



SALUD & NUTRICIÓN

La importancia vital de una buena alimentación para la salud

BREXIT: La UE sin Reino Unido
Entrevista a Charlina Vitcheva,
directora general de DG MARE

PERFIL: Albert Valls
Fundador de
Cocedero de Mariscos



Seafood merchants
since 1993

www.inlet.es



**MARUHA NICHIRO
GROUP**

EXKIMO



Seawork

Índice

Salud & Nutrición

Alimentación sana.....	06
Entrevista a Philip C. Calder, director de Salud en la Universidad de Southampton.....	08

Perfil

Albert Valls, fundador de Cocedero de Mariscos.....	10
---	----

Entrevista

Charlina Vitcheva, directora general de DG MARE.....	12
--	----

A fondo

Balance 2020 y perspectivas 2021 de empresas asociadas..	16
Balance 2020 y perspectivas 2021 de empresas extranjeras..	24

Estadísticas

Imports España 2020.....	30
--------------------------	----

Brexit.....

34

Estadísticas

Imports/Exports España - Reino Unido.....	38
---	----

Europa

FEMPA 2021-2027.....	40
----------------------	----

Informes

EUMOFA Informe anual 2020.....	42
--------------------------------	----

COFI34 FAO.....

47

Entrevista

Audun Lem, director adjunto del dpto. de Pesca y Acuicultura de la FAO.....	48
---	----

Eventos

Global Seafood Market Conference (GSMC) – NFI.....	50
La visión de la UE de unos océanos sanos: luchando contra la pesca ilegal.....	53

Calendario ferial.....

54

Noticias

Noticias breves.....	56
Noticias Conxemar.....	58

In Memoriam

Andrés Gavilán, presidente de AFCA.....	60
---	----

conxemar

Nº 110 Enero - Marzo 2021



p.06 SALUD & NUTRICIÓN

Resumimos las recomendaciones alimentarias que dan a sus ciudadanos los países más relevantes y organismos de prestigio mundial para conseguir tener una buena salud, entre las que se encuentra el consumo de pescado



p.10 ALBERT VALLS, fundador de Cocedero de Mariscos

Empezó en 1984 con una pequeña sala de cocción de gambas y fue uno de los pioneros en trabajar en España con langostino vannamei. A día de hoy, han diversificado su producción, de la cual exportan el 70%



p.12 CHARLINA VITCHEVA, directora general de DG MARE

Hablamos con ella sobre sus primeros meses en el cargo y temas de actualidad como el trabajo de la Comisión Europea para combatir la pesca ilegal, los nuevos FEMPA o las consecuencias del Brexit

CONXEMAR

Editorial

La Comisión Europea (CE), en el documento que recoge su estrategia 'De la granja a la mesa', confirma la importancia de llevar una dieta sana para gozar de una buena salud: **"Las dietas europeas no se ajustan a las recomendaciones dietéticas nacionales e internacionales**, lo que provoca en la población problemas de sobrepeso, enfermedades relacionadas con la mala alimentación y, a su vez, **mayores costes sanitarios"**.

La CE afirma que "en la UE en 2017 más de 950.000 muertes y más de 16 millones de años de vida perdidos fueron atribuibles a dietas poco saludables, principalmente enfermedades cardiovasculares y cánceres". Además, alerta de que "más de la mitad de la población europea padece sobrepeso".

Este número de la revista incluye **artículo sobre salud y nutrición** (página 6), que resume lo que países relevantes de Europa y organismos de máximo prestigio mundial, como la Universidad de Harvard o la Organización Mundial de la Salud (OMS), recomiendan para una alimentación sana.

En cuadro 1 pueden ver el IVA que se aplica a los productos de la pesca en varios países europeos:

Cuadro 1: IVA de los productos pesqueros en los principales países de la UE

España	10% (Reducido)
Italia	10% (Reducido)
Alemania	7% (Ordinario reducido)
Portugal	6% (Superreducido)
Francia	5,5% (Superreducido)
Reino Unido	0% (Superreducido)

Fuente: Gobierno de cada país

A continuación, informamos en cuadro 2 de lo que representa el gasto sanitario sobre el PIB en diferentes países europeos y EE.UU.:

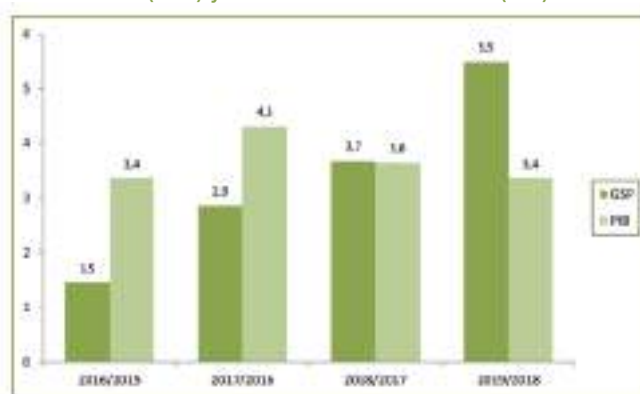
Cuadro 2: Porcentaje Gasto Sanitario Público anual sobre el Producto Interior Bruto (PIB)

	2019
EE.UU.	17,0%
Alemania	11,7%
Reino Unido	10,3%
España	9,0%
Portugal	9,6%
Italia	8,7%

Fuente: OECD

A continuación, en gráfico 1 damos información de la evolución del gasto sanitario público y del PIB en España:

Gráfico 1: Variación porcentual del Gasto Sanitario Público Consolidado (GSP) y el Producto Interior Bruto (PIB)



Fuente: Ministerio de Sanidad, Gobierno de España

Los productos de la pesca, al igual que las frutas y verduras, son la base de una buena y saludable alimentación, como confirman los países europeos más importantes y los organismos más relevantes a nivel global. **La bajada del IVA del pescado supondría un aumento de su consumo y una dieta más saludable**, y conseguiría disminuir las enfermedades y el coste sanitario.

Económicamente, el coste sanitario no hace más que subir y puede llegar a hacerse insostenible, como ya ocurre en Estados Unidos, donde representa el 17% del PIB. La bajada del IVA del pescado conllevaría una menor recaudación, que se compensaría más que sobradamente con la disminución de los gastos sanitarios.

Conxemar, tal y como han solicitado también todas las asociaciones del sector, vuelve a pedir que se rebaje el IVA de los productos de la pesca al 4%, como ya se aplica a las frutas y verduras.

Una alimentación sana para una buena salud

La Unión Europea afirma que “las dietas europeas actuales no se ajustan a las recomendaciones dietéticas nacionales e internacionales”

Resumimos a continuación las recomendaciones alimentarias que dan a sus ciudadanos los países más relevantes y organismos de prestigio mundial para conseguir tener una buena salud, siendo clave hacer ejercicio diario y evitar el sobrepeso.



