
El mercado de la Tintorera y Pez espada en España

—
Congreso Flota Palangre Superficie
Octubre 2023



1. Contexto productos de la pesca y acuicultura
2. El consumidor de tintorera y pez espada
3. Formatos de venta
4. Conclusiones y plan de acción



Contexto productos de la pesca y la acuicultura

3

1. Bajadas continuadas de venta de productos del mar. (25% de disminución de consumo desde 2008).
2. Menores consumos actuales por efecto de la inflación. El consumidor percibe el pescado como caro, aunque es de los productos que menos ha repercutido costes en punto de venta.
3. Cambios en los hábitos de compra y consumo. El consumidor busca productos fáciles y prioriza su tiempo haciendo cosas distintas a cocinar.
4. Desconocimiento de los productos del mar por parte de las nuevas generaciones.
5. Falta de "atractivo" en la categoría de productos del mar comparado con otras categorías
6. Búsqueda de estilo de vida y alimentación saludable (moda por estar en forma y las proteínas)
7. La sostenibilidad es un tema relevante para los consumidores.

El consumidor de tintorera y pez espada



Metodología

ÁMBITO

España

UNIVERSO

Responsables de la compra de alimentación

Consumidores de pez espada (n=167) o tintorera (n=92) en los últimos 6 meses

CUOTAS

Se han considerado cuotas de sexo, edad, tamaño de hábitat y zona Nielsen

TAMAÑO DE LA MUESTRA

4.303 contactos realizados

212 ENTREVISTAS ONLINE

PROCEDIMIENTO

Entrevista online a panel de consumidores

FECHAS DE CAMPO

Del 4 al 10 de septiembre 2021



El **Pez espada** tiene un alto nivel de conocimiento

84%

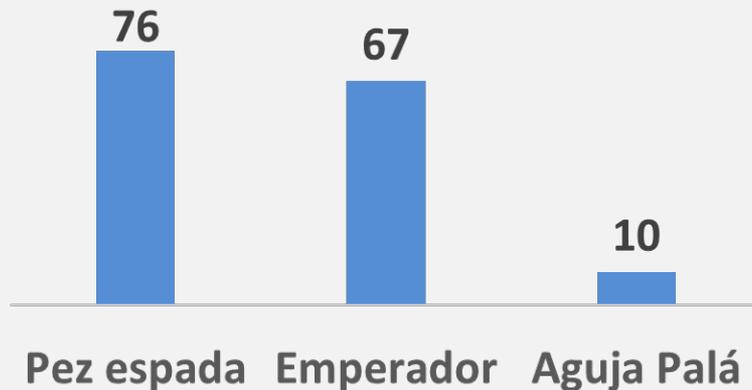
de los hogares españoles conoce el Pez Espada



