



ALLIANCE™

[.https://debug.globalseafood.org](https://debug.globalseafood.org)

Intelligence

Cambios en la percepción de los consumidores europeos de salmón cultivado

12 June 2017

By Prof. Ragnar Tveteras , Karoline Eriksen , Prof. Yuko Onozaka and Kristina Pettersen

En encuestas realizadas en los últimos cinco años, el salmón obtuvo un alto nivel como producto saludable, igual al pollo en inocuidad alimentaria

Desde 2012, hemos realizado encuestas de hogares en Francia, Alemania y el Reino Unido sobre sus percepciones y patrones de consumo de salmón y de carne de actividades agropecuarias. Después de 2012, la producción mundial de salmón ha sido más o menos estable, debido principalmente a los cuellos de botella biológicos y reglamentarios del lado de la oferta. El mercado no ha representado una barrera para el crecimiento, ya que el importante aumento de los precios del salmón demuestra que la demanda de salmón ha cambiado en una dirección positiva desde 2012.

Aquí, examinamos el desarrollo en las percepciones de los consumidores de salmón durante el mismo período.

Los países en los que nos enfocamos aquí también experimentaron un mercado de salmón estancado en términos de volumen de 2012 a 2017. La Fig. 1 muestra que las ventas minoristas de salmón en Francia disminuyeron de 80.000 toneladas métricas en 2012 a 63.000 toneladas en 2016. Durante el



El crecimiento de los ingresos mundiales, en combinación con nuevas innovaciones en la distribución y los productos finales del salmón, probablemente serán factores importantes para garantizar los elevados precios del salmón. Foto de Darryl Jory.

mismo período, las ventas al por menor de salmón de Alemania y del Reino Unido han aumentado de menos de 50.000 toneladas a más de 55.000 toneladas.

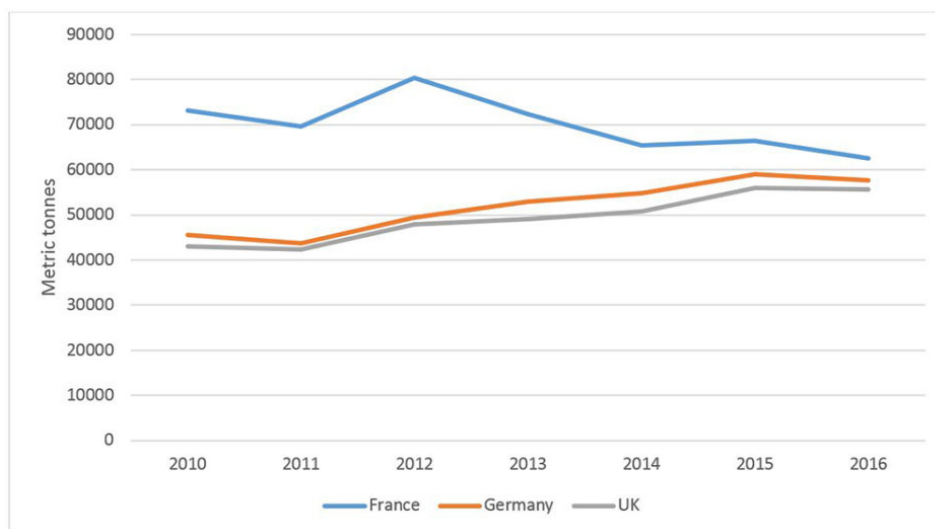


Fig. 1: Ventas al por menor de salmón en toneladas métricas (Fuente: Europanel, Norwegian Seafood Council).

Posición in 2017

“Posición” se refiere aquí a la percepción del consumidor de un producto en relación con la percepción de productos competidores. La demanda del consumidor o la voluntad de pagar por el producto es en gran medida una función de su posición. Aquí, analizamos la posición del salmón genérico frente a los competidores agrícolas genéricos – pollo, carne de res y cerdo – en Francia, Alemania y el Reino Unido.

Las Figs. 2-4 muestran las percepciones del salmón y la carne de las actividades agropecuarias en términos de sabor, promoción de salud, disponibilidad, conveniencia y relación calidad-precio. Se les pidió a los consumidores que clasificaran el salmón, el pollo, el cerdo y la carne de res en una escala de 1 (baja) a 7 (alta). La puntuación para cada dimensión es el promedio del país. Para una categoría de producto (por ejemplo, salmón), la posición media es más fuerte cuanto mayor sea el valor.

