

# PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS

■ ALICIA LANGREO NAVARRO



España es uno de los países pesqueros más importantes del mundo. Todos los parámetros de aproximación ofrecen cifras muy altas que configuran un sector relevante en el sistema alimentario español: las capturas, el consumo, el comercio exterior, el mercado y la industria son capítulos importantes de la actividad. En los últimos años se han producido hechos importantes que han condicionado la dinámica de toda la cadena de producción: las negociaciones en el seno de la UE, los conflictos con terceros países, la enorme alteración de las producciones y los mercados producida, entre otros factores, por condicionantes climáticos –los efectos de “El Niño”– o económico-financieros, como la crisis asiática.

Además, sobre el sector pesquero pesa enormemente el problema de la falta de recuperación de los mares, que se ha convertido en una gran amenaza tras la sobrepesca de las últimas décadas. Esto provoca una dificultad creciente de abastecimiento y a la vez está empujando el desarrollo del sector de la acuicultura.

## CONSUMO DE PRODUCTOS DE LA PESCA

España es uno de los mayores consumidores europeos de productos de la pesca, el segundo tras Dinamarca, con más de 28 kilos por habitante y año, mientras la media europea se sitúa alrededor de los 15 kilos. Sin embargo, en la década de los noventa el consumo

total de pescado muestra una tendencia a la baja sostenida: entre 1993 y 1997 se ha registrado una caída superior al 9% en las cantidades totales consumidas. El consumo per capita muestra también una tendencia decreciente desde los más de 30 kilos por habitante y año de la década anterior.

Esta caída no es homogénea para todos los productos: los subsectores de congelados y productos frescos presentan las mayores caídas, próximas al 16% entre 1993 y 1997, mientras los mariscos y crustáceos prácticamente se mantienen y las conservas de pescado suben casi un 15%.

El pescado fresco constituye la mayor partida, con el 46% de las ventas totales de pescado en 1997, le



CUADRO Nº 1

## CANTIDAD DE PRODUCTOS DE LA PESCA COMPRADA EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR

CANTIDAD COMPRADA EN 1995	TOTAL KILOS PER CÁPITA	% HOGAR TOTAL	% HOSTELERÍA TOTAL	% INSTITUCIONES TOTAL
<b>TOTAL PRODUCTOS DE LA PESCA</b>	<b>29,38</b>	<b>83,22</b>	<b>14,09</b>	<b>2,69</b>
TOTAL PESCADO FRESCO Y CONGELADO	18,22	85,16	11,48	3,36
PESCADO FRESCO	14,60	87,40	11,25	1,34
PESCADO CONGELADO	3,62	76,10	12,41	11,49
CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO	3,29	87,10	11,09	1,81
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	7,87	77,11	21,38	1,51
<b>CANTIDAD COMPRADA EN 1997</b>	<b>TOTAL KILOS PER CÁPITA</b>	<b>% HOGAR TOTAL</b>	<b>% HOSTELERÍA TOTAL</b>	<b>% INSTITUCIONES TOTAL</b>
<b>TOTAL PRODUCTOS DE LA PESCA</b>	<b>28,40</b>	<b>76,82</b>	<b>19,83</b>	<b>3,35</b>
TOTAL PESCADO FRESCO Y CONGELADO	16,90	79,18	16,15	4,67
PESCADO FRESCO	13,10	81,99	15,73	2,28
PESCADO CONGELADO	3,80	69,52	17,60	12,88
CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO	3,70	82,22	16,38	1,40
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	7,90	69,25	29,31	1,44

siguen el congelado y las conservas con aproximadamente el 13% cada uno, y los mariscos y crustáceos cuyas ventas superan el 27% del total.

Respecto al comportamiento de cada uno de los grupos en el total se detecta una caída en la participación del pescado fresco, que en 1993 rozaba el 50%, y una ligera caída del congelado; mientras que han subido unos 3 puntos las conservas y 2 puntos los mariscos, moluscos y crustáceos.

La estructura de consumo de productos de la pesca se caracteriza por una posición dominante muy clara del consumo en los hogares: 76,18% para el conjunto de los productos de la pesca, 82% para el pescado fresco, 69,5% para el congelado, 82,2% para las conservas y 69,2% para mariscos, moluscos y crustáceos. El consumo en el canal de hostelería se aproxima al 20%, siendo muy superior, casi el 30%, para el grupo de mariscos, moluscos y crustáceos. Desde 1990 la participación de las compras en los hogares ha bajado desde algo más del 80%; la

mayor caída en la participación de los hogares en las compras se registra en el grupo de congelados.

El mayor consumo de productos de la pesca en los hogares se registra en el noroeste y Castilla y León, seguidas del norte y el área centro-sur. Es importante destacar dos cuestiones que condicionan negativamente el consumo en los hogares: la actividad de las mujeres fuera del hogar y la juventud del ama de casa. Se consume más del doble de pescado per capita en los hogares en los que el ama de casa es mayor de 60 años que en los que no alcanza los 30.

Los productos de la pesca se venden sobre todo en comercios tradicionales; estos establecimientos suponían casi el 53% del total de las ventas a los hogares en 1997, frente a poco más del 26% para los supermercados y el 15,3% para los hipermercados. Esta distribución, que sufrió un gran cambio en 1993, varía de forma considerable de unas gamas a otras:

–El predominio de la tienda tradicional está muy arraigado en los pro-

ductos frescos, gama en la que se mantiene por encima del 50% tras una caída considerable en 1993 (hasta esa fecha su cuota se aproximaba al 80%), los supermercados rondan el 20%, cifra de la que apenas se mueven desde 1993; y los hipermercados no consiguen alcanzar el 10%.

–En la gama de congelados también predomina la tienda tradicional aunque de forma menos acusada (algo menos del 40%), cifra en la que se aproximan los supermercados, mientras los hipermercados se mueven en cifras inferiores al 15%. Es interesante destacar la existencia de la venta a domicilio, aún con una participación inferior al 5%, pero que está subiendo de la mano de las empresas europeas de venta de toda la gama de congelados con distribución a los hogares.

–En la gama de mariscos, moluscos y crustáceos la participación de las tiendas tradicionales se ha estabilizado en los últimos años en torno al 45%, mientras los supermercados se mueven en torno al 25%, con una tendencia a



# Buen Negocio?

¿Buscas un



## Zambúllete en

**elmar**

**Congelados y Derivados, S.A.**

Pol. Ind. León-Onzonilla. 24231 LEÓN. España  
**Ofic. Central:** Tel.: 987 26 45 03  
Fax: 987 26 44 38  
e-mail: elmar@dvnet.es

**International Div.:** Tel.: 986 21 31 22  
Fax: 986 29 27 70  
e-mail: elmarvig@dvnet.es

**Plataformas de distribución / Distribution Platforms:**  
GRANADA, LA CORUÑA, LEÓN, MADRID, OVIEDO,  
PALENCIA, PONFERRADA, SANTANDER, SEVILLA,  
VALLADOLID, VIGO.



Natural, la mar de Buenos





CUADRO Nº 2

**EVOLUCIÓN DE LAS CANTIDADES DE PRODUCTOS PESQUEROS COMPRADOS**

MILLONES DE KILOS

ESPECIES	1991	1993	1995	1997
<b>PESCADO FRESCO</b>	<b>545,97</b>	<b>622,67</b>	<b>573,74</b>	<b>521,57</b>
MERLUZAS Y PESCADILLAS	122,78	124,17	128,60	119,68
SARDINAS Y BOQUERONES	138,45	164,44	142,31	121,28
ATUNES Y BONITOS	12,55	22,66	23,20	22,04
TRUCHAS	28,33	38,23	36,35	22,37
OTROS PESCADOS	236,86	273,17	243,08	236,20
<b>PESCADO CONGELADO</b>	<b>207,76</b>	<b>179,99</b>	<b>142,35</b>	<b>151,43</b>
MERLUZAS Y PESCADILLAS	144,06	109,95	88,67	90,48
OTROS PESCADOS	63,50	69,11	54,79	60,95
<b>CONSERVAS PESCADO Y MARISCO</b>	<b>124,18</b>	<b>128,36</b>	<b>129,31</b>	<b>147,12</b>
SARDINAS Y BOQUERONES	15,33	16,59	16,09	11,47
ATUNES Y BONITOS	55,67	60,41	62,74	83,19
OTROS PESCADOS Y MARISCOS	53,18	51,35	50,48	52,46
<b>MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁC.</b>	<b>340,34</b>	<b>316,87</b>	<b>309,23</b>	<b>314,55</b>
FRESCOS	175,55	169,60	184,45	208,77
COCIDOS	6,16	11,47	10,74	9,41
CONGELADOS	158,63	135,80	110,20	96,37
<b>TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS</b>	<b>1.218,26</b>	<b>1.247,90</b>	<b>1.154,43</b>	<b>1.134,67</b>

la baja, y los hipermercados no alcanzan el 15%.

–La mayor participación de los supermercados (más del 40%) e hipermercados (30%) se encuentra en la gama de conservas.

De manera más acusada incluso que en otros productos frescos, da la impresión de que la gran distribución no acaba de acertar con las fórmulas de puesta en el mercado para irrumpir en este negocio con la fuerza que ya tiene en otros.

El principal escollo es el merchandising propiamente dicho, que, hoy por hoy, resulta difícil de encajar en la venta en lineal. Este inconveniente podría superarse con el auge del pescado fresco elaborado en cuyo desarrollo

están muy interesados algunas firmas. Los grandes hipermercados además tienen el problema de la frescura del producto y su poca durabilidad, que juega en contra de la principal ventaja de estos establecimientos: compra mensual. A todo esto hay que sumar el buen hacer de algunas pescaderías y cadenas de pescaderías que han mejorado sus instalaciones y los servicios que ofrecen a sus clientes.

En todo este proceso, la confianza del cliente –ama de casa en su mayoría, por el momento, o restaurante tradicional de calidad–, y el servicio que incorpora el pescadero tradicional –preparando el pescado para cada tipo de guiso e incluso dando consejos sobre su elaboración–, se ha transfor-

mado en un elemento de competitividad para las pescaderías tradicionales.

Es interesante destacar la escasa diferencia de precio entre los distintos establecimientos, sobre todo entre tiendas tradicionales e hipermercados.

**COMERCIO EXTERIOR**

La balanza comercial de los productos pesqueros presenta un saldo negativo. La tasa de cobertura se viene moviendo en torno al 40%; los productos pesqueros son responsables de cerca del 10% del déficit comercial español. A su vez, las importaciones pesqueras suponen más del 3% del valor de las importaciones totales españolas. En los últimos diez años las importaciones de productos pesqueros han pasado de suponer el 40% de las capturas a superar el 70%. Tradicionalmente las compras se realizan en Francia, Reino Unido, Argentina, Marruecos, Namibia, Ecuador, Holanda, Dinamarca, Italia, Portugal y Chile, países que reúnen más del 50% de las compras españolas. Este mapa ha variado con motivo de “El Niño”, que ha afectado profundamente a algunos de los caladeros de estos países. Las exportaciones se centran en los países de la Unión Europea y Japón.