El **Pez espada** tiene un alto nivel de conocimiento

84%

de los hogares españoles conoce el Pez Espada

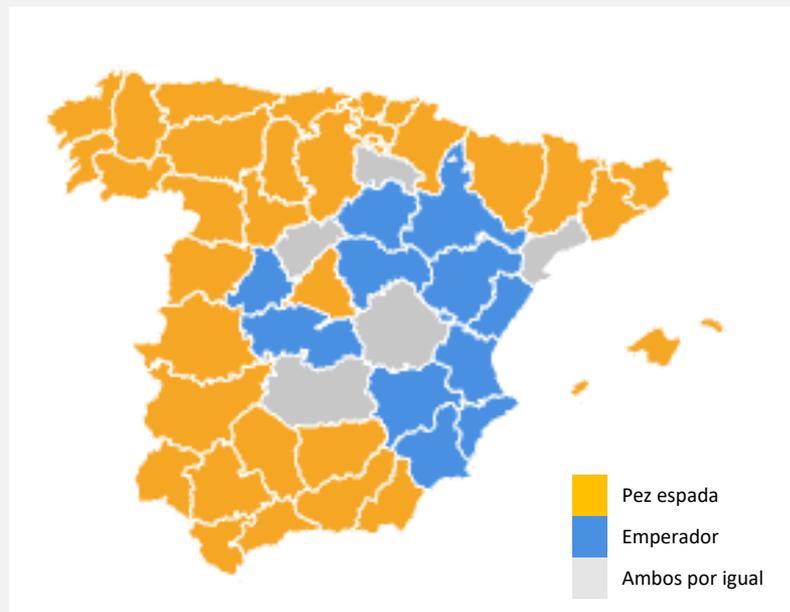


Denominación más frecuente por áreas

84%

de los que conocen
el pez espada

Pez espada vs. Emperador



La **Tintorera** tiene menor
conocimiento

55%

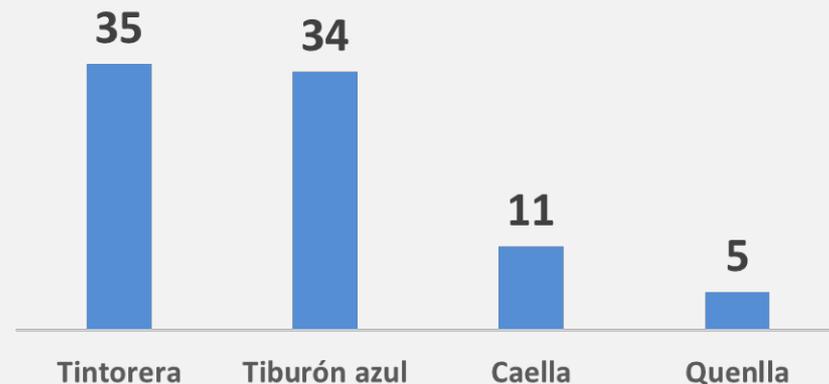
de los hogares españoles
conoce la Tintorera



