

Ventajas e inconvenientes asociados al consumo de pescado desde una perspectiva cualitativa

A. Claret¹, L. Guerrero¹, E. Aguirre², M.D. Hernández³, B. Álvarez-Blázquez⁴, L. Rincón⁵, I. Martínez⁶, A. Grau⁷, C. Rodríguez⁸

¹ IRTA, Finca Camps i Armet. 17121 Monells (Girona). e-mail: anna.claret@irta
² EPDAP, ³ IMIDA, ⁴ IEO Vigo, ⁵ ULPGC, ⁶ IEO Santander, ⁷ LIMIA, ⁸ CEP

Abstract

Food consumption is influenced by a pool of beliefs and attitudes that consumers have. Most of these beliefs and attitudes are a balance between different motives and barriers that drive consumer behaviour. In the present study, motives and barriers regarding fish consumption were investigated by means of 9 focus groups carried out in different Spanish regions. Health was perceived as the main advantage of fish consumption, while price and inconvenience were cited as the main barriers. Some differences in barriers and motives were observed between consumers depending on their fish consumption, age and gender. The results obtained are a valuable preliminary input for future quantitative studies involving a representative sample of participants.

Justificación

Las actividades relacionadas con el sector pesquero desempeñan un papel fundamental en el desarrollo social y económico de las zonas costeras de nuestro país. Aunque España es uno de los países con un mayor consumo de pescado, éste se encuentra en el límite de las recomendaciones mínimas que las autoridades alimentarias y nutricionales aconsejan (Verbeke *et al.*, 2005; AECOC, 2009). Para mantener e incluso incrementar el consumo de pescado entre los consumidores españoles es especialmente importante estudiar cuáles son las características individuales que determinan su consumo.

El objetivo de este trabajo es determinar las principales ventajas e inconvenientes que los consumidores españoles asocian al consumo de pescado.

Material y Métodos

Se realizaron 9 entrevistas grupales diferentes en 9 comunidades autónomas españolas. En total participaron 85 consumidores, con perfiles socio-demográficos y frecuencia de consumo de pescado diversos (Tabla 1). Durante el desarrollo de las entrevistas, los consumidores debían citar los principales motivos/ventajas y barreras/inconvenientes que asociaban al consumo de pescado. Estos se agruparon en 12 y 9 categorías respectivamente. Se calculó la frecuencia relativa de cada una de ellas y estas se analizaron mediante un Análisis Factorial de Correspondencias Simple.

Resultados y Discusión

En general, los principales beneficios asociados al consumo de pescado fueron los relacionados con la salud (71,76% de los encuestados), la variedad de especies (42,35%) y las propiedades sensoriales (29,41%)

Tabla 1. Datos socio-demográficos y frecuencia de consumo de pescado de participantes en las entrevistas grupales (% de consumidores, n = 85)

CCAA	Andalucía	12,9	Edad	≤ 25 años	14,1	
	Asturias	11,8		De 26 a 50 años	52,9	
	Islas Baleares	11,8		> 50 años	32,9	
	Islas Canarias	7,1	Consumo de pescado	≤ 1 vez por semana	17,6	
	Cantabria	14,4		2-3 veces por semana	67,0	
	Cataluña	9,4		> 3 veces por semana	15,3	
	Galicia	8,2		Nivel de estudios	Básicos	16,5
	Madrid	11,8			Medios	41,2
	Murcia	12,9			Superiores	41,2
Género	Hombres	48,2				
	Mujeres	51,8				

Tabla 2. Frecuencias relativas de citación de cada categoría de ventajas/motivos e inconvenientes/barreras asociados al consumo de pescado

Ventajas/motivos	%	Inconvenientes/barreras	%
Salud	71,76	Incomodidad al comerlo	57,65
Variedad de especies	42,35	Precio	57,65
Digestibilidad	38,82	Características sensoriales	44,71
Características sensoriales	29,41	Incomodidad para limpiarlo	40,00
Comodidad	25,88	Incomodidad para cocinarlo	31,76
Valor nutricional	23,53	Incomodidad para obtenerlo	27,06
Variedad de formas de cocinarlo	23,53	Seguridad e higiene	22,35
Dieta equilibrada	21,18	Salud	17,65
Relación calidad/precio	14,12	Calidad del pescado de crianza	8,24
Hipocalórico	12,94	Ninguno	3,53
Contexto	12,94		
Frescura	5,88		

(Tabla 2). Asimismo, los principales barreras citadas por los consumidores fueron el precio (57,65%), la incomodidad al comerlo (57,65%) y una vez más las características sensoriales del producto (44,71%) (Tabla 2). En otros países europeos como, por ejemplo en Bélgica, se han obtenido resultados similares (Verbeke *et al.* 2005).

Los consumidores con un mayor consumo de pescado valoraron positivamente su frescura y variedad y citaron como principales inconvenientes su precio y las dificultades que tienen para obtenerlo (proximidad de los establecimientos, horarios...). Los consumidores con un menor consumo destacaron, como principal inconveniente, la incomodidad general que para ellos supone el consumo de pescado. Se observaron diferencias notables entre los participantes de ambos géneros. Las mujeres valoraron positivamente las propiedades sensoriales y la relación calidad/precio del pescado. También destacaron como principales inconvenientes, la incomodidad que para ellas supone la compra y la limpieza del pescado y los aspectos relacionados con la salud (espinas, anisak...). Por su parte, los hombres valoraron la importancia del pescado en una dieta equilibrada y citaron como principales inconvenientes del consumo de pescado su precio y incomodidad de prepararlo. En cuanto a la edad, los consumidores de mayor edad afirmaron que las propiedades sensoriales y su valor nutritivo eran los principales motivos por los que consumían pescado y su precio y la incomodidad al comerlo las principales barreras en su consumo. Por su parte, los consumidores más jóvenes valoraron positivamente la frescura y las características saludables y destacaron la incomodidad que en general comporta el consumo de pescado como principal inconveniente. No se observaron tendencias destacables ni por comunidad autónoma ni por nivel de educación. Estos resultados constituyen la base de estudios cualitativos posteriores, con un número de consumidores representativo de España.

Agradecimientos

Este trabajo ha sido financiado por los Planes Nacionales de Acuicultura de JACUMAR.

Bibliografía

- Verveke W., Vackier I. Individual determinants of fish consumption: application of the theory of planned behaviour. *Appetite* 2005 Feb. 44(1), 67-82.
- AECOC. 2009. «Hábitos de compra, conservación y consumo de los productos del mar en España».