado debería hacer mayores estudios de mercado como el presente, que junto a acciones de comunicación, podría sensibilizar y conocer mejor el sector comercial del cultivo de peces.



Ministerio de Agroindustria  
Presidencia de la Nación