La **Tintorera** tiene menor conocimiento

55%

de los hogares españoles conoce la Tintorera

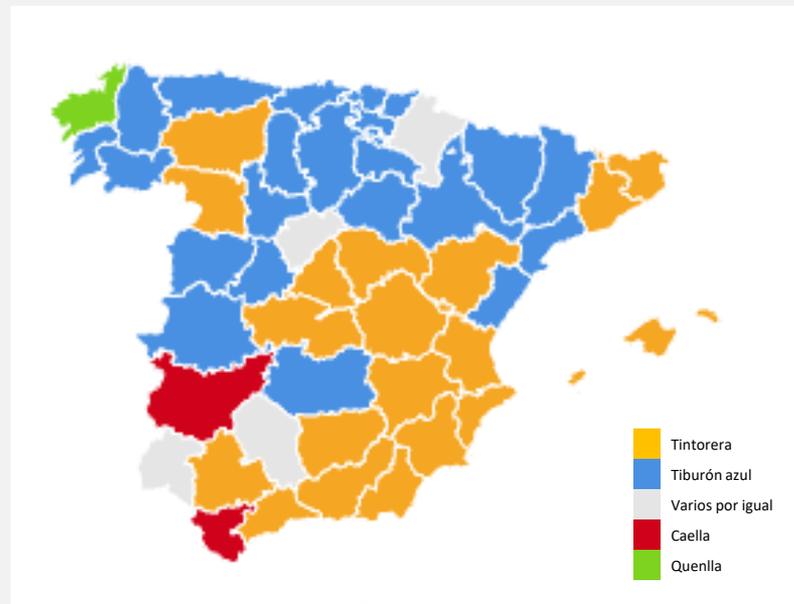


Denominación más frecuente por áreas

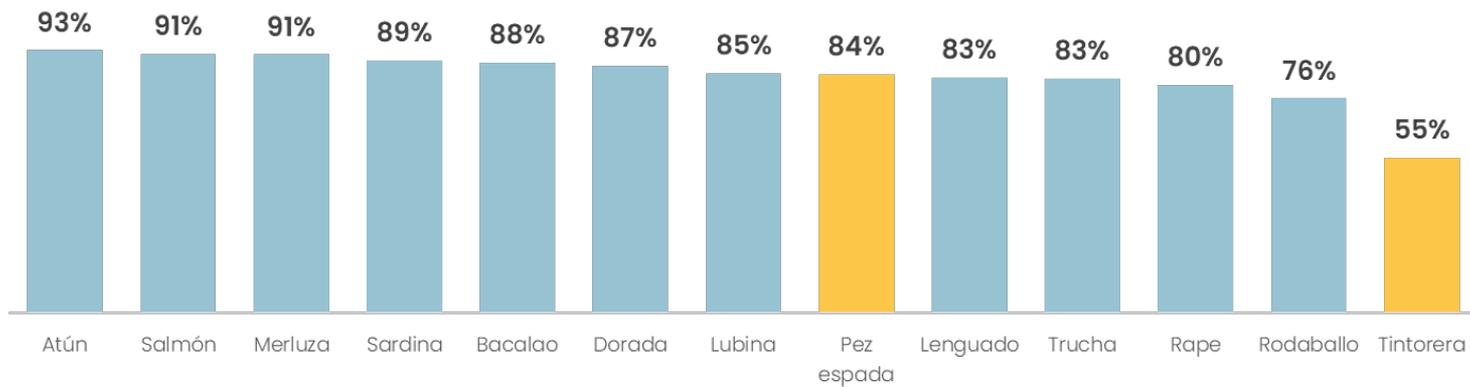
55%

de los que conocen
la tintorera

Tintorera vs. Tiburón azul vs. Caella vs. Quenlla

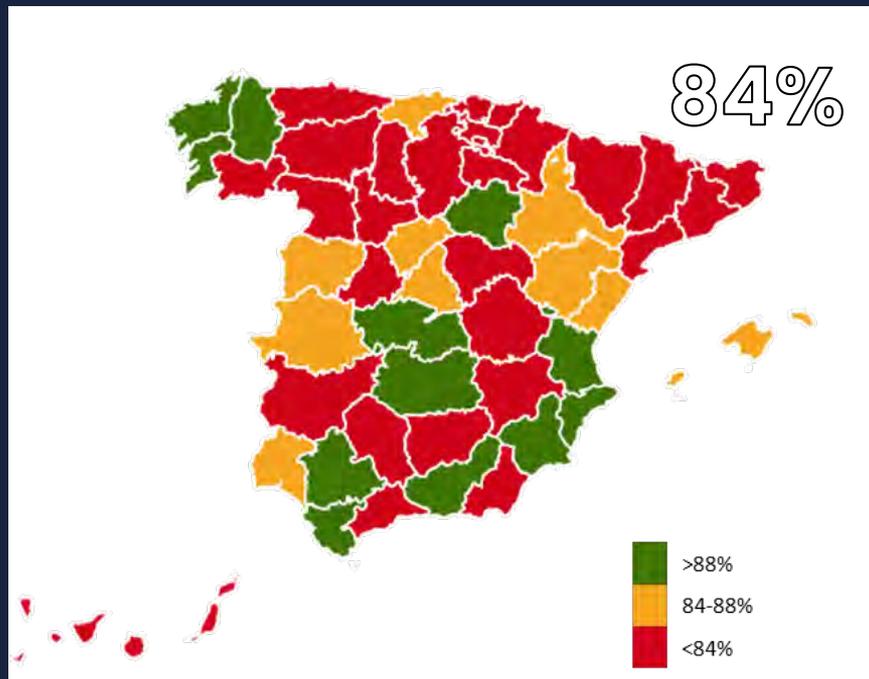


Conocimientos de las distintas especies

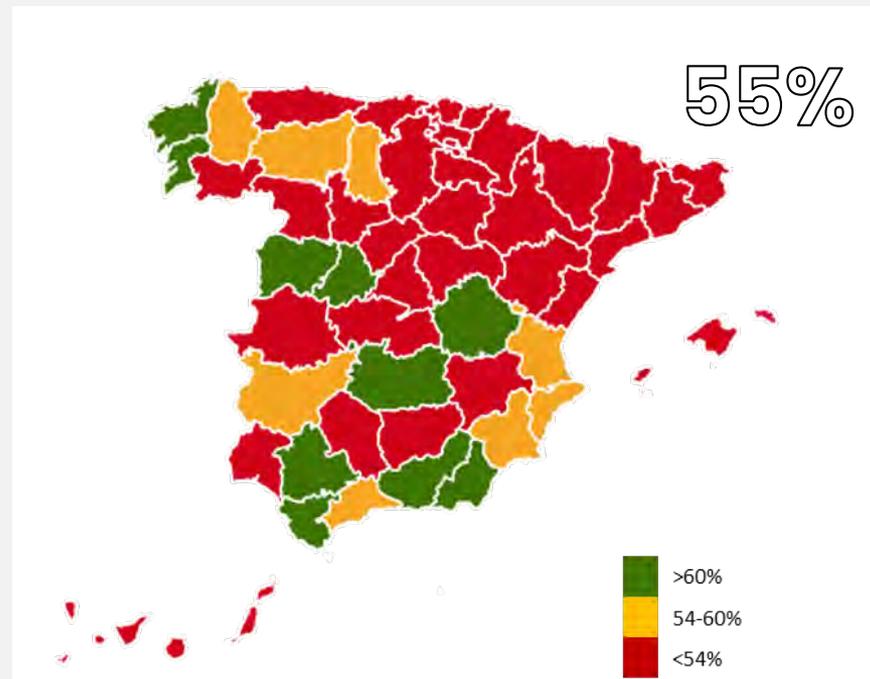


Conocimiento por áreas

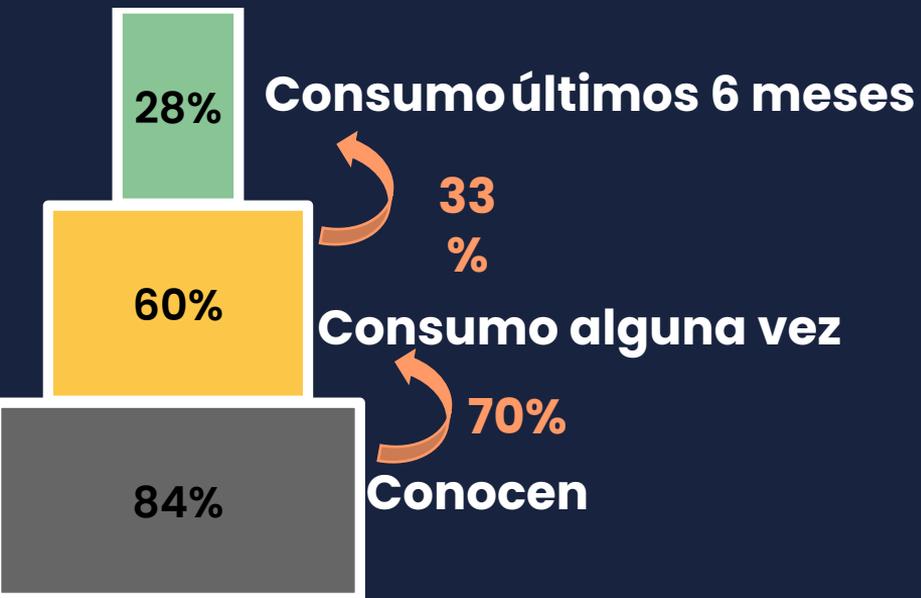
