

Según el informe realizado por GfK: El valor de las conservas de Pescado

Los consumidores atribuyen al atún en conserva un valor un 64 % superior al que se le reconoce

Madrid, xx de octubre.- Las conservas de atún se han convertido en un producto casi 'precioso' y muy apreciado por el consumidor, el cual le atribuye un valor muy superior al que actualmente tiene en el mercado, según ha sido contrastado por un estudio¹ científico realizado por la empresa de investigación de mercados GfK. Esta es una de las principales conclusiones del informe "El valor de las conservas" realizado por ANFACO (Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos) con el apoyo del FROM y fondos de la Unión Europea, que analiza en profundidad la situación real de este producto.

El informe toma como base el atún en conserva por suponer el 68% del volumen de ventas del sector en España. En este sentido, y según los datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, nuestro país es uno de los principales consumidores a nivel mundial de atún en conserva, situándose la media de consumo por ciudadano en 3Kg anuales. España es además el primer productor de atún en conserva a nivel europeo y el segundo a nivel mundial.

Entre las conclusiones que se desprenden del informe "El valor de las conservas de Pescado" están las siguientes:

- **La imagen y valoración del atún en conserva tiene un amplio margen de mejora.** 8 de cada 10 consumidores atribuyen al atún en conserva un valor un 42% superior al que actualmente se le reconoce. Esta diferencia en la valoración se incrementa aún más hasta llegar al 64%, cuando el consumidor conoce en mayor profundidad los valores nutricionales y los beneficios que genera el consumo de atún en conserva. Son datos extraídos del informe científico realizado por la empresa de investigación de mercados GfK. También de éste se extrae que los consumidores no sólo conocen y valoran el atún, sino que además le dan un valor superior al que se le reconoce actualmente.

¹ Estudio Omnibus realizado por GfK Emer Ad Hoc a partir de 1012 entrevistas representativas a nivel nacional con un error muestral +/-3,10% (intervalo de desconfianza del 95%). Trabajo de campo: 16 de mayo a 24 de mayo de 2011.

- **El atún en conserva, un producto con excelentes atributos.** El atún en conserva es un producto sano y nutritivo, siendo fuente natural de Omega 3. Las grandes propiedades del atún en conserva unidas a sus efectos beneficiosos sobre la salud (beneficios cardiovasculares y mantenimiento del nivel de colesterol, entre otros) hacen que sea un producto de consumo prácticamente diario en la dieta de los españoles. Todos estos factores, sumados a la percepción positiva que del mismo tienen los consumidores, hacen que las conservas de atún ocupe un lugar privilegiado en la cesta de la compra en España.
- **La conserva de atún tenderá a convertirse en un producto cada vez máspreciado y reconocido** debido a la dificultad de lograr un equilibrio entre las posibilidades de abastecimiento de materia prima, la necesidad de garantizar la sostenibilidad de los recursos atuneros y la creciente demanda de las conservas de atún en diversos mercados. Actualmente la demanda de los consumidores es creciente y está fundada en la percepción de los beneficios de este producto, mientras que la oferta de materia prima es cada día más restringida, por lo que el atún en conserva se posiciona como un producto reconocido y casi 'precioso'.
- **La industria atunera española realiza todos los esfuerzos necesarios para asegurar la sostenibilidad del atún.** La industria conservera española de atún, líder en Europa y segunda a nivel mundial, apuesta por la sostenibilidad de los recursos y su comercialización responsable. En este sentido, las capturas de túnidos están estabilizadas en torno a un máximo sostenible, establecido alrededor de 4,4 millones de toneladas. Por garantizar esta sostenibilidad de los recursos, la industria atunera española promueve la adopción de medidas de gestión por parte de las Organizaciones Regionales de Pesca en los diferentes caladeros, con el fin de mantener el equilibrio necesario.
- **Es imprescindible que todos los actores valoren el atún en conserva en su justa medida y contribuyan a potenciar su imagen y los importantes beneficios que aporta su consumo, a fin de que siga ocupando una posición privilegiada** en la cesta de la compra del consumidor.

Sobre ANFACO – ANFACO es la Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos. Integra y representa a 216 empresas pertenecientes al ámbito de la transformación y conservación de productos del mar.



Sobre el FROM – El FROM es el Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos, un Organismo Autónomo, adscrito al Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, que centra sus actividades en el diseño y desarrollo de acciones encaminadas a promocionar el consumo de productos pesqueros.

Sobre el Grupo GfK - El Grupo GfK aporta el conocimiento que la industria, el comercio, las empresas de servicios y los medios de comunicación necesitan para tomar decisiones en el mercado. Provee una extensa gama de servicios de información y consultoría en tres sectores: investigación ad hoc, retail y tecnología y medios. Con operaciones en más de 100 países y más de 10.000 profesionales, GfK es la cuarta empresa de investigación de mercados del mundo. En 2010, las ventas del Grupo GfK alcanzaron los 1.294 millones de euros.