Ahora bien, la interpretación de las cifras del comercio exterior hay que hacerla teniendo en cuenta el particular desarrollo de las empresas españolas, de acuerdo al desarrollo tecnológico y la evolución de la normativa marina internacional y nacional.

Efectivamente, en los años cincuenta se produjo la expansión de las pesquerías españolas en el área del Gran Sol y en la década siguiente inició su andadura la flota congeladora de la mano de la firma Pescanova, se fueron ampliando las zonas de pesca (Sudamérica, Sudáfrica, Angola, Mozambique, áreas tropicales...).

Este crecimiento de la flota española chocaba con la expansión que estaba teniendo la estrategia de los países con riquezas pesqueras acerca de la extensión de las aguas territoriales a las 200 millas. Como forma de afrontar la dificultad que las medidas legales imponían, España puso en marcha una





normativa favorecedora de la importación de productos pesqueros realizada por empresas mixtas entre firmas españolas y firmas del país de origen; además el comercio pesquero se rigió por acuerdos y normas bilaterales. Estas medidas permitieron trabajar a la flota española en aguas lejanas de otros países, figurando sus capturas como importaciones en España.

### PRODUCCION PESQUERA

El mercado nacional de productos pesqueros se abastece de las capturas realizadas por la flota española, la importación y la producción acuícola. Las dos primeras partidas están condicionadas por los acuerdos internacionales, la política pesquera comunitaria y los acuerdos con terceros países, la evolución climatológica y el estado de las reservas marinas. Los efectos de la sobrepesca y la consiguiente y obligatoria reducción de las capturas están con-



dicionando el presente y el futuro del sistema productivo pesquero.

En este marco, la flota española ha experimentado una reducción muy considerable, entre 1990 y 1997 el número de buques sufrió una reducción

superior al 13% y el tonelaje cayó casi en un 24%. La mayor reducción se produjo en la flota de altura, la más afectada por la preocupante evolución de los recursos pesqueros mundiales.

Esto no significa que no existan problemas en la pesca costera, pero su solución suele plantearse en el ámbito local; por ejemplo, en algunos países se están repoblando las especies costeras con ejemplares procedentes de la acuicultura llevando el sector más a un sistema de pastoreo marino. Esta propuesta, que ha sido contemplada en las primeras "Jornadas del Mar" organizadas en Vigo (octubre 1998), en las que se llegó a contemplar la posibilidad de que las rías se conviertan en zonas de pastoreo de pesca.

En una conferencia internacional celebrada a finales de octubre de 1998, la FAO expresó que es el exceso de la capacidad pesquera el responsable de la degradación global de los recursos



Parcela 7.2.  
**Mercalaspalmas**  
Tel.: 928 71 60 33  
Fax. 928 71 51 04



Nave polivalencia  
Pto.2  
Tel.: 928 71 62 22  
Fax. 928 71 51 04





de pesca marina y de relevantes daños económicos. Según este organismo dicha capacidad continúa expandiéndose en un proceso iniciado en los años noventa que está poniendo en serios apuros la pervivencia de especies de gran valor como el bacalao del Atlántico, el eglefino y los atunes de aguas templadas. Paralelamente la pesca artesanal de bajura debería ser controlada para proteger los recursos costeros, incluso determinadas áreas deberían ser repobladas. El 35% de los mayores recursos pesqueros del mundo tienen una necesidad urgente de procedimientos de ordenación para restaurar los daños ocasionados. Las especies más necesitadas de esta intervención son el bacalao, el eglefino, la gallineta y la loja roja en el Atlántico; la sardina y la anchoa en el Atlántico; y en el Pacífico, el reloj anaranjado y el pez espada y, entre los atunes, el común, el patudo y el blanco.

La producción pesquera mundial alcanzó alrededor de 122 millones de toneladas en 1997 frente a las 121 millones de toneladas de 1966. A nivel mundial las capturas están aumentando a un ritmo de 1,6% anual, inferior al 2,9% registrado entre 1984 y 1989. La cantidad desembarcada en España de pesca marítima ascendió en 1994 (1) a cerca de 1.540.000 toneladas.

La flota pesquera española cuenta con algo más de 18.000 buques, mostrando una clara tendencia a la baja que se traduce en una reducción del 8% en los últimos diez años; esta reducción se está produciendo en los buques de mayor calado. Esta flota constituye una parte muy pequeña de los 1,2 millones de buques del mundo,

CUADRO Nº 3

## EVOLUCIÓN DE LA FLOTA PESQUERA EN ESPAÑA

AÑOS	NÚMERO DE BUQUES	TONELAJE REGISTRO BRUTO
1990	20.829	687.436,61
1991	20.587	657.267,93
1992	20.267	628.640,52
1993	20.052	585.196,20
1994	20.113	596.441,79
1995	19.598	524.602,04
1996	18.091	506.734,00
1997	<b>18.077</b>	—

que se encuentran mayoritariamente en Asia. Sin embargo, es importante destacar el buen estado de la flota española de altura, con buques modernos de gran rendimiento, lo que hace de ella una de las más eficaces.

La actividad pesquera marina se aglutina en dos grandes grupos: la desarrollada por la flota de altura y la de bajura y litoral. Estas dos actividades conforman la existencia de empresarios diferentes; es importante destacar que en la pesca de altura el primer empresario, el armador, con mucha frecuencia realiza también la primera transformación: congelación en el propio buque factoría.

—La flota de "gran altura" opera en caladeros muy alejados (Groenlandia, Bering, Malvinas, Índico, Malasia) en mareas largas (3-6 meses) y cuentan con grandes barcos factoría en los que se eviscera y congela el pescado. Es una flota de alta tecnología. Las sociedades armadoras suelen tener varios buques y cuentan con almacenes frigoríficos en tierra para asumir las primeras y en ocasiones posteriores fases de la comercialización en una estructura de integración vertical de la cadena de producción. En esta categoría se encuentran las mayores firmas españolas del sector pesquero.

—La flota de altura opera en caladeros más cercanos geográficamente (sur de Marruecos, Mauritania, Senegal,



Golfo de Guinea hasta Namibia, norte del Golfo de Vizcaya y Gran Sol - Box Irlandés). Está constituida por barcos más pequeños y de inferior tecnología en general. Pueden operar bien con productos en fresco (mareas cortas de 6-10 días) o bien en barco congelador (mareas más largas y barcos con mayor tonelaje y tecnología aunque muy lejos de las características de la flota de gran altura. Las sociedades armadoras en ocasiones tienen varios buques. Algunos pertenecen a las mismas empresas que buques de gran altura. Cuando se trata de buques congeladores la cadena de producción sigue los pasos del congelado y se suele vender a mayoristas específicos, conserveros o a empresas marquistas; cuando se trata de fresco se suele comercializar en lonja o por acuerdos contractuales previos con mayoristas.

—La flota de bajura opera en caladeros más cercanos (costa de Marruecos, golfo de Vizcaya...). Suelen pertenecer a empresas familiares en las que con frecuencia el armador es a la vez el patrón. La vía más general para la comercialización de sus productos, siempre frescos, es la venta en la lonja. Además de las artes de arrastre, utilizan cerco, palangres, trasmallos, volantas.

—La flota de litoral opera en caladeros nacionales del litoral, en mareas muy cortas. Está constituida por buques pequeños que utilizan en gran medida técnicas artesanales. Son empresas netamente familiares en las que el dueño del barco es el patrón. Trabajan siempre en fresco y sus ventas se realizan en lonja. Este tipo de flota agrupa desde barcos artesanales de la costera del bonito del Cantábrico (de hasta 15





## Sector Pesquero

metros, modernos y bien dotados tecnológicamente) hasta los barcos más pequeños de 4-5 metros de la pesca del pulpo en Cádiz, sin apenas tecnología. En esta flota coinciden algunas de las artes más tradicionales, que de por sí pueden constituir un atractivo turístico como la almadraba.

La configuración de la cadena de producción pesquera depende en buena medida de la especie de que se trata, estando en algunos casos muy especializada. La mayor integración vertical se produce en el congelado, donde la misma empresa realiza la extracción, la manipulación, la congelación y la comercialización al menos al mayor e incluso a veces el envasado y venta a la distribución.

Generalmente la integración es menor en la industria conservera que en el congelado y cada especie o grupo de especies presenta connotaciones específicas en su cadena de produc-



ción. Por ejemplo, en el caso del atún las conserveras se abastecen sobre todo de producto congelado que adquieren en el mercado español o en el internacional, mientras que para otras especies el recurso de las conserveras al congelado es muy inferior. Sólo algunas de las grandes conserveras tienen flota propia, de manera que al menos una parte del abastecimiento de materia prima la realizan desde sus propios buques desarrollando así otro modelo

de integración vertical. La industria de la conserva de menor rango y en especial la artesanal adquiere sus productos mayoritariamente en las lonjas; en ocasiones es la propia familia de los armadores la que realiza la conserva artesanal en una pequeña instalación o bien trabaja en la fábrica cercana, dando lugar a una economía muy integrada en torno a la pesca.

El destino del pescado fresco es en la inmensa mayoría de las ocasiones la lonja, este primer escalón en la comercialización ha quedado ratificado en el RD 1998/95 sobre las normas de control de la primera venta de los productos pesqueros.

A partir de ahí se configura una cadena comercial cuyas figuras tradicionales han sido los mayoristas en origen y en destino y las pescaderías como centros de comercialización. El abastecimiento de la restauración se realiza bien en lonja en las áreas próxi-

EN CONGELADOS

*Toda la experiencia a su servicio. Todos los servicios a su alcance*



*Capacidad de almacenaje  
de 15.000 toneladas*



*8.000 jaulas galvanizadas  
apilables*



*Túnel de congelación de  
25 toneladas/día*



*Oficinas para clientes*



*Fácil acceso a camiones  
frigoríficos*



*Amplios aparcamientos*

Salgueirón, s/n  
Telfs.: 986/ 30 42 62 - 30 43 62  
Fax: 986/ 30 43 82  
Télex: 88155 FMZO  
36940 CANGAS DEL MORRAZO  
Pontevedra

  
FRIGORIFICOS DEL MORRAZO, S.A.





mas a los puertos o bien en mercados centrales o incluso en pescaderías.