Pez espada



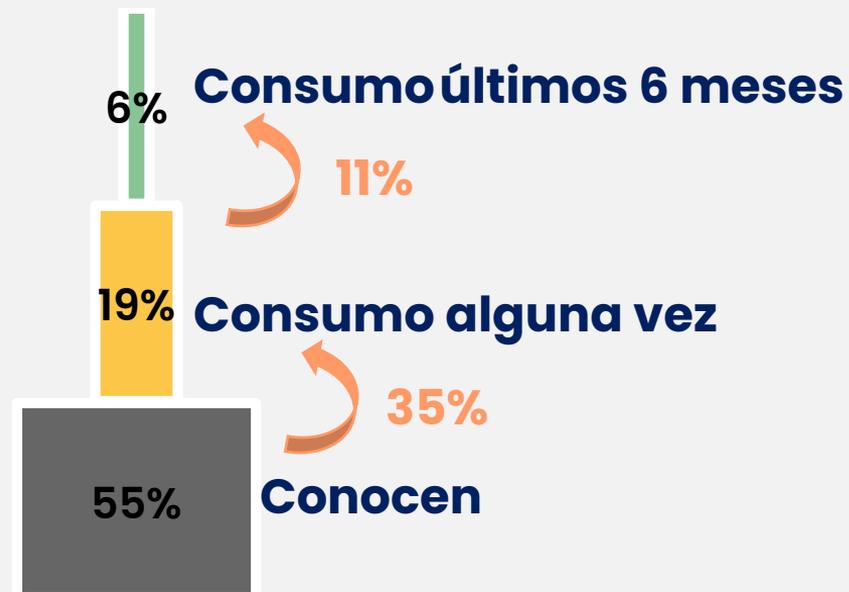
Tintorera



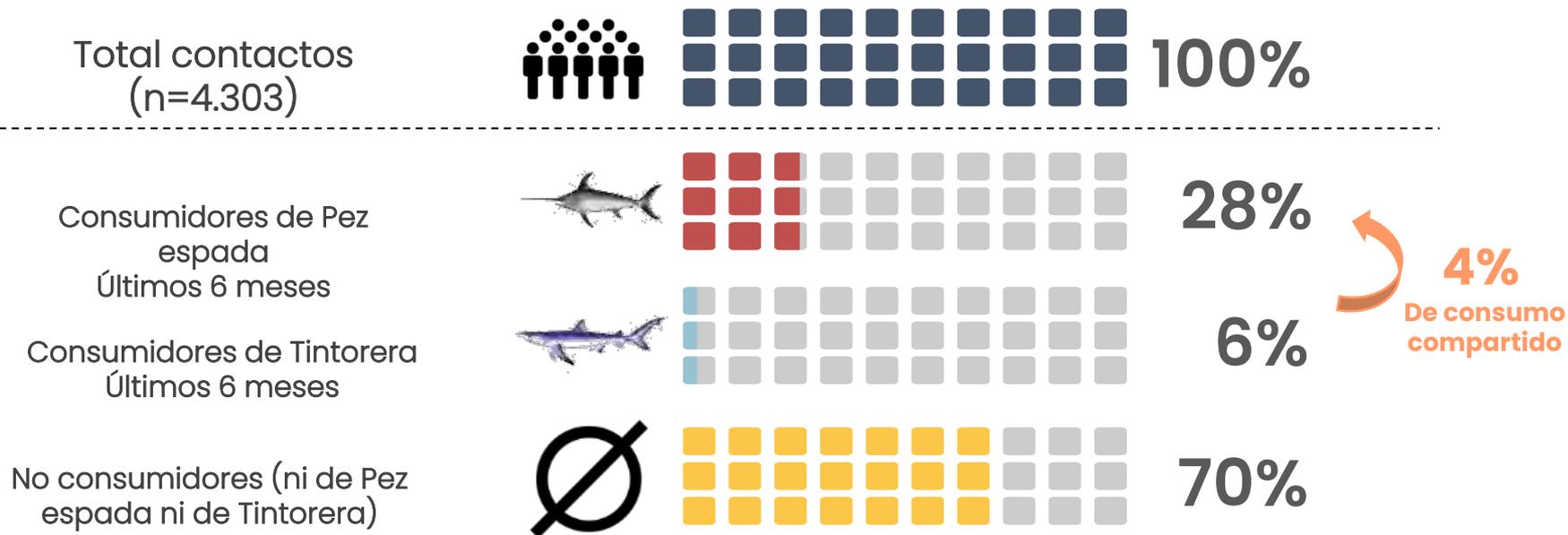
Pez espada



Tintorera



Perfiles analizados



Perfil del consumidor

Pez espada



Hombre
48%



Mujer
52%

Sin diferencias
por género

Edad media: 42 años



Grupo que más consume

+50 años

Se observan algunas
diferencias por edad

Tintorera



Hombre
49%



Mujer
51%

Edad media: 41 años

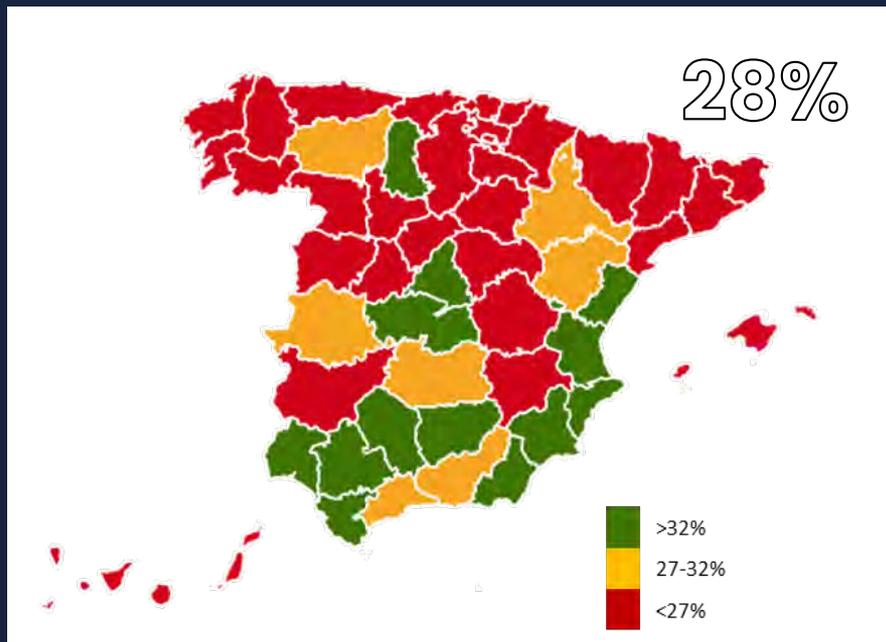


Grupo que más consume

30 - 39 años

Pez espada

Consumo últimos 6 meses



Tintorera

Consumo últimos 6 meses





El consumidor de Pez espada y Tintorera prioriza **sostenibilidad y salud**



Priorizo productos de marcas sostenibles, **comprometidas con el medioambiente**



Priorizo productos de marcas o **productores locales**



En casa seguimos una **dieta sana y equilibrada**



Estoy dispuesto a **pagar más por productos saludables**



El consumidor de Pez espada y Tintorera se considera **buscador de novedades y marquista**