De las Figs. 2-4, vemos que el salmón tiene una puntuación baja de valor por dinero. Esto no debería ser sorprendente teniendo en cuenta a los altos precios del salmón al que los consumidores se han enfrentado en los últimos años. Promoción de la salud es la dimensión donde el salmón tiene la posición más fuerte en comparación con la carne de res – es la número 1 en Alemania y el Reino Unido, pero se sitúa por debajo del pollo en Francia. En todas las demás dimensiones, el pollo le gana constantemente al salmón. El salmón tiende a tener una posición relativamente más fuerte en comparación con el cerdo en varias dimensiones.

En los tres países, el pollo tiene generalmente la posición más fuerte cuando tomamos el promedio de todas las dimensiones y les asignamos el mismo peso. La posición general del salmón tiende a ser a nivel del cerdo y carne de res. El salmón tiene una posición relativamente más fuerte en el Reino Unido y Alemania que en Francia en comparación con la carne de res y de cerdo.

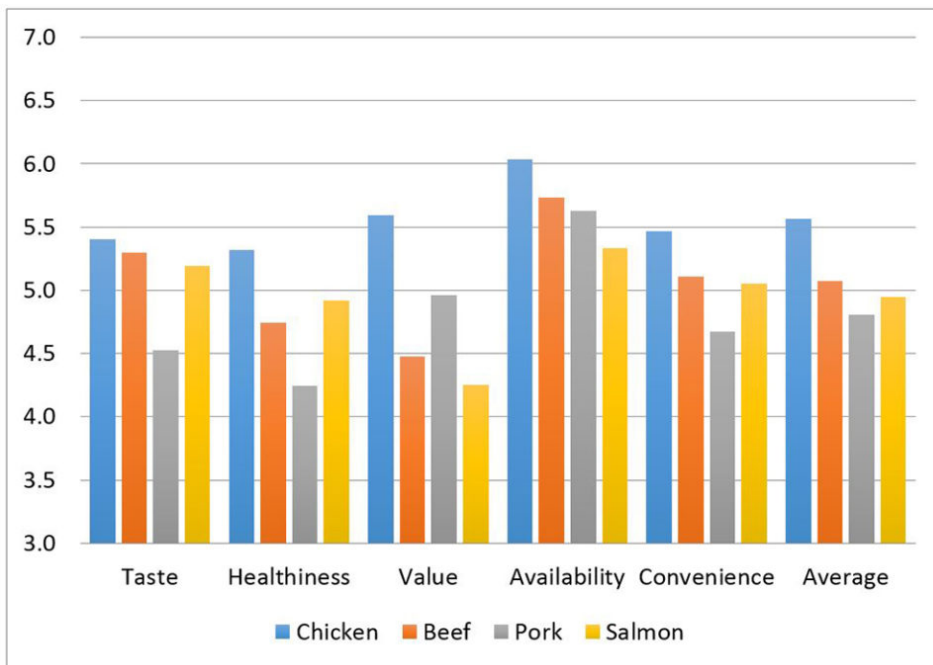


Fig. 2: Posición en Francia en 2017

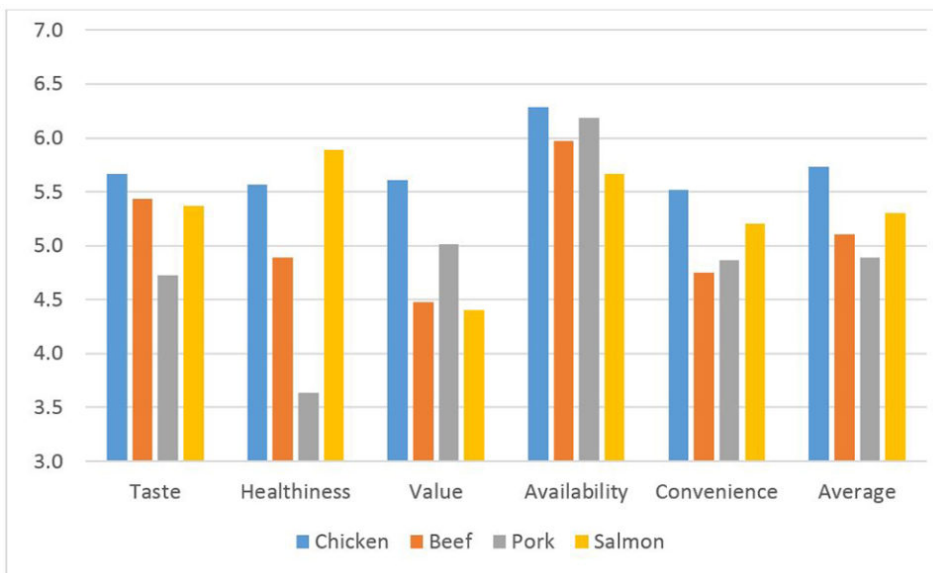


Fig. 3: Posición en Alemania en 2017

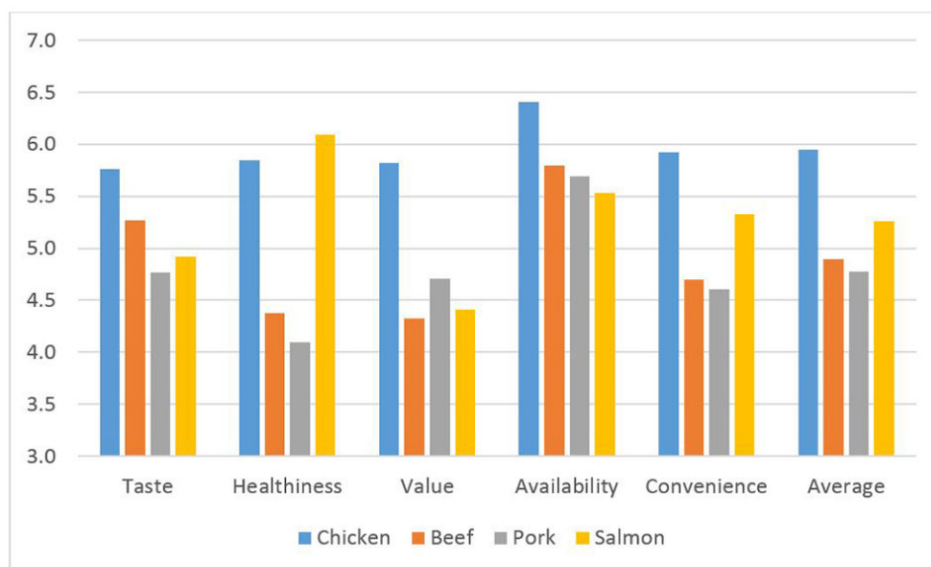


Fig. 4: Posición en el Reino Unido en 2017

¿Cambio en posición?

¿Cómo ha cambiado la posición de estas proteínas competidoras durante el período de cinco años de 2012 a 2017? En las Figs. 5-7, trazamos el cambio en la posición en términos de sabor, promoción de salud, relación calidad-precio, disponibilidad y conveniencia. Utilizamos la misma escala de calificación que anteriormente, pero ahora el eje vertical muestra si la calificación aumentó de 2012 a 2017 (positiva) o disminuyó (negativa).