Este esquema productivo genérico de corte tradicional se ha visto profundamente alterado en los últimos años, en primer lugar por la introducción de nuevas tecnologías que apuntan como fuertes opciones de futuro: el pescado fresco preparado y mantenido en atmósfera controlada que altera la estructura de la cadena comercial, la evolución de algunos de los principales operadores de fresco que intentan generar mayor valor añadido y buscarse un hueco sólido en la configuración futura del sector, las iniciativas de algunas empresas de la distribución (grandes superficies) que han iniciado una estrategia de compra en origen (El Corte Inglés) o acuerdos con productores de acuicultura en diversos grados de integración vertical (Pryca)...

Otra cuestión fundamental en la configuración de la nueva estructura de la cadena de producción de la pesca es la estrategia de algunas de las principales firmas de congelado que han optado por penetrar en los segmentos de acuicultura y/o fresco, en una opción por abarcar la mayor parte de los escaños.

Otra cuestión de primer orden que condiciona la estructura de la cadena de producción de pesca es la dinámica del comercio exterior. En buena medida España se ha convertido en plataforma de entrada en Europa de productos pesqueros de otras áreas económicas, esta realidad es la consecuencia del largo saber hacer de nuestras empresas en el sector y de la tradición de colabo-

ración con otras flotas que viene de la ya tradicional estructura de las empresas mixtas con firmas de otras latitudes.

En gran parte, esta estrategia se desarrolla cuando el consumo español no es capaz de absorber todo el producto (procedente de capturas de la flota española, de las empresas mixtas o directamente de compras en otros países) que la estructura empresarial española puede generar y, a su vez, la existencia de estas corrientes da pie a que se hayan desarrollado empresas cuya función fundamental sea servir de puente a la importación europea.

Otro elemento importante de la cadena de producción pesquera en la actualidad es la acuicultura, que se perfila como una opción de futuro crecientemente apoyada por la FAO en la medida en que, además de generar empleo y actividad en áreas deprimidas, puede suponer una alternativa al incremento de las pesquerías y con ello colaborar al mantenimiento de los recursos pesqueros. Sus productos se destinan en gran medida al fresco y pueden bien comercializarse en canal específico mediante relaciones contractuales o bien entrar en los canales de fresco a través de mayoristas en destino. Con cierta frecuencia se localizan acuerdos contractuales entre empresas de acuicultura y cadenas de distribución, mayoristas o incluso empresas del sector de la hostelería para la comercialización de los productos.

Existen otras subramas dentro del conjunto de los productos pesqueros que generalmente tienen connotaciones específicas, especializadas en gamas muy concretas y con públicos y canales comerciales específicos. Las más importantes son las de ahumados, vertebrada en torno al salmón, y la de salazones, con las estrellas de la anchoa y el bacalao pero con una gama mayor de productos específicos de alta calidad.

Por último, cabe mencionar el peso especial del subsector de mariscos, moluscos y crustáceos, en el que participan en gran medida empresas de las otras gamas pero que mantienen importantes connotaciones diferenciales.



### ORGANIZACIÓN DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN

En el análisis del sector pesquero hay que valorar la histórica estructura organizativa que juega un papel importante y ahora se encuentra en un momento de adaptación a la realidad europea:

–La mayor parte de las empresas pesqueras de bajura y litoral forman parte de las cofradías de pescadores, corporaciones de derecho público basadas en el RD 670/78 que tienen sus orígenes en los pósitos de pescadores de los siglos XVII y XVIII. Estas corporaciones agrupan a patronos de barco, armadores y pescadores. Entre sus funciones se encuentra la de organizar la pesca e incluso hacer retiradas.

–Los grandes armadores de altura están agrupados en asociaciones de armadores, la mayoría dentro de la CEOE. Estas entidades nunca agrupan a la flota de litoral y sólo a veces a la de bajura. A través de estas asociaciones los armadores pueden conseguir tener una posición mejor en la primera comercialización, para lo que están jugando un papel en las lonjas. En ocasiones los armadores pertenecen a estas asociaciones y a las cofradías a la vez.

Ambos tipos de entidad y en especial las cofradías han servido de base para la constitución de asociaciones catalogadas posteriormente como Organizaciones de Productores Pesqueros (OPP). Esto amplía las posibilidades de ordenación del sector y la participación en este proceso de sus agentes económicos. Por su parte, las conserveras están asociadas en dos organizaciones específicas.







## CON EL MAR, TODOS TENEMOS QUE DAR LA TALLA. LOS PECES Y TÚ.

La pesca desaparece.  
Hay que dejar crecer  
a los peces.  
Si no tienen el tamaño  
mínimo, no los compres,  
no los pesques.



Las empresas dedicadas a la acuicultura cuentan con organizaciones representativas específicas según la gama de productos. En esta actividad, las más importantes son:

-APROMAR: agrupa a los acuicultores marinos de España; en ella están incluidas asociaciones de menor ámbito geográfico constituidas en ocasiones según la especie que trabajan (AROGA, rodaballo de Galicia, ASEMA de Cádiz)

-Dos asociaciones de acuicultores de agua dulce: Asociación de Productores Acuicultores de Aguas Continentales y Asociación de Productores Piscicultores.

-Dos asociaciones de productores de mejillón: una en Galicia y otra más pequeña en Cataluña.

-Una Asociación de Ostricultores de Galicia.

Cuando se estaban discutiendo las bases de la Ley de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias, el

MAPA planteó la posibilidad de buscar un hueco para la aplicación al sector pesquero de estas figuras. Eso dio pie a abrir una serie de conversaciones con algunos empresarios y asociaciones pesqueras, quedando claro el interés de ciertas ramas de la acuicultura en estos mecanismos. Por otro lado, la propuesta que el Gobierno español hizo a la Comisión Europea para la reforma de la Organización Común de Mercados en marzo de 1997, paralizada por el momento, planteaba en uno de sus puntos el fomento de la interprofesión.

### EL PESCADO CONGELADO

La flota congeladora española supone del orden del 90% de la flota congeladora europea, a pesar de haber perdido en los últimos diez años aproximadamente un 25% de sus unidades.

El segmento de congelados se está moviendo en un escenario preocupante de caída de consumos, entre 1990 y

1996 la caída roza el 33%; en 1996 se empieza a observar un trasvase de consumo de congelado a fresco en cierto modo relacionado con la irrupción de las nuevas opciones de presentación de esta gama, aún incipientes. Ante esta situación el MAPA planteó la posibilidad de incluir el pescado congelado en sus planes de promoción.

La caída del consumo de congelado puede estar relacionada con la pérdida del factor diferencial de comodidad frente al fresco cuando éste se presenta en los lineales elaborado en barquetas y tratado con técnicas que permiten una mayor duración y una comercialización minorista más sencilla y barata. Cabe destacar el hecho de que en los platos más elaborados a base de pescado no bajó el consumo; al contrario, se detecta una tendencia al alza.

A esto se suma la gran subida del precio en origen y el incremento de los costes logísticos, los que configuran un

**PESCADOS**  
**ISLA**  
**VERDE, S.L.**

**MAYORISTA**  
**DE PESCADOS**

**Especialidad pescados**  
**frescos y congelados**

MERCACÓRDOBA - Puestos 5 y 6  
Teléfs. (957) 75 02 40 - 75 04 38 - 75 18 28  
Fax (957) 75 18 29  
**14010 CÓRDOBA**



CUADRO Nº 4

**PRINCIPALES COMERCIALIZADORAS DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS EN ESPAÑA  
TONELADAS**

EMPRESA	LOCALIDAD	1996	1997	MARCA
PESCAFINA, S.A.	MADRID	59.600	65.000	PESCAFINA/RIAZOR
GRUPO FREIREMAR	LAS PALMAS	70.000	60.000	FREIREMAR/NAKAR
PESCANOVA ALIMENTACIÓN, S.A.	VIGO (PONTEVEDRA)	54.000	55.000	PESCANOVA
MARFRÍO, S.A. (GRUPO)	VIGO (PONTEVEDRA)	37.000	40.000	MARFRÍO
GRUPO AMADOR SUÁREZ	BARCELONA/MADRID	34.305	37.818	FRÍO CONDAL/PESCA DEL SUR
S.A. EDUARDO VIEIRA	VIGO (PONTEVEDRA)	22.518	34.000	VIEIRASA
PESCAPUERTA, S.A.	VIGO (PONTEVEDRA)	34.500	32.700	PESCAPUERTA
IBÉRICA DE CONGELADOS, S.A.	VIGO (PONTEVEDRA)	28.320	26.300	NOS
C. PESC. ANTONIO Y RICARDO, S.A.	GETAFE (MADRID)	20.000	20.000	ANTONIO Y RICARDO
DISTR. MARISCOS RODRÍGUEZ, S.A.	HUELVA	19.000	19.000	MARISCOS RODRÍGUEZ
INTERALIMENT, S.A.	GRANOLLERS (BARCELONA)	10.000	17.000	ALIGÁTOR
FRIGORÍFICOS FANDIÑO, S.A.	VIGO (PONTEVEDRA)	16.480	16.000	FANDIÑO/FRIGOFÁN
GALFRÍO, S.A.	MARÍN (PONTEVEDRA)	18.000	16.000	GALFRÍO
FRIGORÍFICOS DELFÍN, S.A.	FUENLABRADA (MADRID)	15.000	15.000	DELFÍN/FLOR DEL MAR
PASAPESCA, S.A.	PRAT DE LLOBREGAT (BARCELONA)	16.000	15.000	PASAPESCA/ROCAMAR
MIGUEL MÉDICIS, S.A.	SAN JUAN (ALICANTE)	14.000	14.200	MIGUEL MÉDICIS
ÁNGEL LÓPEZ SOTO, S.L.	VIGO (PONTEVEDRA)	10.788	13.800	ALFRÍO
GRUPO MOZOS	MADRID	-	11.610	SERPESKA
PESCADOS VIDELA, S.A.	BARCELONA	11.650	11.500	CONYI
P.B.M., S.A.	LAS PALMAS	11.550	11.500	-

FUENTE: ALIMARKET.

sector en recesión con fuertes caídas en sus márgenes. No ha habido crisis en el abastecimiento de las industrias españolas pero han tenido que pagar precios más altos (medias superiores al 8%).

Ante esta situación, la reacción que se observó ya en 1996 fue un incremento de las exportaciones por parte de las principales firmas, que ven esta salida como la única forma de rentabilizar los esfuerzos realizados en la expansión de la flota.

En 1997 los volúmenes exportados habían subido casi un 25%; aún así la balanza comercial sigue siendo negativa. Hay que tener en cuenta el peso de la doble actividad de importación y exportación de importantes firmas españolas que tienen una buena estructura de suministro y a la vez se mueven

bien en los mercados de destino europeos. En la actualidad estas se configuran como una actividad rentable para las firmas españolas.

