
OBJETIVO 5.3

Evaluar la percepción de los consumidores sobre la calidad y sostenibilidad de la acuicultura. Realizar talleres y jornadas de difusión a la sociedad.

Conexión con las líneas de actuación del plan nacional

Líneas de actuación A2: Acuicultura sostenible, inteligente y de precisión

Actuación A2.19: Mejora de la trazabilidad y diversificación de la oferta mediante el desarrollo de nuevos productos más sostenibles, atractivos, fáciles de utilizar, seguros, competitivos, saludables y de elevada calidad, transformados, con sistemas de envasado activos e inteligentes biodegradables, con nuevas líneas y ámbitos de comercialización, y nuevos usos como aplicaciones biotecnológicas de organismos acuicultivados. Incluye

- I. Caracterización fisicoquímica y sensorial de nuevas especies
- II. Acogida del consumidor, investigación de mercado, proyección y posicionamiento de las nuevas especies.

Descripción de tareas

Tarea 5.3.1 (M1-M36) – Estudios de consumidores y divulgación –

1) Análisis de datos de los estudios de consumidores (encuestas online y encuestas presenciales). La información de partida se coordinará con asociaciones de acuicultura (por ejemplo, APROMAR) para enfocarlas siguiendo la línea de actuación que hasta ahora han venido desarrollando. La información obtenida será segmentada según los distintos grupos de población (género, edad, ingresos económicos, etc.) con el fin de obtener información precisa y altamente enfocada al consumidor final. Todas las encuestas incluirán preguntas de tipo afectivo (grado de aceptación) y de intensidad (JAR) para cuantificar las diferencias que los consumidores perciben entre los distintos productos y establecer acciones de mejora (análisis de penalizaciones). Estas serán realizadas en centros educativos a todos los niveles (primaria, secundaria, formación profesional y universidad) y en consumidores seleccionados al azar empleando las bases de datos de los distintos grupos participantes en este grupo de trabajo.

2) Talleres y jornadas de difusión de resultados. Durante cada uno de los años de trabajo se realizarán talleres en centros educativos (primaria, secundaria, formación profesional y universidad) para informar del avance del estado del proyecto y de los resultados obtenidos. Uno de los principales focos de atención será la realización de una exposición permanente en el Museo Didáctico e Interactivo de Ciencias de la Vega Baja para proporcionar información relacionada con la acuicultura y los avances del proyecto (esta instalación es visitada anualmente por 10.000 estudiantes).

Responsable: UMH1

Participantes: UPV5, UPV8, UJI1. Colaboración CSIC1

Resultado: Las encuestas con consumidores de la Comunitat Valenciana (350 participantes) evidenciaron un desconocimiento general sobre las implicaciones que la acuicultura tiene sobre la sostenibilidad ambiental, y no mostraron diferencias entre personas de distinto género. Los consumidores de mayor edad tienen una mayor valoración de la acuicultura que la generación millennial. Encuestas con adolescentes y adultos a quienes se les pedía marcar su preferencia entre dos hamburguesas de pescado, una con mención “procedente de acuicultura” y otro sin esa mención, mostraron indiferencia entre ambas opciones.

Se han analizado las motivaciones del consumo de dorada y camarón y la forma de adquisición/compra y elaboración en el hogar en población de 18-24 años. Valor nutricional (motivación) y la compra en fresco y congelado son los resultados más comunes. Respecto a la aceptabilidad de la dorada y camarón (387 encuestados, población general) frente a otras especies acuícolas (pescado: salmón y lubina; mariscos: langosta). El salmón es el más valorado de los pescados y el langostino de los mariscos. La población joven es quien menos valora los productos de la pesca.

Grado de consecución: 40%

Impacto: Conocer las carencias formativas, así como los conceptos erróneos de la población general permitirán orientar las actividades de difusión y divulgación a realizar en el proyecto. Se han realizado actividades de divulgación dirigidas a niños, adolescentes y público general: Participación en la Feria de la Ciencia de la Vega Baja y en la escuela de verano del Museo Didáctico e Interactivo de Ciencias. A las actividades de difusión de 2023 asistieron más de 2000 personas.