Unión Europea

La Comisión Europea (CE), en su publicación ‘De la

granja a la mesa’, destaca que no llevar una alimentación sana “provoca en la población problemas de sobrepeso y enfermedades relacionadas con la mala alimentación y, a su vez, mayores costes sanitarios”.

La CE estima que “en la UE en 2017 más de 950.000 muertes (una de cada cinco) y más de 16 millones de años de vida perdidos fueron atribuibles a dietas poco saludables, principalmente enfermedades cardiovasculares y cánceres”. Además, la UE alerta de que “más de la mitad de la población europea padece sobrepeso”, lo que contribuye a una alta prevalencia de enfermedades relacionadas con la alimentación.

Sus recomendaciones de salud son:

1. Evitar el sobrepeso.
2. Alimentos sanos: cereales integrales, frutas, verduras, pescado, legumbres y frutos secos. La CE indica que el consumo en la población europea de estos alimentos “es insuficiente”.
3. Alimentos a evitar: azúcar, sal y grasas saturadas, alimentos cuya ingesta media según la CE “sigue superando los niveles recomendados”.
4. A consumir con moderación: carnes rojas.



EE.UU.

El Gobierno estadounidense publica cada cinco años

la guía ‘Dietary Guidelines for Americans’ sobre cómo conseguir una buena salud:

1. Evitar el sobrepeso.
2. Hacer ejercicio diario.
3. Alimentos sanos: vegetales, frutas, cereales, lácteos bajos en grasa, aceites de origen vegetal y pescados.
4. Alimentos a evitar: azúcar, sal y grasas saturadas.
5. Alimentos a consumir con moderación: carnes, aceites vegetales y bebidas alcohólicas



Alemania

La Sociedad Alemana de Nutrición publica la guía

‘Diez consejos para comer y beber sano’ en la que dice:

1. Alimentos sanos: cereales, patatas, verduras, frutas, lácteos (en pequeñas cantidades), pescado, huevos, aceites vegetales y carne baja en grasa.
2. Alimentos a evitar: azúcar, grasas saturadas y sal.
3. A consumir con moderación: carnes rojas y bebidas alcohólicas.
4. Añade como consejos no cocinar de más los alimentos para conservar todos sus nutrientes, darse tiempo suficiente para disfrutar de las comidas y beber abundante agua.



Finlandia

El informe ‘Finnish nutrition recommendations’

del Consejo Nacional de Nutrición finlandés da las siguientes recomendaciones:

1. Evitar el sobrepeso.
2. Hacer ejercicio con regularidad.
3. Alimentos sanos: cereales integrales, verduras, frutas, productos del mar, aceites vegetales y productos lácteos bajos en grasa.

4. Alimentos a evitar: refrescos, azúcar y la sal.

5. A consumir con moderación: bebidas alcohólicas y carnes rojas.
6. Aconseja prestar atención al etiquetado nutricional.



Noruega

La Dirección Noruega de Salud publica la guía

‘Norwegian guidelines on diet, nutrition and physical activity’, que recomienda para una buena salud:

1. Evitar el sobrepeso.
2. Hacer ejercicio.
3. Alimentos sanos: verduras, frutas, cereales integrales, pescado, lácteos bajos en grasa y aceites vegetales.
4. Alimentos a evitar: productos procesados, sal y azúcar.
5. A consumir con moderación: bebidas alcohólicas y carnes rojas.
6. También aconseja equilibrar las calorías aportadas por alimentos o bebidas y las gastadas con el ejercicio.



Suecia

La Administración Nacional de Alimentos sueca publica

‘Find your way to eat greener, not too much and to be active!’ (‘Encuentra la manera de comer más verde, no demasiado y mantenerte activo’).

Aconseja:

1. No tener sobrepeso.
2. Hacer ejercicio físico con regularidad.
3. Alimentos sanos: vegetales, pescados y mariscos, frutas, bayas, verduras, aceites vegetales (salvo de palma o coco), carnes bajas en grasa, cereales integrales y lácteos bajos en

grasa, sin azúcar y enriquecidos con vitamina D.

4. Alimentos a evitar: la sal, el azúcar y el alcohol.

5. A consumir con moderación: carne roja y procesada.

6. Suecia fomenta una dieta respetuosa con el medioambiente y recomiendan controlar las porciones y buscar el logo de la Administración Nacional de Alimentos para encontrar los productos más recomendables desde el punto de vista nutricional.

Francia

El gobierno francés publica el 'Programa Nacional de Nutrición y Salud (2019-2025)' Indica:

1. No llevar una vida sedentaria y hacer ejercicio.

2. Alimentos sanos: frutas, verduras, aceites vegetales (colza u oliva), carne de ave y alimentos ricos en ácidos grasos omega-3, entre los que se encuentran el pescado.

3. Alimentos a evitar: grasas, dulces, ultraprocesados y bebidas azucaradas y energéticas.

4. A consumir con moderación: carnes rojas, alcohol y lácteos (a ser posible ricos en calcio y bajos en grasas y sal).

5. Otros consejos de Francia son: promover una alimentación sostenible que favorezca el consumo de alimentos de origen vegetal, de producción local, de temporada y orgánicos; vigilar las cantidades consumidas, priorizar la comida casera y variada y fijarse en el logo de Nutri-Score para identificar los productos saludables.

Italia

Italia, en el documento 'Linee guida per una sana alimentazione', editado por el Consejo para la Investigación y Economía Agrícolas de Italia (CREA), recomienda:

1. Mantener a raya la obesidad y el sobrepeso.

2. Hacer ejercicio y llevar una vida activa.

3. Alimentos sanos: frutas, verduras, cereales integrales, aceites vegetales (sobre todo de oliva virgen extra), legumbres y productos del mar variados.

4. Alimentos a evitar: grasas

(especialmente saturadas), azúcares, sal y bebidas alcohólicas.

5. A consumir con moderación: lácteos con poca grasa.

6. Otros consejos son consumir agua en abundancia y prestar atención al etiquetado nutricional.



Reino Unido

Las pautas alimenticias de Public Health England (PEH) las recoge la guía 'The Eatwell Guide', que destaca:

1. Alimentos sanos: frutas, verduras, carbohidratos con almidón (mejor integrales); lácteos o alternativas sin lactosa bajos en grasa y en azúcares; legumbres, huevos, carne (preferiblemente que no sea roja ni procesada), pescado y pequeñas cantidades de aceites vegetales.

2. Alimentos a evitar: los ricos en grasas, sal y/o azúcar.

3. A consumir con moderación: aceites insaturados.

4. Llevar una dieta equilibrada.



Universidad de Harvard

Su guía 'El plato para comer saludable' recomienda:

1. Alimentos sanos: frutas, verduras, ensaladas, legumbres, cereales integrales, frutos secos, carne de ave, aceite de oliva o colza y pescados.