Me gusta probar nuevos productos y sabores



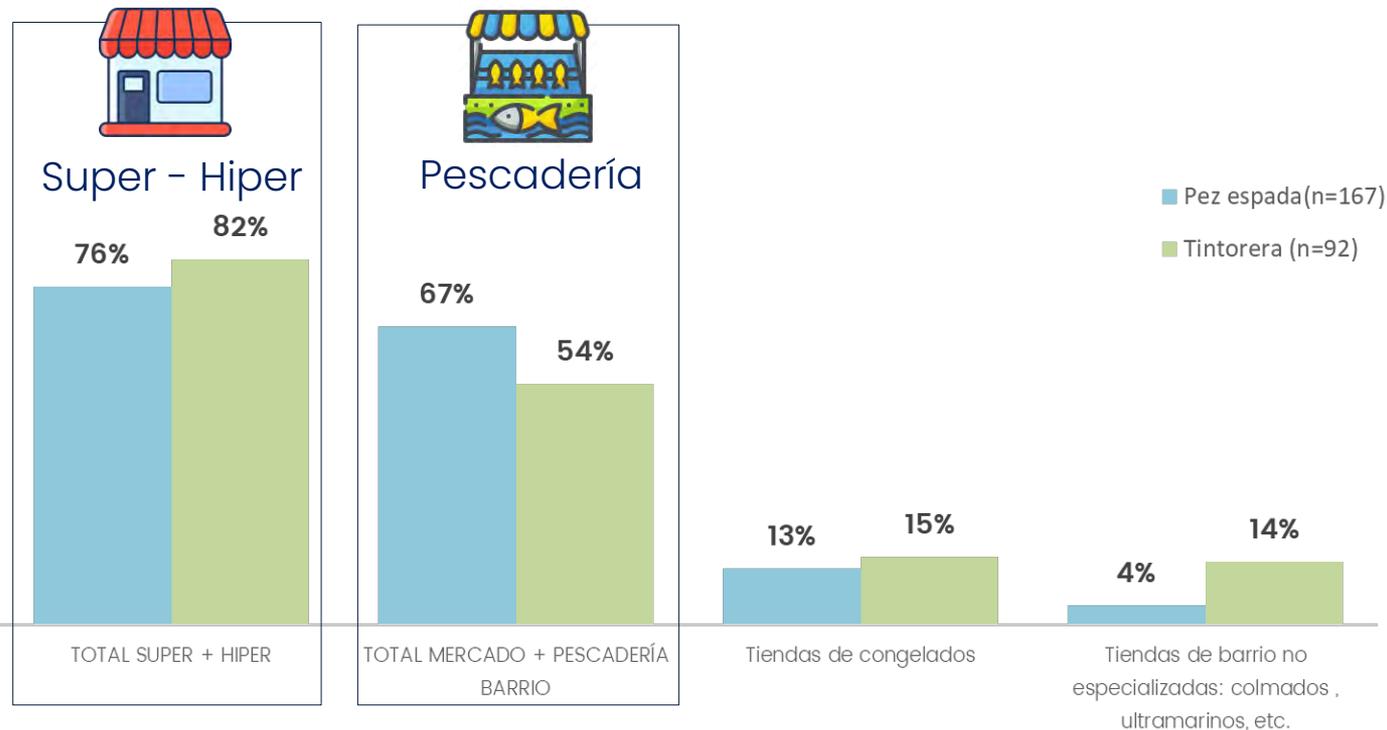
Priorizo **productos de marcas de renombre/prestigio**

Hábitos de compra



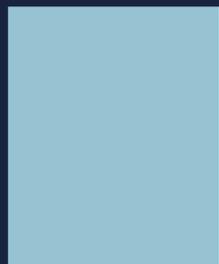
Lugar de compra

La tintorera se compra en el supermercado, el pez espada también pero la pescadería de barrio tiene un papel importante