Algunas empresas, como Pescafina (2), han optado por controlar las capturas de otros países con contratos exclusivos de distribución; esta firma cuenta con contratos de suministro en estas condiciones con armadores que operan en los principales caladeros del mundo: Argentina, Chile, Nueva Zelanda y recientemente Cuba para el marisco.

Mientras, las dos mayores firmas del sector, Freiremar y Pescanova (3), plantean una estrategia de mantenimiento de los mercados interiores con una política de precios muy agresiva que obliga a un mayor desgaste a las empresas menores.

Una cuestión muy interesante que se plantea en los últimos años es la diversificación de la actividad de algunas de las mayores firmas: Freiremar y Pescanova deciden incorporar el producto fresco elaborado a su gama al principio en pequeñas cantidades y a la vez se inicia o amplía su participación en empresas de acuicultura. Cada vez más las principales empresas optan por trabajar en todos o casi todos los segmentos.

Dentro del análisis de las estrategias de las principales empresas es interesante destacar el entramado empresarial que constituye el Grupo Pescanova, que a finales de 1997 contaba con no menos de 85 sociedades localizadas en España y en algunos de los países con mejores caladeros. Gran parte de su

actividad se centra en la extracción y congelado. Entre las empresas del grupo se encuentra Acuinova Galicia dedicada a la acuicultura y propietaria del 70% de Acuinova Andalucía y del 98% de Insuiña. Tiene también filiales en los países de la Unión Europea. Pescanova trabaja toda la gama de congelados: platos preparados, pizzas... Más del 80% de su facturación se realiza en países de la UE.

Freiremar, la otra gran firma, es armadora de buques, productora y comercializadora de pescado congelado y fresco. Esta firma forma grupo con algunas grandes empresas armadoras (Centropesca, Surpesca, Naviera Lanzaroteña, Pescaeste, Pescaeste, Pescaeste...), cuenta con compañías frigoríficas elaboradoras de pescado y mayoristas. Cuenta con diversas salas de elaboración, cerca de 30 puestos mayoristas y algunas tiendas minoristas además de numerosas delegaciones comerciales sobre todo en España y la UE. Su volumen de ventas ha estado estancado lo que ha llevado a la firma a modificar su estrategia incrementando el peso de la exportación.

El Grupo Amador Suárez se dedica a la pesca, congelación y venta de marisco y pescado. Su actividad se extiende desde la extracción a la distribución mayorista y minorista. Está también integrado por numerosas firmas que complementan sus actividades. Tiene también firmas en los países con buenos caladeros.

En un nivel inferior se encuentran firmas que no cuentan con buques y se dedican sólo a la elaboración y comercialización del pescado y los mariscos. Algunas de estas han entrado también en el mercado del fresco elaborado. También se encuentra el caso de mayoristas de mercados en destino que en su evolución entran en la comercialización de congelados.

La cadena de producción del pescado congelado tiene además la característica de contar con un agente específico en la distribución: las tiendas especializadas en graneles congelados muchas veces propiedad de las grandes operadoras del subsector o bien comer-



ciales independientes. Actualmente se está ralentizando la apertura de nuevas tiendas.

En los últimos años se ha iniciado en España la entrega a domicilio de toda la gama de congelados. Esta actividad es aún poco importante en España pero se está expandiendo muy deprisa; en Francia ya alcanza el 20% de las ventas totales de congelados. Son firmas comerciales con marcas propias, las más importantes de origen alemán, que trabajan con marcas propias que o bien ellas envasan o bien encargan a maquila. Esta es una buena vía de venta futura de estos productos.

En este subsector existe un mercado importante de graneles que se dirige bien a las empresas marquistas o bien a los comercializadores de graneles al menor. Es importante destacar que el suministro a las grandes cadenas de distribución se realiza por parte de las mayores firmas. En cuanto a la venta a hostelería se ha observado el inicio de algún conato de creación de firmas especializadas.

Otra cuestión básica en la cadena de producción de pescado congelado es la logística del frío. Las firmas especializadas han sufrido un profundo proceso de concentración.

En subsector de pescado congelado, al igual que el resto de la pesca, se caracteriza por la abrumadora presencia de capital español e incluso de capital familiar hasta en las mayores firmas. De todos modos recientemente se ha detectado la entrada en el panorama

empresarial español de las dos principales firmas islandesas: Icelandic Freezing Plants Corporation y Iceland Seafood International, que han abierto empresas comercializadoras.

### EL PESCADO FRESCO

El pescado fresco es el tercer sector en volumen dentro de la alimentación española (incluidos moluscos, crustáceos y mariscos). Es, además, casi el único producto que aún se mantiene mayoritariamente fuera de las grandes superficies, aunque estas están realizando diversas experiencias para trabajar en él su presencia es muchas veces simbólico (un caso aparte es El Corte Inglés, que ha logrado una magnífica imagen de calidad).

El mercado español de pescado fresco movió en 1995 las 760.000 Tn. con un valor de 530.000 millones de pesetas. La mayoría se vendió a través de las pescaderías tradicionales. Destaca el hecho de que recientemente estos establecimientos hayan ganado cuota de mercado a la vez que la gana también el producto fresco frente a otras presentaciones del pescado.

El pescado fresco ha sido el producto en torno al cual se ha conformado la cadena de producción tradicional del sector: lonja, mayorista en origen, mayorista en destino y pescadería. En esa cadena juega un papel muy importante que no ha perdido peso la Red de MERCAS.

Existen diferentes factores que están alterando profundamente esta estructura, desde la opción de algunas empresas de la distribución para abastecerse en origen (El Corte Inglés tiene instalaciones en varios puertos) a la opción por el elaborado de algunos mayoristas sobre todo en destino, su acercamiento a los mercados de origen o las penetraciones en este sector desde grandes firmas pesqueras originariamente centradas en el congelado.

Este hecho no se está traduciendo en una caída de la actividad de los MERCAS, ya que estos en numerosas ocasiones han incorporado en su seno las nuevas actividades de los operadores en destino.



# Aún queda espacio para los buenos negocios

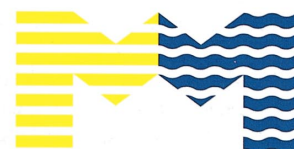


LA UNIDAD ALIMENTARIA DE MERCAMADRID concentra, en sus 176 hectáreas, a las empresas líderes de la comercialización agroalimentaria.

LA UNIDAD ALIMENTARIA MERCAMADRID ofrece los servicios necesarios para que las empresas aquí establecidas cumplan puntualmente sus objetivos: hacer llegar a más de 9.000.000 de consumidores, productos de la pesca, frutas y hortalizas, en condiciones inmejorables.

LA UNIDAD ALIMENTARIA MERCAMADRID incorpora un nuevo MERCADO CENTRAL DE CARNES con una superficie de 40.000 m<sup>2</sup> construidos para desarrollar la oferta alimentaria de productos cárnicos.

Más de 18.000 usuarios se dan cita diariamente en MERCAMADRID para hacer buenos negocios; aproveche esta ocasión única... *y ocupe su lugar.*



**mercamadrid, s.a.**  
*La calidad del mercado*

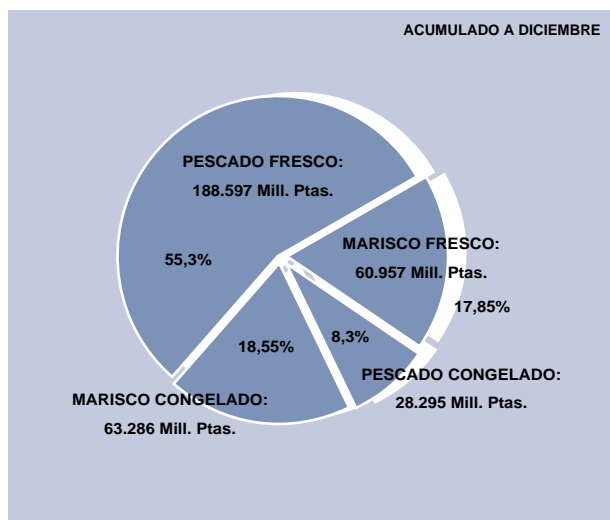
Mercados Centrales de Abastecimiento de Madrid  
Ctra. Villaverde a Vallecas (602) km 3,800  
Tel.; 785 50 13 - Fax: 786 00 99 - 28018 Madrid  
INTERNET: <http://www.ibm.es/mercamadrid/>  
e.mail: [mercamadrid@ibm.net](mailto:mercamadrid@ibm.net)



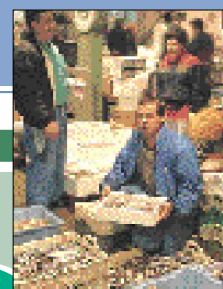
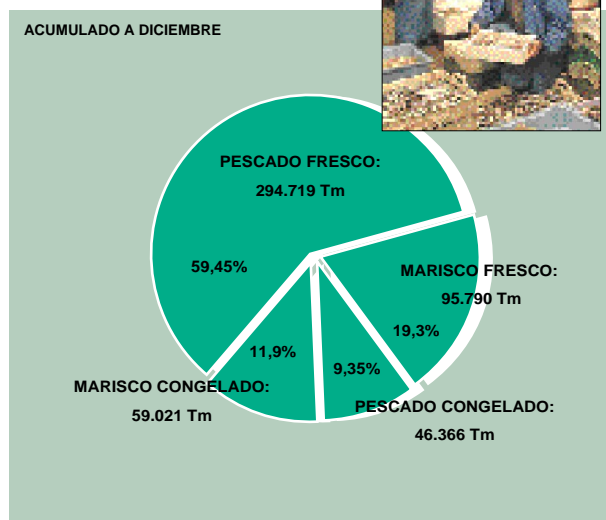
CUADRO Nº 5

## COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS EN LA RED DE MERCAS

## VALOR EN MILLONES DE PESETAS/1997



## VOLUMEN EN TONELADAS/1997



## COMERCIALIZACIÓN POR MERCAS/1997

MERCAS	TONELADAS	% S/RED
MERCABADAJEZ	2.003,7	0,4
MERCABARNA	98.246,8	19,5
MERCABILBAO	38.129,8	7,6
MERCACÓRDOBA	9.536,3	1,9
MERCAGRANADA	15.346,9	3,0
MERCAIRUÑA	5.832,3	1,2
MERCALASPALMAS	1.572,4	0,3
MERCALEÓN	2.836,0	0,6
MERCAMADRID	168.016,0	33,3
MERCAMÁLAGA	18.291,7	3,6
MERCAMURCIA	4.663,0	0,9
MERCASALAMANCA	3.842,1	0,8
MERCASEVILLA	37.025,8	7,3
MERCAVALENCIA	73.285,5	14,5
MERCAZARAGOZA	25.174,1	5,0
<b>TOTAL RED</b>	<b>503.802,2</b>	<b>100,0</b>

## EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN POR MERCAS/TONELADAS

MERCAS	1993	1994	1995	1996	1997
MERCABADAJEZ	3.232	3.217	3.149	2.522	2.004
MERCABARNA	84.081	87.813	96.561	98.871	98.247
MERCABILBAO	33.840	36.157	36.107	38.143	38.130
MERCACÓRDOBA	10.147	9.941	9.619	9.371	9.536
MERCAGRANADA	18.267	16.809	16.397	15.862	15.347
MERCAIRUÑA	5.218	6.214	6.156	6.286	5.832
MERCALASPALMAS	2.423	2.233	1.484	2.018	1.572
MERCALEÓN	1.768 (1)	3.284	3.097	3.121	2.836
MERCAMADRID	173.855	172.589	166.655	172.308	168.016
MERCAMÁLAGA	-	-	7.707 (2)	13.483	18.292
MERCAMURCIA	5.496	5.328	5.198	4.937	4.663
MERCASALAMANCA	4.527	4.996	5.268	4.085	3.842
MERCASEVILLA	38.309	37.506	36.805	36.754	37.026
MERCAVALENCIA	74.068	73.717	73.474	73.351	73.285
MERCAZARAGOZA	23.118	23.386	24.646	25.338	25.174
<b>TOTAL RED</b>	<b>478.349</b>	<b>483.190</b>	<b>492.323</b>	<b>506.450</b>	<b>503.802</b>

1.- MERCALEÓN: Periodo mayo-diciembre 1993.