2. Alimentos a evitar: ultraprocesados, bebidas azucaradas, y grasas trans.

3. A consumir con moderación: carnes rojas, lácteos (una o dos veces al día) y bebidas alcohólicas.



OMS

La Organización Mundial de la Salud publica que "las dietas insalubres y la falta de actividad física están entre los principales factores de riesgo para la salud" y recoge en sus recomendaciones que "una dieta saludable ayuda a prevenir enfermedades como la diabetes, cardiopatías, accidentes cerebrovasculares y el cáncer".

1. Alimentos sanos: frutas, verduras, legumbres, frutos secos, lácteos desnatados, cereales integrales, carnes magras y grasas no saturadas, presentes en alimentos como el pescado o el aceite de oliva.

2. Alimentos a evitar: azúcar, sal, alcohol y aceites de palma o coco.

3. La OMS indica que el consumo calórico de grasas no debe superar el 30% de las calorías diarias y destaca que los hábitos alimenticios se adquieren ya en los primeros años de vida.

A continuación, resumimos las pautas en las que coinciden los organismos y países analizados para llevar una vida saludable:

Cómo conseguir una vida saludable

1 Evitar sobrepeso

2 Hacer ejercicio a diario

3 Alimentos sanos:

Frutas

Verduras

Legumbres

Pescados

Frutos secos

Cereales integrales

Lácteos bajos en grasa

Aceites vegetales (oliva o colza)

Beber agua en abundancia

4 Alimentos a evitar:

Azúcar

Sal

Grasas saturadas

Bebidas azucaradas y carbonatadas

5 Alimentos a consumir con moderación:

Carnes rojas

Embutidos

Bebidas alcohólicas

Philip C. Calder, director de Salud y Desarrollo Humano y Catedrático de Inmunología Nutricional en la Universidad de Southampton

“Los nutrientes del pescado aportan beneficios en todas las etapas de la vida, desde los primeros meses hasta la vejez”

Philip C. Calder, catedrático de la Universidad de Southampton, es un prestigioso experto en Inmunología Nutricional, presidente de la **Federación de Sociedades Europeas de Nutrición (FENS)** y *Director Asociado de Clinical Science, de Journal of Nutrition y Nutrition Research.*

Su trabajo tiene por objetivo comprender cómo afecta la nutrición al funcionamiento del cuerpo humano y ha dedicado buena parte de su investigación a explorar el metabolismo y la funcionalidad de los ácidos grasos, sobre todo, las funciones de los ácidos grasos omega-3. Sus más de 700 publicaciones científicas le han valido reconocimientos como el Premio de la Fundación Británica de Nutrición (2015).

Por su experiencia, ¿cuáles son los mejores hábitos a seguir para una dieta saludable?

Una dieta variada con múltiples alimentos de origen vegetal es importante, pero para mí, una dieta saludable no excluye necesariamente todos los alimentos de origen animal. Yo incluiría muchas frutas, verduras, legumbres y otras leguminosas, y bayas junto con nueces y semillas; cereales, pasta y pan integrales; cantidades moderadas de otros alimentos con almidón, como el arroz y la patata; pastas para untar a base de aceite de oliva; aceite de colza y de oliva para cocinar y con fines culinarios; pescado (especialmente el pescado azul) y otros mariscos; algunos productos lácteos y carnes de aves de corral; y cantidades moderadas de carne roja magra.

Esta dieta proporciona muchos micronutrientes y otros nutrientes esenciales para satisfacer las



necesidades del cuerpo, y también crea una microbiota intestinal diversa, que resulta importante para la salud y el bienestar humanos.

¿Cuáles son los beneficios de los nutrientes del pescado para la salud?

El pescado, en general, proporciona proteínas de buena calidad y es una fuente rica en muchos micronutrientes (vitaminas y minerales). El pescado azul como el salmón, las sardinas, el arenque, la caballa y el atún (no el atún enlatado) es realmente especial, ya que es rico en ácidos grasos omega-3 (EPA y DHA), difíciles de conseguir de otras fuentes.

El DHA es clave para el óptimo desarrollo cerebral y visual de los niños. Además, el EPA y el DHA tienen muchos roles para el funcionamiento normal del cuerpo, y en consecuencia, disminuye el riesgo de sufrir múltiples enfermedades, incluyendo dolencias cardíacas e incluso el deterioro cognitivo. El EPA y el DHA también son importantes para el sistema

inmunológico, sobre todo, porque ayudan a controlar la inflamación.

El pescado azul contiene asimismo vitaminas liposolubles como la vitamina D, especialmente importante para la salud de los huesos, y minerales como el selenio y el yodo. Algunos mariscos también son muy buenas fuentes de zinc y selenio. Todos estos nutrientes son importantes para la función cerebral, la función inmunológica y para controlar el estrés oxidativo e inflamatorio. Por todas estas razones, para mí, los productos del mar en general y el pescado azul en particular son una parte fundamental de una dieta saludable.

¿Qué tipos y porciones de pescado recomendaría consumir a la semana?

Por los beneficios ya mencionados, recomiendo principalmente pescado azul (como el salmón, la sardina, la trucha, el atún, el arenque o la caballa), como mínimo una porción a la semana, aunque de dos a cuatro porciones sería ideal.

¿Cómo podría afectar el consumo de pescado a la prevención de dolencias crónicas, como el cáncer o las cardiopatías?

En primer lugar, las carnes rojas contienen nutrientes que aumentan el riesgo de enfermedades cardíacas y cáncer (por ejemplo, grasas saturadas). Y al comer pescado en lugar de carne, se corre un menor riesgo de padecer estas dolencias. Por otro lado, el pescado proporciona nutrientes que disminuyen el riesgo de estas enfermedades.

Las dolencias cardíacas se producen como resultado de la combinación de factores de riesgo individuales (una presión arterial alta, colesterol alto en

la sangre, inflamación...). Los nutrientes del pescado (sobre todo, los ácidos grasos omega-3 EPA y DHA), actúan en el cuerpo para mejorar estos factores de riesgo. Los omega-3 pueden disminuir la presión arterial y la inflamación, reducir los triglicéridos y aumentar el colesterol bueno o "protector" (HDL). También pueden actuar directamente en los vasos sanguíneos y en el corazón para que estos trabajen mejor. Debido a esta combinación de efectos, los ácidos grasos omega-3 y el pescado ayudan a reducir el riesgo de enfermedades cardíacas.

¿Cómo puede el consumo de pescado mejorar el sistema inmune?