Pez espada

97%



En rodajas/ filetes

13%



En tacos

5%



En adobo



Tintorera

83%



En rodajas/ filetes

33%



En tacos

16%



En adobo



AECOC SHOPPERVIEW

Hábitos de consumo



Pez espada

79%



En casa

21%



Bares o restaurantes

Tintorería

70%

30% ↑



Andalucía

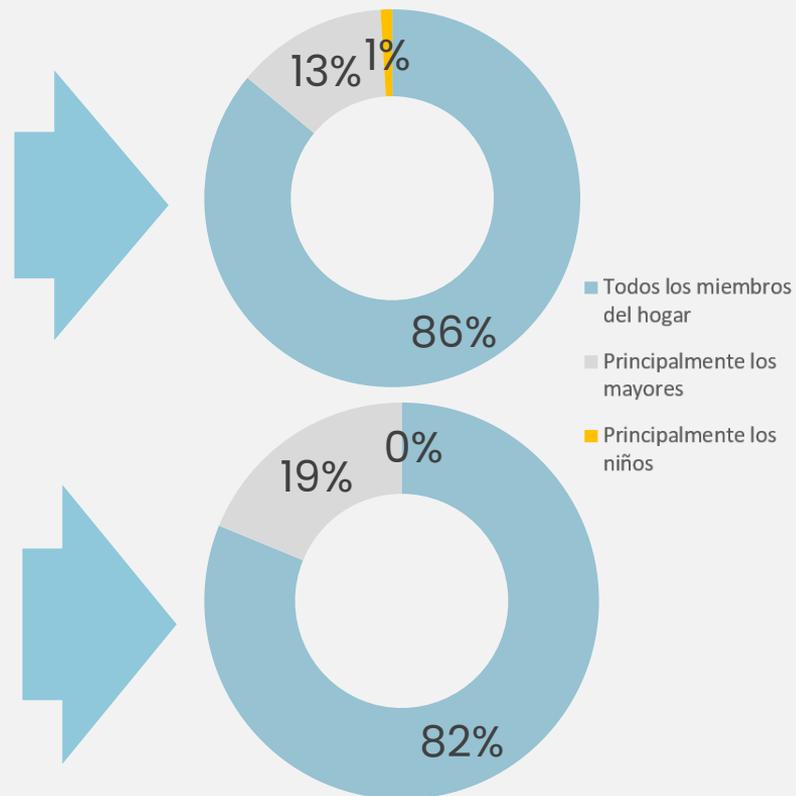
Consumen todos los miembros del hogar

Pez espada

86%

Tintorería

82%



AECOC SHOPPERVIEW

Cómo se consume



Pez espada

92% **A la plancha /
A la parrilla**

44% **Al Horno**



Tintorer

a

58% **A la plancha /
A la parrilla**

45% **Frito**

37% **Guisado**

34% **Al Horno**

Motivos y barreras de consumo

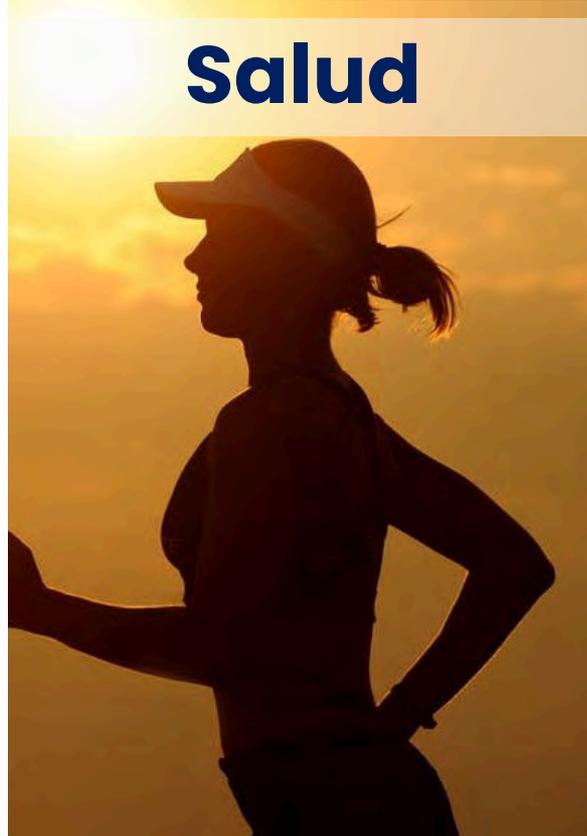


Motivos de consumo

Sabor



Salud



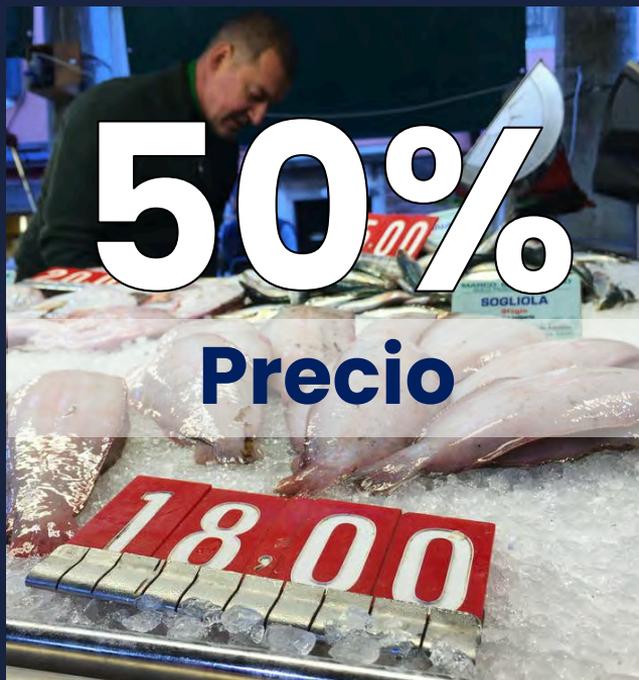
Conveniencia



AECOC SHOPPERVIEW

Barreras al consumo (no consumidores)

Pez espada



Tintorera



Palancas de crecimiento



Palancas de consumo

¿Qué podría hacer que empezaras a consumir este tipo de pescado?



Conocer recetas
fáciles y apetecibles

Palancas de consumo

¿Qué podría hacer que empezaras a consumir este tipo de pescado?



Que lo encuentre a buen precio

Palancas de consumo

¿Qué podría hacer que empezaras a consumir este tipo de pescado?



Tener más
información sobre
este tipo de pescado

Palancas de consumo

¿Qué podría hacer que empezaras a consumir este tipo de pescado?



Encontrarlo en el punto de venta habitual

Formatos de venta







“Pescados especiales”

Mostrador libre servicio refrigerado



Oferta de atun y pez espada

Distribución Organizada – CARREFOUR (febrero 2022)

Caella descongelada sin piel a 5,50 €/Kgr



Distribución Organizada – CARREFOUR (febrero 2022)



Pez espada descongelado en oferta a 12,89€ (oferta en atún y pez espada).





4,77 €

15,90 €/kg

**Rodaja de pez espada
congelada 300 g aprox**



~~20,82 €~~ **17,87 €**

14,89 €/kg

Pez Espada 1,2 kg aprox

Tipo de corte:

Filete con piel



**Pez Espada en
Carrefour online Octubre 2023**

Distribución organizada - CARREFOUR



Rodaja de tintorera congelado 300 g aprox

1,35 €
4,50 €/kg

Añadir