En estas cifras, un aumento de 0,5 correspondería a la calificación del salmón aumentando, por ejemplo, de 3,0 a 3,5. Además, cuando el punto de salmón está por encima de las otras carnes, el salmón ha fortalecido su posición de 2012 a 2017, mientras que, si el punto de salmón está por debajo, ha debilitado su posición en comparación con las carnes terrestres.

Una primera observación general de las Figs. 5-7 es que los hogares en general clasifican las cuatro proteínas más altas en 2017 que en 2012, ya que la mayoría de los puntos tienden a ser positivos. El salmón parece haber obtenido las mayores ganancias en disponibilidad y conveniencia de 2012 a 2017 en los tres países. Esto probablemente coincida con un desarrollo durante el mismo período en que el salmón se ha vuelto cada vez más disponible en diferentes canales de distribución para los consumidores, y la gama de productos de consumo final a base de salmón que satisfacen diferentes requisitos de conveniencia ha aumentado.

En términos de promoción de salud y de valor por el dinero, el desarrollo es mucho más mixto en los tres países. En Alemania, la relación calidad-precio ha disminuido para el salmón, mientras que ha aumentado en Francia y el Reino Unido. La percepción de salud ha disminuido en Francia para el salmón, mientras que en Alemania y el Reino Unido ha aumentado durante el mismo período de tiempo. Las percepciones del gusto han sido las más estables para el salmón.