Durante más de 30 años, he investigado cómo los ácidos grasos omega-3 entran en las membranas celulares y, una vez allí, pueden cambiar la forma en que estas funcionan. Todas las células del cuerpo tienen una capa exterior llamada membrana, que suele tener un cierto nivel de ácidos grasos omega-3 EPA y DHA. Las membranas juegan un papel importante en el funcionamiento de las células y en cómo estas responden a las señales que reciben de otras partes del cuerpo.

Las personas que comen más pescado tienen más EPA y DHA en sus membranas celulares, incluso en las células que participan en el sistema inmunológico, lo que ayuda a las células a trabajar mejor y al sistema inmunológico, a funcionar. También ayudan a controlar la inflamación que puede perjudicar al sistema inmunológico. De hecho, las sustancias químicas producidas exclusivamente a partir de los ácidos grasos omega-3 EPA y DHA pueden desactivar la inflamación en curso. Este proceso se denomina resolución de la inflamación y se cree que es muy importante para ayudar al cuerpo a recuperar su funcionamiento normal.

¿En qué etapas de la vida se recomienda especialmente el consumo de pescado?

Creo que la ingesta de pescado es importante en todas las etapas de la vida. Los nutrientes aportados por el pescado son importantes para todo, desde el desarrollo del cerebro en las

primeras etapas de la vida hasta la reducción del riesgo de enfermedades de la vejez.

El EPA y el DHA son importantes para el aprendizaje y comportamiento de los niños, para su desarrollo inmunológico y para ayudar a regular el metabolismo. Además, introducir el pescado en la infancia temprana es clave para establecer un hábito que dure toda la vida, ya que muchos adultos, al no comerlo en la infancia, no están acostumbrados al pescado y se pierden sus beneficios.

En su opinión, ¿comen suficiente pescado las generaciones jóvenes en la sociedad actual? ¿Por qué?

Gran parte de la población de los países occidentales no come suficiente pescado (incluidos niños y adolescentes). Creo que comer pescado se fue haciendo menos popular a medida que nuestra sociedad fue cambiando en el siglo XX: la población se hizo más rica y al mudarse a las ciudades buscaron otras opciones como la carne roja y las aves de corral. Por consiguiente, el hábito de comer pescado en casa fue desapareciendo. Si la gente no crece comiendo pescado con regularidad, no tiene motivación para hacerlo. Así, la tradición del consumo de pescado se ha ido perdiendo y a muchos jóvenes no les gusta porque no están acostumbrados a su olor, sabor o textura. Y el ciclo se ha roto.

Para revertir esta situación, no solo hay que concienciar sobre la importancia del pescado en la dieta. Tal vez debamos ser más creativos en la presentación del pescado y ofrecer a la gente recetas sabrosas y fáciles de seguir junto con algo de formación. Las personas que representan modelos a seguir o que inician modas podrían ser muy útiles aquí, especialmente con los jóvenes. El precio del pescado puede ser una barrera también y esto puede ser algo en lo que se necesite algo de ayuda.

¿Por qué se aconseja comer pescado en el embarazo?

Los nutrientes que se encuentran en el pescado, especialmente el DHA en el pescado azul, son realmente

importantes para el desarrollo visual y cerebral. Por tanto, es importante que el feto en desarrollo (o el recién nacido) reciba un buen suministro de DHA. Está demostrado que una mayor ingesta de DHA por parte de la madre se traduce en un mayor suministro de DHA al feto, así como en pequeñas mejoras en la función ocular y cerebral de los bebés. También se ha probado que disminuyen el riesgo de parto prematuro y de depresión posparto en las madres, así como las alergias en sus hijos.

Uno de los estudios que dirigí exploraba los efectos del salmón en mujeres embarazadas y cómo su consumo afectaba a sus bebés. Descubrimos que, en el momento del nacimiento, los bebés de las mujeres que comieron salmón durante el embarazo (dos veces por semana) tenían más EPA, DHA y vitamina D en su torrente sanguíneo que los bebés de madres que no comieron nada de pescado. Los bebés de las consumidoras de salmón también tuvieron diferencias en el sistema inmunológico al nacer, y esto parecía estar relacionado con la reducción del asma a los dos años y medio de edad.

¿Cree que los gobiernos están invirtiendo suficientes recursos para la promoción de dietas saludables y el consumo de pescado?

Me parece que los gobiernos intentan transmitir al público mensajes de alimentación saludable, pero puede que sean muy pocos y lleguen demasiado tarde. No veo que presionen demasiado para que se consuma pescado, pero puede variar en los distintos países. La industria alimentaria cuenta con enormes presupuestos de marketing y publicidad y utiliza métodos innovadores para atraer al consumidor. Los esfuerzos de los gobiernos pueden ser poco relevantes en comparación.

Necesitamos identificar las barreras para el consumo de pescado y utilizar métodos originales para superarlas, pero es más fácil decirlo que hacerlo. Empezar en las etapas tempranas es la clave. Implicar y educar a los jóvenes con modelos a seguir y vincular una alimentación sana a un estilo de vida y planeta saludables será fundamental en el próximo período. ■

Albert Valls, fundador de Cocedero de Mariscos

Empezó en 1984 con una pequeña sala de cocción de gambas y fue uno de los pioneros en trabajar en España con langostino *vannamei*. A día de hoy, han diversificado su producción, de la cual exportan el 70%

¿Cómo fueron sus inicios en el sector?

Todo se inició en el año 1984, cuando puse en marcha una pequeña sala de cocción de gambas, para vender mayormente en el merca, a algunos detallistas de pescado, bares y restauración en general.

En 1985 empecé a ver en el mercado langostino cocido congelado, producto importado de Francia que iba cogiendo cuota de mercado por la facilidad de alargar la conservación del producto en excelentes condiciones. Así que después de estudios y pruebas para dotarlo de sabor y presentación, me puse a elaborar el producto con estándares de calidad aceptables.

¿Qué logros destacaría en todos estos años de trayectoria profesional?

El reconocimiento de la compañía a nivel nacional e internacional: haber posicionado nuestros productos y nuestra marca en todos los mercados europeos y en algunos de terceros países.

También es un motivo de orgullo tener homologada nuestra planta con las certificaciones de calidad



De izq. a dcha.: Silvia Valls (directora administrativa y financiera), Albert Valls (presidente) y David Valls (consejero delegado)

establecidas a nivel europeo, norteamericano y asiático.

¿Cuáles han sido los principales retos o dificultades a los que ha tenido que enfrentarse?

El primer problema lo tuve en encontrar la nave con el espacio necesario para el montaje de una línea suficiente para poder asumir la producción que nos demandaba el mercado. Además, en aquel entonces éramos de los pocos en toda España que

nos dedicábamos a esta actividad.