Producto de peso variable, la cantidad y precio puede variar ligeramente en la preparación.



Tintorera en
Carrefour online Octubre 2023

Distribución Organizada – MERCADONA (tienda Octubre 2023)





Distribución Organizada – EL CORTE INGLÉS



Cadena de Valor – Pez Espada y Tintorera

Distribución Organizada – Hiper Usera (febrero 2022)



“Venta de Cazón por tintorera”

RECOMENDACIONES

Plan de Acción





1. Plan de concienciación interno. ¡**CREER EN EL PRODUCTO!**

2. Plan de Comunicación / **Difusión del FIP** (a TODA LA CADENA, también al CONSUMIDOR)

3. Mejora de la **calidad** del producto:

- a través de buenas prácticas a bordo
- a través de buenas prácticas en la manipulación/transformación

4. Plan de Comercialización / Introducción en:

- **HORECA Organizado**
- Distribución Moderna -> hacerlo accesible al consumidor final (nuevos formatos)

5. **Campañas de comunicación / promoción** producto a consumidor final:

- Conocimiento producto. ¡Si no te conocen no te van a comprar!
- Desarrollo nuevas formas de preparación. Recetas fáciles y asequibles.

A hand holding a white megaphone with a red base, set against a background of pink and yellow geometric shapes. The hand is wearing a blue sleeve.

1. Mostrar datos sobre el equilibrio selenio/mercurio... **cuando hay noticias alarmantes** en los medios de comunicación que desestabilicen la compra. Comunicando en positivo y resaltando los beneficios.

2. Mejorar en las presentaciones y formatos de pez espada en punto de venta para adaptarse a las necesidades del consumidor (packaging más sostenible, skin pack, medias lunas, marinados,...)

3. Minimizar las **fluctuaciones de precio** ya que es el principal freno hacia el consumidor final que podría irse a otras especies.

¡Muchas gracias!



Ronda General Mitre 10, 08017 Barcelona
T. 932 523 900 · F. 932 802 135

—
www.aecoc.es

“Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial (“AECOC”). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o todos los elementos del informe.

© [Enero, 2020] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC.”

AECOC