Fig. 5: Cambio en Francia 2012-17

Fig. 6: Cambio en Alemania 2012-17

Fig. 7: Cambio en el Reino Unido 2012-17.

Cambios generales en posición

¿Qué podemos decir sobre el cambio total en las percepciones de los consumidores de 2012 a 2017? Cuando tomamos un promedio simple de las cinco dimensiones: sabor, saludable, relación calidad-precio, disponibilidad y conveniencia para cada país, obtenemos la imagen que se muestra en la Fig. 8. Vemos que el pollo mejoró su calificación promedio más que la carne de res y el cerdo en los tres países. En Alemania y Francia, el pollo mejoró su posición en relación con el salmón, pero el Reino Unido registró las mayores ganancias para el salmón.

Fig. 8: Cambio en la calificación promedio de percepción 2012-17

Percepciones de salud en 2017: salmón vs pollo

Al examinar qué percepciones tienen los consumidores sobre los efectos del consumo regular de salmón o pollo en la salud, los consumidores recibieron diferentes declaraciones sobre los efectos del consumo en la salud y se les preguntó si estaban de acuerdo o no en una escala de 10 puntos.

La Fig. 9 presenta la diferencia entre la calificación promedio para el salmón y el pollo. En otras palabras, tomamos la diferencia entre la calificación de salmón y la calificación de pollo. Si la diferencia es positiva, los consumidores están de acuerdo más firmemente en las declaraciones de efectos de salud para el salmón que en el caso del pollo, y viceversa para los valores negativos. La Fig. 9 nos dice que el salmón en general se percibe como que tiene más beneficios saludables que el pollo en el desarrollo del cerebro, el desarrollo óseo, ciertos riesgos de cáncer y riesgo de enfermedad coronaria. En cuanto a la salubridad de los alimentos, el salmón y el pollo se perciben como más iguales.

Fig. 9: Promoción de salud – Diferencia en la clasificación entre el salmón y el pollo.

El camino por delante

Durante los últimos cinco años, el salmón ha establecido una posición fuerte en relación con el cerdo en la mente de los consumidores en Francia, Alemania y el Reino Unido. Pero el salmón sigue estando rezagado, y en general, no hemos visto indicios de convergencia en la posición del salmón y el pollo en los últimos cinco años. Cuando examinamos las percepciones de salud de los consumidores, encontramos que el salmón es percibido como un producto más saludable que el pollo en los tres países.

El mercado del salmón ha experimentado un estancamiento en la oferta durante los últimos cinco años debido a cuellos de botella biológicos y reguladores, y durante el mismo período, los precios han aumentado significativamente. Existen razones para creer que los cambios positivos implícitos en la demanda de estos aumentos de precios se deben a una mezcla de mejor distribución e innovaciones en productos de salmón para consumidores finales, por ejemplo, aprovechando el crecimiento de la demanda de productos de sushi. En estos tres países, el aumento relativo de las posiciones de conveniencia y disponibilidad del salmón respalda esta situación.

El camino a seguir para el salmón cultivado depende en parte de su capacidad para resolver los cuellos de botella en el lado de la producción. Los problemas con los parásitos del salmón y las enfermedades no parecen derramarse sobre las percepciones de los consumidores del salmón, y a menos que tales problemas lleguen a ser severos, es bastante seguro asumir que el salmón mantendrá una posición robusta en las mentes de muchos consumidores. El crecimiento de los ingresos mundiales, en combinación con nuevas innovaciones en la distribución y los productos finales del salmón, probablemente serán factores importantes que aseguren precios elevados para el salmón.

Reconocimiento: Este proyecto de investigación, "Positioning study for salmon products" Project No. 900990, ha sido financiado por el Norwegian Seafood Research Fund (FHF) y el Norwegian Seafood Council.

Authors



PROF. RAGNAR TVETERAS

The University of Stavanger
4036 Stavanger, Norway

ragnar.tveteras@uis.no (<mailto:ragnar.tveteras@uis.no>).



KAROLINE ERIKSEN

Bachelor student
The University of Stavanger
4036 Stavanger, Norway



PROF. YUKO ONOZAKA

The University of Stavanger
4036 Stavanger, Norway



KRISTINA PETERSEN

Bachelor student
The University of Stavanger
4036 Stavanger, Norway

Copyright © 2023 Global Seafood Alliance

All rights reserved.