El segundo fue la falta de materia prima que teníamos: no se conocía todavía el langostino de cultivo y debíamos pertrecharnos del langostino de la flota española, que faenaba en el oeste de África (Senegal, Mauritania, Guinea o Nigeria). Cuando no era posible acceder a estos orígenes de la flota española, debíamos importar y comprar a empresas francesas, que

estaban muy posicionadas en esos países. Y al mismo tiempo, estar muy atentos en las cargas para que no nos dieran "gato por liebre", como se dice en el argot callejero.

¿Cómo nació Cocedero de Mariscos y cómo ha evolucionado hasta nuestros días?

Cocedero nació en 1986, aunque su operativa no se inició hasta enero de 1987, fruto de un acuerdo de colaboración en sociedad al 50% entre otra

compañía ubicada en Lleida (actualmente extinguida) y yo como persona física.

La evolución ha sido constante a través de los años. La primera instalación en Mercabarna (Barcelona) se amplió con otra de superficie mucho más grande en 1989 en Benavent de Segriá (Lleida). Y en el año 2007, una nueva instalación de 10.000 m2 en Fraga (Huesca) sustituyó a la de Benavent, para cumplir con todos los estándares de sanidad y las certificaciones exigidas por el mercado nacional e internacional.

Simultáneamente hemos introducido nuevos productos y nuevas presentaciones para ser más atractivos en el mercado y acompañar a las nuevas exigencias del consumidor.

¿Cómo ha evolucionado la demanda en los principales mercados de los productos que comercializan?

El mercado es muy dinámico y te has de adaptar rápidamente a las demandas de tus clientes. Nosotros empezamos haciendo producto cocido congelado, pero fuimos observando que en Francia habían comenzado con lo que ellos denominaban "cuisiné du jour" (cocido del día) y así empezamos poco a poco en el mercado francés, haciendo producto refrigerado.

Al cabo de un tiempo, evolucionamos al langostino cocido en atmósfera, siendo pioneros en el mercado español. Actualmente, el 90% de todo el langostino cocido que comercializamos es refrigerado y nuestra facturación por exportación ya representa el 70%,

llegando a países como Francia, Portugal, Italia, Reino Unido, Alemania, Bélgica, etc.

¿Y la disponibilidad de materia prima?

Nuestro principal producto, el *Penaeus vannamei*, empezó a llegar a Europa a finales de la década de los 80, siendo los cocederos franceses los primeros en trabajarlo. En España, al ser un país con una flota pesquera importante, se utilizaban varios tipos de langostino y gambas de la costa africana. Poco a poco se fue imponiendo el langostino de cultivo, por la estabilidad en el precio y calidad homogénea.

El país pionero fue Ecuador, formando grandes compañías camaroneras. Viendo el gran mercado que había, otros países del centro y sur de América como Honduras, Guatemala, México o Perú empezaron a cultivar esta especie, que junto con distintos países asiáticos, conforman una producción mundial de 5.000 millones de toneladas.

Actualmente el principal consumidor es China, condicionando la compra a mercados tradicionales, como eran Europa y EE.UU.

¿Cómo ha sido la evolución del sector en estos años?

Con el paso de los años la demanda ha ido en aumento. Pero también es cierto que debido en parte a la extraordinaria capacidad de producción aumentada por parte de todas las empresas del sector y un exceso de nuevas compañías instaladas, hemos llegado a una sobreoferta que hace

SOBRE COCEDERO DE MARISCOS

Fundada en el año: 1986

Facturación: 35 millones de euros

Empleados: 71

Principales mercados: Francia, Italia, Portugal, EE.UU.

Productos: Langostino cocido y crudo, gamba cocida, pulpo cocido y crudo, elaborados varios

EN POCAS PALABRAS...

Lo que más le gusta de su profesión: El riesgo al acierto o equivocación

Un consejo para alguien que empieza en el sector: Debe mirar el mercado, observar si está suficientemente ofertado

Un libro: Tirana memoria, de Horacio Castellanos Moya

Un personaje histórico: John Kennedy

Una manía: Confiarlo todo a la memoria

El plan perfecto para un fin de semana: Descansar en...

Algo sin lo que no puede salir de casa: El móvil

El último regalo que le han hecho: Un ordenador portátil última generación

que el margen haya caído y ya se produce a niveles de costes por debajo de otros países productores subdesarrollados.

No obstante, el crecimiento ha ido en aumento, principalmente por los artículos introducidos de mayor valor añadido y listos para calentar y comer sin más.

¿Cuáles cree que son las claves para ser más competitivo?

Hoy en día es muy importante la productividad. Para ello hay que dotarse de maquinaria automatizada que reduzca mano de obra y hacer tirajes largos de producto para no tener demasiados cortes en la elaboración. También hay

que tener la capacidad de adelantarse a tu competencia y ofrecer lo que requiere el mercado.

¿En qué proyectos trabaja Cocedero de Mariscos a corto-medio plazo?

Ahora mismo estamos centrados en completar la línea de alta capacidad de pequeño formato, lanzando al mercado un embalaje 100% biodegradable, ya que creemos que la sostenibilidad del planeta es algo que no podemos olvidar desde el mundo empresarial.

Conjuntamente estamos centrando esfuerzos y recursos para ir ganando cuota de venta en el mercado del pulpo elaborado. ■

Charlina Vitcheva, directora general de DG MARE

“La Comisión trabaja intensamente para igualar las condiciones de cumplimiento de la normativa pesquera a nivel mundial”

Charlina Vitcheva, directora general de DG MARE, charla con Conxemar sobre sus primeros meses en el cargo y trata temas como el trabajo de la Comisión Europea para combatir la pesca ilegal, los nuevos FEMPA o las consecuencias del Brexit

¿Qué destacaría de sus primeros meses como directora general de DG MARE?

Empecé en medio de la actual pandemia mundial, en un momento desafiante para el sector, a quien la Comisión ha apoyado en este reto. Esta crisis también nos ha recordado otros retos a los que nos enfrentamos, como la crisis de la biodiversidad o el cambio climático. Los océanos también tienen un importante papel que desempeñar para afrontar estos retos. Son un recurso y un ecosistema inmensos, y estoy convencida de que los sectores pesquero y marítimo tienen un importante papel que jugar para impulsar una recuperación verde (y azul).

En el ámbito de la pesca, la Política Pesquera Común (PPC) de la UE tiene la nada envidiable tarea de conciliar dos objetivos aparentemente contrapuestos: la protección del medio ambiente y el desarrollo socioeconómico. Sin embargo, en mis primeros seis meses he podido comprobar una y otra vez que un objetivo no puede alcanzarse sin el otro. Ese es el núcleo del crecimiento sostenible. Tenemos la obligación legal de fijar las posibilidades de pesca en el rendimiento máximo sostenible (RMS). Eso significa que los pescadores y las pescadoras pueden maximizar la producción al tiempo que mantienen las poblaciones saludables y en equilibrio para una sostenibilidad a largo plazo.