2.- MERCAMÁLAGA: Empieza a comercializar pescados en abril del 1995 (periodo abril-diciembre 1995).

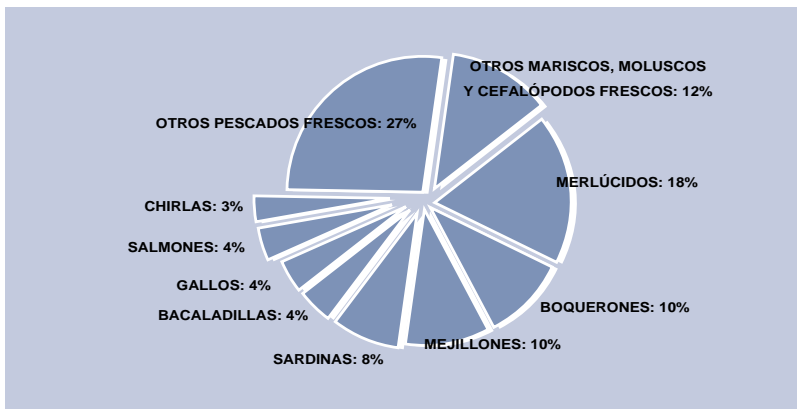
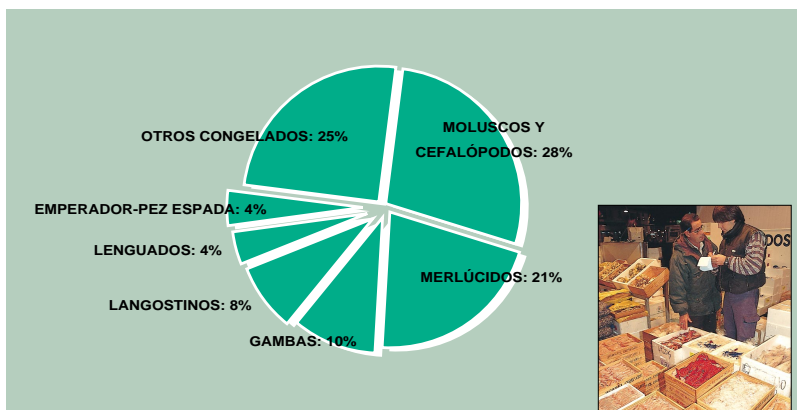
FUENTE: Memoria MERCASA, 1997.



GRÁFICO Nº 1

**COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS MÁS REPRESENTATIVOS EN LA RED DE MERCAS (1997)**

PORCENTAJES

**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS FRESCOS****COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS**

FUENTE: Memoria MERCASA, 1997.

La cuestión más importante planteada por el momento en esta gama es la innovación tecnológica que puede suponer, en su caso, la generalización de las DS, preparación del pescado y conservación en bandejas con atmósferas controladas que facilita su manejo y venta y alarga su duración.

Por el momento casi todo el fresco se comercializa sin elaborar, pero podría plantearse muy de prisa una sustitución del pescado comercializado en hipermercados y supermercados, al menos en parte, por pescado elaborado. Esto podría alterar en profundidad

la actual cadena comercial y daría una oportunidad a un mayor crecimiento de las ventas en supermercados e hipermercados. Sería la transcripción a la cadena del pescado fresco de la opción "listo para consumir" que se generaliza en otras gamas.

Por el momento la mayoría de las empresas que preparan el pescado son artesanales, pero algunas de las mayores –Freiremar, Grupo Mozos– están entrando con fuerza en esta especialidad. Otras empresas intentan especializarse en el elaborado (Isidro de la Cal). Ahora bien, la expansión de esta nueva

gama se enfrenta a las mermas del producto (20-40%) y el consiguiente incremento del precio que lo convierte en un producto más caro con un servicio incorporado, es decir, en otra cosa. Otro inconveniente a su expansión es la exigencia de otras técnicas culinarias, al menos en parte.

La entrada de algunas de las mayores firmas en el subsector de fresco no se limita sólo al elaborado. Por ejemplo Freiremar está operando con todo el fresco y ampliando sus instalaciones con este fin. Pescanova se ha introducido en el sector a través de su filial Pesca Fresca que elabora el pescado y distribuye a grandes superficies y pescaderías.

**EL PAPEL DE LAS MERCAS**

En el mundo del pescado fresco sigue siendo fundamental el papel de los MERCAS, por donde pasa más del 50% del producto fresco y el 30% del congelado que se consume en España, con una tendencia alcista en esta participación relativa, a pesar de la ralentización del consumo y de que el área de influencia de las MERCAS no cubre todo el territorio.

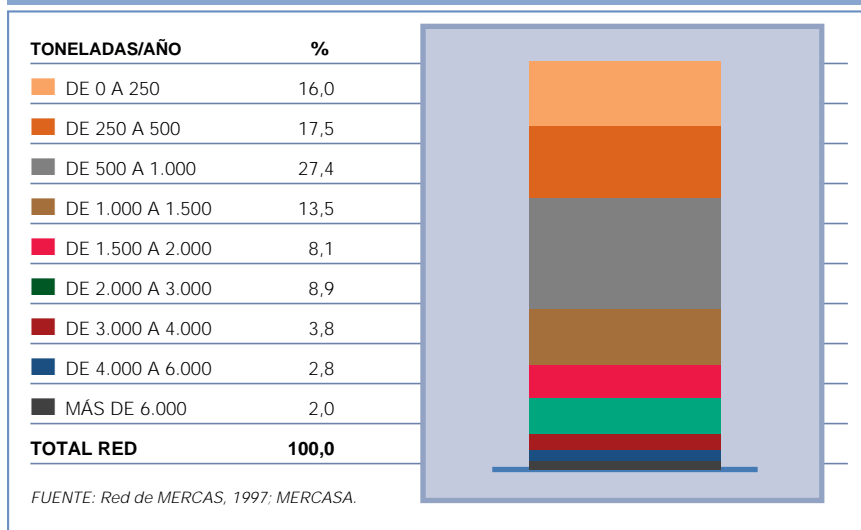
Las ventas totales de productos pesqueros en la Red de MERCAS se aproximaron a 350.000 millones de pesetas en 1997. Los productos de la pesca comercializados a través de la Red de MERCAS están compuestos en un 58,5% de pescado fresco, un 19% de marisco, moluscos y cefalópodos y un 22,5% de pescado y marisco congelado. Las especies que lideran las ventas son la merluza y la pescadilla.

El mercado de pescados está implantado en 15 de los 22 MERCAS existentes y el número total de mayoristas que trabajan esta gama dentro de la red es de unos 425, de los cuales el 35% están en MERCAMADRID. Estos operadores mueven más de 500.000 toneladas anuales, de las cuales corresponde una cuota del 33% a MERCAMADRID, del 19,5% a MERCABARNA y 14,5% a MERCAVALENCIA.

El gran peso de MERCAMADRID se justifica por varios factores: en primer lugar, la importancia del área de

CUADRO Nº 6

### EMPRESAS MAYORISTAS EN LOS MERCADOS DE PESCADOS DE LA RED DE MERCAS CLASIFICACIÓN POR EL VOLUMEN DE NEGOCIO



influencia más próxima; en segundo lugar, porque la mejora en las vías de comunicación ha extendido el radio de acción de MERCAMADRID hasta unos 400 kilómetros –llegando incluso a jugar un papel reexpedidor hacia otras MERCAS–; y, en tercer lugar, porque la variedad y la calidad de la oferta han convertido al Mercado de Pescados de MERCAMADRID en un gran centro de distribución y exportación hacia otros países, como ocurre, por ejemplo, con Portugal.

El volumen total de pescado comercializado a través de la Red de MERCAS ha crecido un 5% entre 1993 y 1997. En este período, las MERCAS que más han crecido son MERCABARNA y MERCAVALENCIA.

Además, las principales MERCAS, según su volumen de trabajo en todas las gamas de productos pesqueros, han incorporado entre sus empresas integrantes a firmas que se dedican al almacenamiento y distribución de congelados y a empresas que elaboran y distribuyen preparados de pescados y mariscos; esta iniciativa introduce en la Red de MERCAS las nuevas actividades en la estrategia de algunos de los principales operadores de fresco.

–MERCAMADRID cuenta con más de 20 empresas dedicadas al almacenamiento y distribución de congelados y con 8 elaboradoras y distribuidoras de preparados de pescado y marisco. La mayoría de los mayoristas de pescado son pequeñas y medianas empresas que comercializan por debajo de las 1.000 Tm/año, más del 60%, pero también se encuentran firmas que comercializan por encima de las 6.000 Tm/año.

–MERCABARNA cuenta con unas 40 empresas de almacenamiento y distribución de congelados y con 16 de elaboración y distribución de pescados. Entre los mayoristas de pescado hay 2 que comercializan volúmenes superiores a las 6.000 Tm/año.

–MERCAVALENCIA cuenta con 15 empresas de almacenamiento y distribución de congelados. Entre sus mayoristas de pescados hay uno que comercializa más de 6.000 Tm.

Los volúmenes comercializados, la dimensión de algunos de sus operadores, especialmente de fresco, y los nuevos servicios que se están incorporando, tanto los explícitamente logísticos como los encaminados a incorporar valor añadido y servicio al producto,

hacen de la Red de MERCAS un componente fundamental en la cadena de producción del pescado fresco que enlaza perfectamente con una red de pescaderías que por el momento mantiene una alta cuota de mercado, así como, por el momento, con buena parte de la gran distribución. Ahora bien, en la Red de MERCAS conviven operadores dinámicos y modernos que optan por las nuevas vías de mercado y mayoristas más tradicionales que podrían acabar siendo absorbidos en el imparable proceso de concentración.