En términos más generales, tengo muy claro que la economía azul tiene un papel importante que desempeñar como futuro motor de crecimiento en



Europa, en el contexto del Pacto Verde europeo. Además, la pandemia nos ha recordado la naturaleza profundamente interconectada del mundo y la necesidad de trabajar conjuntamente con nuestros socios globales si queremos superar los grandes retos a los que nos enfrentamos. Así pues, la UE debe seguir trabajando como un importante líder geopolítico en la gobernanza de los océanos y la pesca sostenible.

¿Qué medidas llevó a cabo en 2020 la DG MARE y cuáles son las principales líneas de actuación para 2021?

La alteración del mercado causada por esta crisis, así como el desafío de garantizar unas condiciones de trabajo seguras en consonancia con las restricciones, afectaron especialmente

a los sectores pesquero y acuícola europeos. En la Comisión respondimos rápidamente, proponiendo enmiendas al Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP) para mitigar el impacto.

Además, tuvimos dos negociaciones importantes a finales de año. Conseguimos un acuerdo en el Consejo sobre las cuotas de pesca para 2021 y sobre el Fondo Europeo Marítimo de Pesca y Acuicultura (FEMPA) para el período 2021-2027.

En 2021, continuaremos luchando por el doble objetivo de los ecosistemas sostenibles y la rentabilidad del sector, un enfoque que está en consonancia con la misión del Pacto Verde europeo, que incluye las estrategias ‘De la granja a la mesa’ y ‘EU Biodiversity’.

También llegamos a un acuerdo con el Reino Unido que proporciona estabilidad y seguridad a largo plazo a

los pescadores de la UE que pescan en sus aguas.

Más allá de la pesca, continuamos nuestros esfuerzos para desarrollar nuestra economía azul de manera sostenible. La DG MARE contribuyó a la estrategia de la UE sobre energía renovable en alta mar adoptada en noviembre, y nuestro trabajo en curso sobre la implementación de la directiva de ordenación del espacio marítimo será un aspecto clave de la misma.

En el contexto del Plan de Recuperación de la UE, el mecanismo BlueInvest proporcionó asistencia comercial a pequeñas y medianas empresas y las emparejó con inversores, y seguirá haciéndolo en 2021.

También en 2021, la Comisión adoptará una nueva estrategia para una economía azul sostenible, que aborde tanto los sectores establecidos como los emergentes y promueva el cambio estructural para contribuir a una recuperación verde y azul de la economía europea.

En el frente externo, nuestro objetivo es exportar y replicar nuestras políticas internas. Lanzamos dos consultas públicas y buscamos rejuvenecer tanto la gobernanza oceánica internacional como la política ártica de la UE. Aunque debido a la pandemia no se llevaron a cabo según lo planeado ni la conferencia oceánica de la ONU ni la conferencia 'Our Ocean 2020', los compromisos que son fundamentales para estos eventos se presentaron a tiempo para ayudar a mantener el avance. Ahora nos estamos preparando para la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, en la que nos esforzaremos por lograr un nexo entre el océano y el clima más sólido.

En 2021, la UE seguirá liderando la lucha mundial contra la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR). Además, continuaremos esforzándonos por lograr un acuerdo global en la Organización Mundial del Comercio (OMC) para prohibir los subsidios pesqueros dañinos lo

antes posible, en línea con el FEMPA recientemente acordado, donde nos aseguramos de que no se otorgarán tales subsidios en la UE.

¿Cómo valora el trabajo realizado por el sector pesquero europeo en 2020 y el sector del congelado en particular? ¿Y qué debemos esperar de 2021?

El sector pesquero adaptó rápidamente las actividades a la nueva situación del mercado, que varió significativamente de un país o especie a otro. Por ejemplo, las especies que se venden principalmente en hostelería experimentaron una caída de precios más pronunciada. Las actividades pesqueras en las regiones externas (como África y el océano Índico) también se vieron afectadas, ya que las operaciones de pesca se retrasaron en algunos casos debido a infecciones entre los miembros de la tripulación y restricciones de viaje. Las organizaciones de productores jugaron un papel clave en el ajuste colectivo de actividades durante la crisis.

En lo que respecta al sector europeo de productos del mar congelados, siendo sus principales canales de distribución y puntos de venta los supermercados, los minoristas y las tiendas especializadas en lugar del canal Horeca, se vio menos afectado por la caída de ventas. Esto, combinado con el comportamiento de acopio de algunos consumidores y la necesidad de simplificar el consumo de pescado en el hogar, condujo a un aumento de las compras de productos pesqueros congelados.

Sin embargo, desde un punto de vista logístico, el sector enfrentó un problema importante en la limitada capacidad de almacenamiento al principio de la crisis, lo que afectó a toda la cadena de valor, dado que productores, minoristas y transformadores carecían de capacidad de frío.

Los hábitos de consumo y compra han cambiado, pero es demasiado pronto para decir cuál será la nueva normalidad en términos de patrones de consumo de productos del mar.

En 2021 la Comisión seguirá supervisando la evolución de los mercados y, cuando lo considere necesario, activará los mecanismos de apoyo de emergencia que están disponibles en el nuevo FEMPA. La Comisión también seguirá abordando las necesidades de los sectores en términos de inteligencia de mercado mediante el suministro de datos y análisis por parte del Observatorio Europeo del Mercado de la Pesca y la Acuicultura (EUMOFA).

¿Qué medidas está impulsando la CE para ayudar al sector del pescado congelado en estos tiempos de incertidumbre?

Dos medidas de mercado serán claves en 2021: un análisis y comprensión continuos de lo que está sucediendo en los mercados (EUMOFA), combinado con un conocimiento profundo de la evolución de los hábitos de consumo (Eurobarómetro). Estas iniciativas mejorarán la comprensión de la evolución del mercado a lo largo de la cadena de valor y ayudarán a la industria a definir sus estrategias.

Se trata de medidas complementarias al apoyo estructural proporcionado en el marco del FEMPA, que da a los Estados miembros la libertad y los recursos para apoyar a los sectores de producción y transformación de productos pesqueros.

¿Cómo valora las cuotas de pesca aprobadas para 2021?

Siempre es delicado alcanzar el equilibrio adecuado entre productores y transformadores de productos de la pesca y la acuicultura para garantizar la igualdad de condiciones para todas las partes interesadas. Confiamos en que el resultado de los debates en el seno del Consejo garantice el equilibrio adecuado entre las diferentes posiciones sobre las distintas cuotas.

La DG MARE pondrá en marcha en breve una evaluación del régimen de cuotas con el fin de valorar su adecuación y su dimensión de sostenibilidad. No debemos pasar por alto el hecho de que muchos acuerdos de libre comercio ofrecen la posibilidad

de importar pescado libre de impuestos de los países asociados y de cuotas, siempre que su pesca cumpla con las obligaciones de la UE en materia de sostenibilidad.