### EL MUNDO DEL MARISCO

El mercado del mariscos, crustáceos y moluscos vivió una gran crisis en 1994 para recuperarse en los años posteriores. El consumo de esta gama se está comportando mejor que el del conjunto del pescado. El año 1997 hubo una baja en las capturas y un alza en los precios del fresco que repercutió negativamente en el sector; sin embargo, las cifras se están recuperando a lo largo de 1998. Este año el volumen del mercado se sitúa en las 100.000 toneladas.

La mayor parte del producto que se mueve en el mercado mundial (2.800-3.000 millones de toneladas) proviene de la pesca marina, la participación de la acuicultura por el momento es totalmente simbólica.

Las dos principales especies, langostino y gamba, suponen el 80% de esta gama. En valor es mayor el peso del langostino que se popularizó en los años ochenta y ahora consigue romper la estacionalidad ligada al consumo navideño.

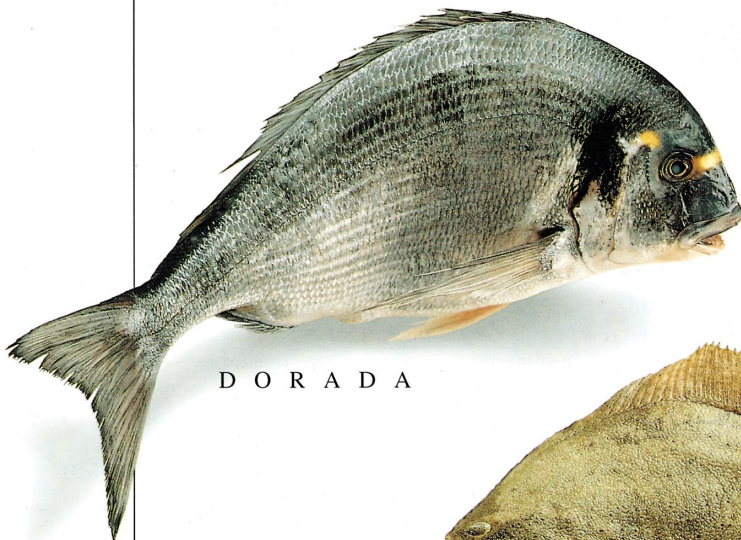
Estos mercados son muy dependientes de las importaciones en el acopio de materia prima (tasa de cobertura inferior al 30%), por lo que han sido muy sensibles a los efectos del El Niño, que ha llegado a cambiar las áreas de suministro. Para contrarrestar esto se está intentando incrementar los suministros desde las empresas de cría. El suministro de estos productos a la industria española se ha visto también afectada por las exigencias sanitarias de la UE que han limitado las entradas desde algunos países.



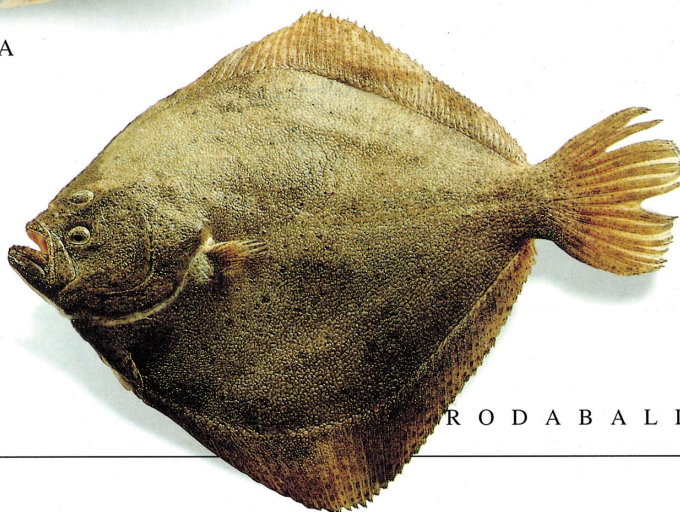
# PESCADO DE CRIANZA. TAN FRESCO QUE SALTA A LA VISTA.



L U B I N A



D O R A D A



R O D A B A L L O

Los pescados de crianza van a traer cola, porque tienen la mar de ventajas para Ud., para su negocio y para sus clientes.

¿Se imagina poder ofrecer durante todo el año Doradas, Lubinas y Rodaballos con total garantía de calidad y frescura a un precio estable y con un tamaño y peso ideales?

Por todos estos motivos y otros que iremos descubriéndole a Ud. como protector de la reserva marina, hágase a la mar y recomiende a sus clientes pescados de crianza de nuestros mares ...van a traer cola.

***Pescado de crianza. Salta a la vista***

Para más información dirijase a APROMAR. Asociación Empresarial de Productores de Cultivos Marinos. Tel.: 91 519 35 74 - Fax: 91 519 37 19



CUADRO Nº 7  
EVOLUCIÓN DEL  
MERCADO NACIONAL  
DE CONSERVAS DE PESCADO

AÑOS	VALOR MILLONES PTAS.	VOLUMEN TONELADAS
1987	88.236	194.773
1988	90.338	198.889
1989	94.710	202.142
1990	97.218	210.048
1991	99.500	218.465
1992	100.934	219.719
1993	102.234	221.495
1994	105.899	220.938
1995	109.739	225.241
1996	108.387	229.380
1997	<b>113.800</b>	<b>235.000</b>



es dentro de esta gama donde cobra importancia el acuerdo entre Pescafina y la cubana Caribex.

Se está detectando un gran interés por los grandes líderes del sector de la pesca (Freiremar, Pescafina) por trabajar en estas gamas, lo que puede llegar a desplazar a los líderes específicos (Mariscos Rodríguez y Amador Suárez), hasta la fecha muy asentados.

Es reseñable el hecho de que Pesca Nova ha hecho una apuesta por la acuicultura, segmento en el que está centrando el grueso de sus inversiones.

### LAS CONSERVAS

La conserva es la industria pesquera más antigua, junto con las salazones. En este segmento conviven grandes empresas con mucha historia detrás y estructura casi familiares que trabajan artesanalmente con un largo saber hacer acumulado. Entre las conservas existen productos muy generalizados y otros de carácter local que cumplen las condiciones de delicatessen.

La industria conservera en su conjunto produce unas 230.000-240.000 toneladas, de las cuales más de un tercio corresponde a atún, gama reina del subsector, seguida de las sardinas y a mucha distancia la caballa, los mejillones, los cefalópodos, etc. A pesar de que no es demasiado importante en volumen, hay que destacar la presencia de la anchoa en semiconserva, uno de los productos que se encuentra en las gamas de mayor calidad.

La especie objeto de la conserva condiciona totalmente el canal de suministro: mientras gran parte de los atúnidos se adquieren en los mercados nacionales o internacionales de conge-

CUADRO Nº 8  
EVOLUCIÓN DEL  
MERCADO EXTERIOR  
DE CONSERVAS DE PESCADO

AÑOS	EXPORTACIÓN TONELADAS	IMPORTACIÓN TONELADAS
1987	28.520	18.288
1988	24.912	27.105
1989	29.683	31.000
1990	25.302	38.473
1991	29.644	41.630
1992	29.383	51.078
1993	37.443	43.311
1994	44.884	46.278
1995	59.459	55.838
1996	70.367	57.325
1997	<b>93.307</b>	<b>68.598</b>

lado, para otras especies el abastecimiento es en fresco, bien en las lonjas próximas o mediante acuerdos con empresas de manipulado y comercio del fresco.

En consonancia con la historia del sector y con la importancia de producciones artesanales, existen un número muy alto de firmas. La última edición de Alimarket recoge 174 empresas, muchas de ellas con volúmenes de venta realmente bajos.

Esto indica una enorme fragmentación del sector que es necesario interpretar en dos líneas de análisis:

–El bloque de empresas artesanales con productos de muy buena calidad. Dentro de estas algunas tienen una buena red de ventas bien sea ligado a una Denominación de Origen o Calidad (existen 3 para conservas de pescado) o simplemente a un prestigio histórico en general ligado a una zona y del que se benefician varias firmas. En estas abunda el capital familiar. Otras sin embargo se enfrentan a verdaderos puntos negros en la comercialización que están bloqueando su trabajo y las aboca a la crisis.

–Las empresas que hacen productos menos específicos, en general con

Esto afecta sobre todo al langostino; el mercado de la gamba es más estable: el aprovisionamiento lo realiza la flota andaluza que se enfrenta sobre todo al problema del escaso tamaño y tecnificación; la empresa líder en la pesca de gamba es Distribución de Mariscos Rodríguez, con unos 100 barcos.

Las mayores ventas corresponden a producto fresco en cajas de 1 a 2 kilos y a congelado. Las características del consumo varían de unas zonas a otras; por ejemplo, en Cataluña, Murcia y la Comunidad Valenciana se consume más langostino cocido –también con tendencia al alza en Madrid–, y en Andalucía predomina el crudo.

La peculiaridad de esta gama ha dado pie al nacimiento de una fase industrial específica: el cocedero. La mayor empresa cuya actividad básica es el cocido, aunque ahora haya ampliado su margen de actuación, es Cocedero de Mariscos que ha constituido una empresa mixta con un socio ecuatoriano. Hay, además, empresas que trabajan el fresco y el congelado.

La empresa líder en esta gama es el Grupo Amador Suárez, seguido de Pesca Nova y Delfín. Esta última firma está especializada en langostino. También



**Indispensable para tu negocio**



**La investigación**



**La creatividad**



**El equipo humano**



**El márketing**



**Las comunicaciones**



**La energía**



**HISPACK 99**

**SALÓN INTERNACIONAL DEL EMBALAJE**

**Barcelona, 8 al 12 febrero 1999**

**Ven al Salón de todos los Sectores**



**Fira de Barcelona**

Av. Reina Ma. Cristina, s/n Tel. 93 233 20 00 Fax 93 233 26 02 08004 Barcelona. España.