También es novedad el Fondo Europeo Marítimo de Pesca y Acuicultura (FEMPA) para el periodo 2021-2027. ¿Qué ha mejorado en comparación con el FEMP? ¿Cómo se beneficiará específicamente la industria de transformación de productos del mar?

El nuevo FEMPA 2021-2027 será una continuación del FEMP 2014-2020, ya que seguirá apoyando los objetivos de la Política Pesquera Común (PPC) en materia de pesca sostenible, así como los objetivos generales de la UE en materia de transformación ecológica, digital y de resiliencia.

Al igual que el FEMP, el FEMPA se gestionará en el marco de programas nacionales elaborados por cada Estado miembro y aprobados por la Comisión. Es responsabilidad de cada Estado miembro identificar sus retos y traducirlos en acciones apoyadas por el FEMPA. La CE evaluará la coherencia global del programa, en particular en lo que respecta a las prioridades comunes de la UE. Por ello, la Comisión publicó el pasado septiembre el documento "Sea Basin Analyses" (Análisis de las cuencas marítimas), en el que se destacan una serie de retos clave con respecto a las cuencas marítimas y se trazan posibles acciones para hacer frente a esos retos que podrían recibir el apoyo del FEMPA.

Además, las normas de ejecución del nuevo FEMPA son mucho más sencillas que las del FEMP. La simplificación ha sido un principio rector en la elaboración del nuevo marco. El alcance de las ayudas de este fondo es muy amplio y ofrece a los Estados miembros una gran flexibilidad para enmarcar las acciones pertinentes. Sin embargo, algunas medidas (en particular ciertas inversiones a bordo de los buques pesqueros) están sujetas a condiciones precisas para evitar efectos perjudiciales para la sostenibilidad. Esta lógica es mucho más sencilla que la

del FEMP, que se basaba en medidas predefinidas muy rígidas, para reducir las limitaciones innecesarias en la aplicación.

Otro principio fundamental del FEMPA es su orientación a los resultados: las ayudas públicas deben demostrar su valor añadido y su contribución a los objetivos de la PPC. La clave para lograr la competitividad y la ecologización a prueba de futuro, en particular la descarbonización del sector, es utilizar plenamente las nuevas tecnologías disponibles.

Confío en que la mejor manera de lograr los objetivos de la PPC a través de nuestro apoyo a la inversión es incorporando y dando prioridad a la innovación.

¿Qué otros fondos o medidas ofrece la UE que puedan ayudar al sector de los productos del mar en España?

El FEMPA debe coordinarse con otros fondos europeos. Por ejemplo, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) puede invertir en infraestructuras y en la comercialización/ampliación de soluciones innovadoras en el ámbito de la pesca y la economía azul. El Fondo Social Europeo (FSE) puede apoyar la formación y la adquisición de competencias azules, incluso para la aplicación y el uso de tecnologías digitales y otras nuevas tecnologías en la pesca y la economía azul en general. Y el programa Horizonte Europa puede contribuir a la investigación marina.

Los Estados miembros también pueden optar a préstamos y garantías a través del programa 'InvestEU' para apoyar las inversiones en el sector pesquero. Y el Plan de Recuperación puede fomentar la recuperación y la resiliencia del sector a través del programa 'Next Generation EU'.

Los Estados miembros deben garantizar unas sinergias óptimas entre estos instrumentos, a fin de maximizar el valor añadido del apoyo público de la UE, que debe coordinarse con el apoyo nacional y ser un facilitador de la inversión privada, además de abordar las situaciones de fracaso del mercado

y proporcionar beneficios colectivos. En cambio, no debe sustituir ni socavar la inversión privada cuando haya buenas perspectivas de rentabilidad. A este respecto, los principales motores de la resistencia y la rentabilidad del sector pesquero son la abundancia de las poblaciones de peces, la estabilidad de los precios del pescado, los bajos precios del combustible, los buques eficientes desde el punto de vista energético y técnico y los pescadores cualificados.

Los Estados miembros, como España, pueden además utilizar la Reserva de Ajuste del Brexit para hacer frente a las necesidades inmediatas derivadas de la retirada del Reino Unido de la UE.

Hablemos del Brexit. ¿Cómo se ha preparado el sector europeo de los productos del mar para ello?

El Brexit iba a afectar de cualquier manera a la forma en que capturamos, procesamos y comercializamos los productos del mar en Europa. Lo más importante es que hemos conseguido llegar a un acuerdo bueno y equilibrado sobre la pesca. Es una buena noticia para nuestros recursos pesqueros, ya que prevé su gestión sostenible, y también lo es para nuestras comunidades pesqueras y el sector de los productos del mar en general. Proporciona continuidad a las empresas en el futuro, con la continuación de la pesca en aguas del Reino Unido y la ausencia de aranceles sobre los productos pesqueros. Este es, sin duda, un resultado mejor que un escenario de no acuerdo.

Habrán algunos cambios, como procedimientos de importación no arancelarios y cargas administrativas adicionales. Sin embargo, la UE está bien preparada para ello. La Comisión Europea ha actualizado periódicamente a las partes interesadas a lo largo del período con avisos de preparación, que están disponibles en la web de la CE. Seguimos prestando pleno apoyo a las autoridades nacionales en caso de que surjan problemas específicos en los próximos meses.

¿Ha previsto la CE alguna actividad para promover el consumo de pescado y marisco en la UE?

#TasteTheOcean es una nueva campaña de comunicación de la Comisión. Nos hemos asociado con famosos chefs de nueve países de la UE para promover el consumo de pescado sostenible y local. En el caso de España, el cocinero Joan Roca nos ayudó mucho con una gran receta. Con la campaña queremos concienciar a los consumidores sobre su importante papel en la compra de productos pesqueros sostenibles. También queremos apoyar a las comunidades costeras locales y contribuir a su recuperación económica. La campaña se puede seguir en redes sociales desde finales de enero.

También cabe destacar que el episodio del mes de enero de Ocean, un magazine mensual de Euronews producido en colaboración con DG MARE, se centrará en "Del mar al plato", en línea con la estrategia "De la granja a la mesa". En él se analizará cómo la PPC de la UE impulsa la sostenibilidad y la calidad de los productos de la pesca y la acuicultura en cada etapa de la cadena de suministro y ofrece a los consumidores transparencia a la hora de tomar sus decisiones de compra.

¿Qué puede hacer la DG MARE para contribuir a alcanzar el Level Playing Field?