CUADRO Nº 9

**PRINCIPALES EMPRESAS DE CONSERVAS DE PESCADO**

PRODUCCIÓN EN MILLONES DE PESETAS

EMPRESA	1996	1997	MARCA
LUIS CALVO SANZ, S.A.	20.600	22.300	CALVO
CONSERVAS GARAVILLA, S.A.	19.500	22.000	ISABEL
JESÚS ALONSO, S.A. (JEALSA)	16.425	18.000	RIANXEIRA
BERNARDO ALFAGEME, S.A.	11.429	13.047	MIAU
ESCURÍS, S.A.	6.400	9.000	ESCURÍS
HIJOS DE CARLOS ALBO, S.A.	7.206	7.500	ALBO
CONSERVAS FRISCOS, S.A.	7.093	7.100	FRISCOS
CONSERVAS DEL NOROESTE, S.A.	4.911	5.040	CALVO DE PEÑAS
PITA HERMANOS, S.A.	3.617	4.300	CUCA
CONSERVAS ANTONIO ALONSO, S.A.	3.380	4.025	PALACIO DE ORIENTE
THENAISIE-PROVOTE, S.A.	3.290	3.950	GRANDS HOTELS

FUENTE: ALIMARKET.

buena calidad pero sin connotaciones especiales. Este segmento está viviendo un proceso de concentración muy acusado que ya ha llevado a que los cinco grupos principales del sector detentan más del 50% de la producción total y las seis primeras alcanzan casi el 70%, estos porcentajes seguirán subiendo muy deprisa. Algunas de las primeras firmas tienen buques propios, aunque el peso de su flota dista mucho del que tienen en las empresas congeladoras.

El incremento en el volumen de ventas de las mayores firmas ha sido muy rápido, coincidiendo con este proceso de concentración. Así Luis Calvo Sanz S.A. ha multiplicado por dos su facturación entre 1994 y 1997, Conservas Garavilla ha subido más de un 50% y en cifras similares está Jaelsa.

El sector de conservas de pescado parece haber despertado de una larga siesta y ahora tiene en cartera proyectos de inversión muy considerables, los detectados por Alimarket superan los 25.000 millones de pesetas. Hay que tener en cuenta que algunas de estas inversiones corresponden a la necesidad de homologación de las instalaciones ante la normativa comunitaria. Otra inversión que está arrastrando fondos

es la cogeneración, en esta línea están realizando inversiones algunas de las mayores firmas.

Paralelamente, hay empresas que han atravesado grandes crisis, lo que en ocasiones ha facilitado el proceso de concentración. En gran medida esto ha sido causado por la carestía en el abastecimiento. Las empresas más afectadas entre las mayores han sido el grupo Masso y Onza de Oro. Estas crisis tienen enormes repercusiones en las economías locales de las poblaciones costeras donde con frecuencia son la principal actividad económica; de ahí el interés de Ayuntamientos y Gobiernos Autonómicos en prestar su apoyo.

La mayoría de las empresas conserveras se sitúan en Galicia, Cataluña, País Vasco, Cantabria y Andalucía.

El mercado nacional de conservas de pescado se situaba en 1997 en 113.800 millones de pesetas, que correspondían a 235.000 toneladas de volumen de producto. En los últimos diez años el mercado ha subido un 21% en volumen y un 28% en valor. Sin embargo, está no ha sido una subida paulatina, ya que algunos de los años intermedios se han registrado estancamiento o incluso caída de los

volúmenes. Por el contrario, destaca el auge del comercio exterior: las exportaciones han subido un 232% y las importaciones un 277%. Esta dinámica del comercio exterior se ha convertido en motor del sector.

Las vías comerciales de los productos de las conservas se asemejan a las de cualquier producto no perecedero y dista mucho de las connotaciones del fresco que condiciona el resto de la cadena de producción de pescado.

En esta gama es mayor el peso de las grandes superficies y los supermercados, de manera que las firmas sufren las mismas presiones que el resto de la industria alimentaria y con frecuencia elaboran marcas blancas para la distribución y establecen acuerdos. En la actualidad se detecta también que la gama de mayor calidad diferencial se está abriendo paso en los canales gourmet que permiten un mayor precio. Otra connotación interesante es el peso que algunas variedades tienen en los canales de hostelería y restauración, en especial en el bares ligados al tapeo.

**LOS AHUMADOS**

Este sector ha acusado también los problemas derivados de los incrementos de precios de materia prima; sin embargo, al vertebrarse básicamente en torno al salmón (más del 60% del total de ahumados) es la evolución de este producto y las condiciones de suministro lo que marca los resultados del sector.

La imposición de aranceles al producto no comunitario con objeto de proteger el salmón escocés ha perjudicado al sector español que tenía la mayor parte de su abastecimiento en Noruega. Los fabricantes de ahumados españoles emplean al menos un 60% de salmón noruego.

Los productores noruegos, alarmados ante las medidas tomadas en la UE para proteger sus productos, –causadas, a su vez, por los incrementos de la producción noruega y la caída de los precios–, están poniendo en marcha medidas tendentes a controlar su producción con apoyo de su Gobierno.

Uno de los grandes problemas a los que se enfrenta el sector en la actuali-







BTA, Barcelona Tecnoalimentaria es la mayor concentración de toda la Industria Alimentaria, el acontecimiento ferial más importante para los profesionales del sector. Venga al encuentro de sus clientes, BTA y Barcelona, la capital de la Tecnología Alimentaria son el entorno más favorable para hacer buenos negocios.

Barcelona Tecnoalimentaria reúne varios salones monográficos que integran la oferta global de bienes, equipos y tecnologías para la industria alimentaria.



**BARCELONA  
TECNO  
ALIMENTARIA**  
BARCELONA FOOD TECHNOLOGY

27 FEBRERO - 3 MARZO 1999

**TECNOCARNICA**  
Industria Cárnica y afines.

**TECNICOP**  
Pastelería, Panadería, Confitería,  
Chocolatería, Heladería,  
Restauración y Delicatessen.

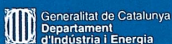
**LIQMA**  
Industria de los Líquidos.

**EXPOFRYC**  
Aplicaciones Técnicas del Frío  
y la Climatización.

**TECNOALIMENTARIA**  
Otros sectores y procesos  
para la Industria y Comercio  
alimentario.

  
**Fira de Barcelona**

**in Miller Freeman**



Deseo recibir información adicional de B.T.A.'99 para:  VISITAR  EXPONER

Salones de interés:  TECNOCARNICA  TECNICOP  LIQMA  TECNOALIMENTARIA  EXPOFRYC

Empresa: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_ Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_ Población: \_\_\_\_\_

Provincia: \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_ Tfno.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Rogamos envíen este cupón a: **MILLER FREEMAN IBERIA S.A.** Diputació 119, 4º · 08015 Barcelona (España) · Tfno. 93-452 07 22 · Fax: 93-451 66 37  
**FIRA DE BARCELONA.** Avda. Reina Mª Cristina, s/nº · 08004 Barcelona (España) · Tfno. 93-233 22 48 · Fax: 93-233 22 49



**Distribución  
y Consumo** Nº 43

dad es que el salmón ha pasado de ser un producto de consumo de lujo a formar parte de la compra habitual. Esto ha provocado de una parte un incremento del consumo y del producto procesado (8% más en 1996 que en 1995 y en 1997 un 16% más que en 1996) que ha favorecido al sector, pero a la vez han caído los precios de manera que el aumento de volumen apenas se ha traducido en aumento de valor. En 1997 se comercializaron entre 5.500 y 6.000 toneladas de ahumados que equivalen a unas 12.000 toneladas de producto fresco.

Mientras en España el mercado del salmón ahumado está muy maduro y es difícil conseguir mayores crecimientos, se observa que otras especies aún tienen una margen para crecer. En algunas de ellas además el problema de abastecimiento de materia prima es mucho menor. Como cifra media las empresas trabajan con unas diez referencias. Destaca el hecho de que estén surgiendo nuevos productos. Algunas firmas han incorporado la elaboración de otras gamas, como boque-rones en vinagre.

En el último año todas las empresas aumentaron sus volúmenes de producción. Las cuatro primeras firmas suman la mitad de la producción nacional y están incrementando sus ventas por encima del crecimiento del sector. La producción de ahumados se concentra en Barcelona y Madrid.

Es esta una gama de productos con un consumo con fuertes connotaciones estacionales (35% se concentra en Navidad). El 55 % del producto vendido se consume fuera de casa y el peso de los supermercados e hipermercados en su distribución es muy alto. Sobre el consumo total de ahumados el salmón representa el 90% en Cataluña, el 70% en Madrid y sólo el 50% en Andalucía.

En la actualidad algunas empresas están desarrollando iniciativas que permitan acercar el consumo de ahumados a la cocina fría o caliente. En esta línea una de las mayores firmas del sector, Domínguez, ha llegado a un acuerdo con Telepizza para suministrarle productos preparados para pizzas con un

CUADRO Nº 10

### PRINCIPALES ELABORADORES DE AHUMADOS DE PESCADO TONELADAS DE PESCADO FRESCO

EMPRESA	1995	1996	% SALMÓN	MARCA
VENSY ESPAÑA	2.930	3.300	54	SKANDIA
AHUMADOS DOMÍNGUEZ	1.100	1.150	54	AHUM. DOMÍNGUEZ
BENFUMAT	700	700	60	BENFUMAT
SILVERFUM	380	460	62	SILVERFUM
COPESCO & SEFRISA	400	445	70	ROYAL
AHUMADOS CANARIOS	327	410	90	LAS SALINAS
M. Y P. MARTÍNEZ CABALLO	-	402	51	NORDFISH
SALMONSUR	421	400	93	EUROSALMÓN
LA BALINESA	1.225	400	82	LA BALINESA
ANFELE	400	400	-	ANFELE

FUENTE: ALIMARKET.

tratamiento que permite que aguanten el calor sin secarse. Se ha detectado que algunas de las mayores empresas muestran una cierta tendencia a diversificarse, elaborando platos preparados basados en su gama reina. También se ha detectado la existencia de una gama alta canalizada al segmento gourmet.

#### LAS SALAZONES DE PESCADO

Dentro del mundo de los transformados tradicionales de pescados ocupan un lugar relevante por su tradición, aunque reducido por su volumen, las salazones de pescados, entre las que únicamente el bacalao y mucho menos las sardinias detentan un cierto volumen; entre las grandes también se podría considerar a las salazones de anchoas.

El bacalao, principal gama entre las salazones, ha visto como la escasez de materia prima se ha traducido en un desvío de producto a fresco y congelado orientado a la exportación. Esto está generando que se importen otras variedades de bacalao, como el congelado con destino a salazón que pasó de algo más de 2.000 toneladas en 1991 a casi 9.000 en 1996.

El sector de manipulado del bacalao trabaja unas 50.000 Tm de producto en verde. Las empresas de salazón

de bacalao suelen dedicarse casi exclusivamente a esta transformación y a esta gama. La primera empresa es PESCAFINA (Paterna, Valencia) con una producción de 8.000 Tm (con una facturación de 4.600 millones de pesetas) seguida a distancia por La Bacaladera, del País Vasco, con 4.700 Tm y 3.000 millones de facturación; las restantes son industrias más pequeñas. En este sector predomina el capital nacional.

En la distribución de esta gama de productos está cayendo el peso de las tiendas especializadas y aumenta el protagonismo, en el caso del bacalao, de las grandes superficies y los supermercados.

Existe, además, una gama de salazones integrada por varias especies y especialidades que se elaboran sobre todo en las costas surorientales (Cádiz y Huelva) y en Cartagena. Son empresas muy artesanales de capital familiar que recientemente han recibido un impulso con las ayudas comunitarias y cuyos productos, de alta calidad, se distribuyen sobre todo en los canales de hostelería, tiendas especializadas de productos tradicionales o gourmets y cuyo consumo más exquisito se localiza en la Comunidad Valenciana. Su producto estrella es la mojama.



CUADRO Nº 11

## ESTADÍSTICA DE PRODUCCIÓN DE LA ACUICULTURA EN ESPAÑA

ESPECIES	1994	1995	1996
<b>ACUICULTURA MARINA</b>			
<b>PECES</b>			
LUBINAS	351,0	461,1	693,1
RODABALLOS	1.809,8	2.173,6	2.198,0
DORADAS	2.094,3	2.716,5	3.818,1
MUGÍLIDOS	144,0	113,6	125,0
ANGUILAS	134,1	152,6	169,3
SALMÓNIDOS EN MAR	909,1	695,0	726,0
<b>SUBTOTAL PECES</b>	<b>5.459,8</b>	<b>6.344,0</b>	<b>7.842,1</b>
<b>CRUSTÁCEOS</b>			
LANGOSTINOS	67,5	57,8	85,9
CAMARONES	91,9	110,0	139,5
<b>SUBTOTAL CRUSTÁCEOS</b>	<b>159,4</b>	<b>167,8</b>	<b>226,4</b>
<b>MOLUSCOS</b>			
MEJILLONES	142.687,1	162.250,3	168.462,2
ALMEJAS	4.613,9	5.199,3	3.324,6
OSTRAS	2.264,0	3.103	3.719,4
BERBERECHOS	2.209,8	4.594	2.344,0
<b>SUBTOTAL MOLUSCOS</b>	<b>151.871,8</b>	<b>195.229,6</b>	<b>195.325,9</b>
SUBTOTAL MOLUSCOS EXCEPTO MEJILL.	9.184,7	12.979,3	9.863,7
<b>TOTAL MARINO</b>	<b>157.491,0</b>	<b>201.741,4</b>	<b>206.394,4</b>
<b>TOTAL MOLUSCOS EXCEPTO MEJILL.</b>	<b>14.803,9</b>	<b>19.491,1</b>	<b>17.932,2</b>
<b>ACUICULTURA CONTINENTAL</b>			
TRUCHA ARCOIRIS	20.049,0	22.000	25.000,0
<b>SUBTOTAL PECES</b>	<b>20.449,0</b>	<b>22.224</b>	<b>25.237,2</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>177.940,0</b>	<b>223.965,4</b>	<b>231.631,6</b>

### ACUICULTURA, UNA ALTERNATIVA DE FUTURO A NIVEL MUNDIAL

Según datos de la FAO, en 1995 la producción total de la pesca y la acuicultura alcanzó 112,9 millones de toneladas. Una gran parte del incremento global de la pesca se debe a la acuicultura. La aportación de la acuicultura al conjunto de las pesca pasó del 11,7%

en 1989 al 18,5%. Estas cifras aumentan espectacularmente si se incluye la producción de las plantas acuáticas; en este caso la acuicultura aportaría el 23 % del total de la producción de alimentos provenientes de las aguas.

La acuicultura en estos momentos es uno de los sectores productores de alimentos con mayor crecimiento.

Registra un crecimiento anual en el mundo en torno al 10% en volumen. Hay que resaltar el peso que estas producciones tienen en los países con déficits alimentarios, particularmente en China, país que está incrementando el uso de estos recursos.

Asia cuenta con una importante tradición en la producción en acuicultura; el papel de China, India, Camboya e Indonesia en esta producción determina el papel preponderante de Asia. La producción acuícola asiática (incluidos vegetales) ha aumentado de 8,4 millones de toneladas en 1984 a más de 25 millones en 1995. La mayor parte de este crecimiento se debe a China, los restantes países crecen a ritmos similares a Europa y América del Norte. El crecimiento en África ha permitido pasar de 25.000 toneladas en 1984 a 107.000 en 1995; un crecimiento similar se registra en América Latina, que ha alcanzado las 500.000 toneladas. En estos años la participación de Asia en la producción mundial ha subido un 7%, mientras que desciende la participación europea y norteamericana. La producción asiática supone el 90% de la producción mundial.

Cabe resaltar el peso de la acuicultura en el conjunto de la producción acuática de algunos países, más del 60% en China, mientras que en Noruega no llega al 10% y en Estados Unidos apenas sobrepasa el 7%.

La producción acuícola europea en 1995 alcanzó 1,4 millones de toneladas, lo que supone el 5,1% de la producción mundial, su participación en valor fue superior, el 8,9%. Desde 1984 la producción ha subido un 51,6%. Las causas de este pequeño crecimiento, menor en torno al final de los ochenta y los primeros noventa, hay que buscarlas en la crisis que padecieron los países del Este durante su transición, lo que llevó a una caída en la producción de carpas, y la disminución de la producción española de mejillones relacionada con la saturación del mercado y problemas sanitarios.

El mejillón supone, por sí solo, el 24% del valor total de la acuicultura europea. Su producción se localiza en

# Los mejores ingredientes.



De 1 a 52 toneladas, la gama de Hyster incluye carretillas de combustión interna, eléctricas, ReachStackers y equipos para almacenaje en interiores. Una amplia selección que asegura una perfecta combinación entre máquina y aplicación.

El compromiso de Hyster con la calidad se une a la vocación de servicio de Iberlift aportando otro ingrediente esencial, la confianza. La tranquilidad de saber que puede confiar en el apoyo de un líder mundial, siempre que lo necesite.

Llame hoy a Iberlift SA y descubra lo que necesite para un futuro más saludable de su negocio.



**Manipulación precisa**



Para mayor información póngase en contacto con su concesionario Iberlift  
<http://www.hyster.co.uk>

**iberlift**

Tel: (91) 388 07 74





Francia (34%), Italia (26%), España (17%) y Holanda (13%).

Las claves de la producción acuícola europea se dividen en dos categorías que dependen de la estrategia productiva de las explotaciones: la producción intensiva de especies de alto valor como el salmón y los moluscos, en los que la UE y los países del norte que están orientados a los nichos de alto valor de mercado, y la producción semintensiva y de menor valor de los países del este orientados al mercado doméstico.

Dentro del primer grupo se registra un problema de sobre saturación de los mercados en especies como el salmón; y éste ha producido una caída en los precios y en la rentabilidad. En este panorama la Asociación Noruega de Explotaciones de Acuicultura ha tenido que introducir duras medidas para evitar la saturación de los mercados. Otro problema considerable ha sido la caída de la producción de moluscos en los países del sur debido a la contaminación y enfermedades. Este ha sido el caso de España, donde las mareas negras donde la producción cayo en casi 1/3 entre 1986 y 1993.

En Europa la necesidad de cubrir la demanda de pescados de alto valor con producciones de explotaciones de acuicultura son cada vez más importantes, mientras los problemas pesqueros se multiplican. Hay que resaltar que mientras en los países del norte existe un problema por la disposición de espacios en la costa, no es esa la situación en el sur, donde el sector puede expandirse. Estos países han iniciado ya una diversificación de sus producciones.

En España los volúmenes de productos acuícolas han aumentado moderadamente en los últimos años, entre 1991 y 1996 se ha pasado de 222.758 toneladas a 231.632 para el conjunto de la producción. Los planes elaborados por el Gobierno español fijan un objetivo de producción de 270.514 toneladas para el año 1999.

El crecimiento menor de lo esperado en los últimos años se debe a la caída en el mejillón, principal producto que ha caído desde 195.220 toneladas



a 168.462 toneladas. El punto más bajo de la producción tuvo lugar en 1993, año desde el cual se está recuperando. El mejillón supone en la actualidad el 72,7% de la producción. Destacan los incrementos en los peces marinos (entre los que destacan la dorada y el rodaballo), cuya producción se multiplica por más de dos, similares crecimientos han sufrido los crustáceos (langostino y camarón sobre todo).

En España existen 150 empresas de acuicultura continental que cuentan con 170 instalaciones, de las que 148 están activas. La principal producción es la trucha arco iris, con más del 99%. Las instalaciones se concentran en Castilla y León (33), Galicia (29) y Asturias (28). Es necesario destacar el interés de algunas de las principales firmas del sector pesquero, en especial grandes congeladoras, por entrar en el segmento de acuicultura.

Los productos de la acuicultura se incorporan a la cadena de producción de pescado más allá de la lonja. De la producción de mejillón el 70% se dirige al mercado español y el 30% restante va preferentemente a Italia y Francia. El 46% del mejillón se consume en fresco, entre el 42 y el 44 % en conserva y el resto va a congelado. Los peces de aguas marinas se destinan el un 82% al mercado nacional, mientras los alevines se destinan al mercado europeo en un 44,5%. □

**ALICIA LANGREO NAVARRO**

Doctora Ingeniero Agrónomo.  
Saborá, S.L. Estrategias Agroalimentarias

### NOTAS

- (1) No existen datos posteriores. El MAPA está poniendo en marcha un nuevo sistema de recogida de datos y en breve se dispondrá de estas cifras.
- (2) Esta empresa, que ocupa el cuarto puesto en el ranking de las congeladoras, es propiedad de Transfrica y está arrastrando los problemas financieros de su matriz. En estos momentos tiene previsto el cambio de su accionariado. Su actividad es la comercialización de marisco y pescado congelado y de bacalao seco.
- (3) Primera y segunda empresas respectivamente del ranking de congeladoras. Sus volúmenes de ventas en 1997 superaron los 40.000 millones (Freiremar) y 65.000 millones (Pescanova).

### BIBLIOGRAFÍA

- ALIMARKET. Varios números mensuales y anuales.
- ERNST & YOUNG ASESORES S.A. (1993) "Estudio sobre la posición competitiva del sector de alimentación y bebidas en España: Sector de fabricación de conservas de pescado y otros productos marinos". MAPA.
- FAO, (1997) Review of the state of world aquaculture. FAO Fisheries Department.
- JUAREZ CASADO, S.J. (1997) "La pesca en España. Cambios en los últimos años y perspectivas". Revista de Economía Española nº 71
- JUNTA DE ANDALUCIA (1997) "Plan de Modernización del Sector Pesquero Andaluz".
- PEÑA SANZ, M. (1997) "La perspectiva pesquera en España ante los cambios a escala internacional". Revista de Economía Española nº 71
- LA VOZ DE GALICIA. Especial PESCA. Varios números de 1998.