La DG MARE cuenta con un equipo de inspectores de pesca compuesto por funcionarios de la CE que se encarga de realizar verificaciones, inspecciones autónomas y auditorías destinadas a comprobar la eficacia de los sistemas de control de los Estados miembros y el cumplimiento de las normas de la PPC. Para garantizar la igualdad de condiciones entre los Estados miembros y entre los operadores comerciales, en las inspecciones se hace especial hincapié en la trazabilidad y el control de los procedimientos de registro de las capturas. La revisión del reglamento de control propuesta por la Comisión reforzará aún más los mecanismos de control y ejecución.

También se trabaja intensamente para igualar las condiciones de cumplimiento de la normativa pesquera a nivel mundial. La UE considera que la lucha contra la pesca INDNR es una de sus principales prioridades en el contexto de la gobernanza internacional de los océanos. Nos hemos comprometido a acabar con la pesca INDNR de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que forman parte de la Agenda 2030. El mandato del comisario Sinkevicius es fuerte y claro y se basa en un enfoque de tolerancia cero hacia la pesca INDNR.

La DG MARE ha establecido una amplia red de diálogo y cooperación con países terceros para luchar contra la pesca INDNR y crear unas condiciones equitativas. Los países que no cooperan e incumplen sus obligaciones internacionales en materia de pesca INDNR corren el riesgo de ser excluidos del comercio con la UE. Aunque las sanciones son posibles, quiero subrayar que nuestros diálogos se basan en la cooperación, la asistencia y el apoyo, y no en el castigo.

Para proteger mejor el mercado de la UE de los productos pesqueros procedentes de actividades de pesca INDNR, la DG MARE ha desarrollado CATCH, una herramienta informática que digitaliza el sistema de certificación de capturas INDNR de la UE.

¿Está la Comisión trabajando actualmente en algún nuevo acuerdo comercial que le gustaría destacar? ¿Y específicamente con Mercosur?

Nuestra agenda comercial está muy llena. Tras el acuerdo con Reino Unido, seguimos trabajando en varios frentes: la modernización de los acuerdos existentes con Chile y los países de África oriental y meridional, y las negociaciones para nuevos acuerdos con Nueva Zelanda, Australia e Indonesia. Asimismo, mantenemos constantes conversaciones con otros socios comerciales con los que no tenemos ningún acuerdo en vigor, con

el fin de mejorar nuestras relaciones comerciales.

En cuanto a Mercosur, hemos alcanzado un principio de acuerdo político, pero existen algunas preocupaciones sobre los compromisos significativos que podemos esperar de nuestros socios de Mercosur en materia de desarrollo sostenible. Estos compromisos son cada vez más importantes en los acuerdos comerciales, para garantizar que puedan contribuir a avanzar en una agenda de sostenibilidad, en la pesca y en otros sectores. Esto también está relacionado con las cuestiones de igualdad de condiciones, ya que sabemos que el sector pesquero de la UE tiene unas normas de sostenibilidad muy estrictas y, por lo tanto, quiere asegurarse de que éstas no se vean socavadas cuando importamos productos de pesqueros y acuícolas de terceros países.

¿Qué mensaje le envía a la industria española de productos del mar y, en concreto, a nuestros asociados?

Me gustaría agradecer al sector su trabajo durante lo que ha sido un año difícil para toda la sociedad. A pesar de los retos, ha demostrado una gran resistencia y capacidad de adaptación y ha seguido garantizando que nuestros ciudadanos puedan contar con productos del mar de alta calidad, seguros y sostenibles.

Puedo asegurar al sector pesquero español y a sus miembros que la Comisión los seguirá apoyando. Continuaremos nuestro excelente diálogo con las organizaciones sectoriales, sus asociaciones y las organizaciones interprofesionales. A medida que avanzamos, no debemos olvidar el panorama a más largo plazo de la transición ecológica y digital. En este sentido, las iniciativas que he mencionado, como la estrategia "De la granja a la mesa", tienen un papel fundamental para salir de la crisis de la pandemia más fuertes y preparados para el futuro. También apoyaremos al sector con información de mercado precisa para que pueda diseñar sus estrategias de mercado. ■

Asociados de Conxemar valoran el impacto de la covid-19 en el sector

La gran mayoría de empresas confían en que el segundo semestre del año marcará el inicio de la recuperación

Dejamos atrás 2020, uno de los años más complejos e impredecibles para el sector, en el que la mayoría de asociados de Conxemar han tenido que reinventarse y adaptarse a los retos del día a día, sin hoja de ruta ni capacidad de previsión. Para conocer cómo les ha ido en los últimos meses y cómo piensan afrontar este año, les preguntamos:

1) ¿Qué balance hace del año 2020?

2) ¿Cuál ha sido la situación de mercado de las principales especies que comercializan?

3) ¿Cuáles son sus perspectivas para 2021?

INDUSTRIALES

César Palomares, consejero delegado de Alfrisa



Balance 2020

2020 ha sido un año de retos y excepcional, que empezamos inmersos en un proceso de reorganización interna.

La realidad de la pandemia y sus consecuencias nos han hecho replantearnos cómo trabajamos, qué necesitamos y a dónde queremos llegar.

Hemos aprendido a optimizar nuestros recursos hasta el punto de concluir el ejercicio con un resultado muy ajustado

en un entorno de caída de ventas del -40%, sin despedir personal y levantando el ERTE que afectaba a parte de nuestra plantilla en junio. Nuestro balance es muy positivo en términos de empresa.

Situación de mercado

En cuanto a especies, 2020 ha roto el mercado al cerrar los puntos de venta finales, en especial del canal Horeca. Especies como el potón de Perú han visto caídas de precios y aumentos de stock importantes, y otras como el bacalao o la sepia se han mantenido al disminuir el esfuerzo pesquero.

Perspectivas 2021

Las perspectivas para 2021 son buenas. Las vacunaciones supondrán el punto de inflexión de la pandemia. A partir de mayo se prevé que iniciemos el camino hacia la normalidad.

Nos encontramos en un sector que saldrá reforzado de esta crisis. La tasa de ahorro de las familias sube en general, dispuestas a consumir en cuanto sea posible. Las restricciones han suspendido nuestra forma de relacionarnos, pero no la han anulado. Volveremos a llenar los bares, los hoteles y los aviones.

Fernando del Valle, director de exportación de Atunlo



Balance 2020

2020 fue un año complicado para el mercado del atún. A nivel pesquero, las flotas europeas sufrieron grandes problemas para el correcto relevo de las tripulaciones de forma que se garantizase su seguridad en el entorno actual de la covid-19.

En resumen, ha sido un año complicado, pero que hemos conseguido superar, garantizando la seguridad de nuestros trabajadores y sin incidentes graves motivados por la covid-19.

Situación de mercado

Los precios en el mercado se mantuvieron bajos, dada la abundante oferta de materia prima proveniente de Asia, donde existe una flota que no opera con los mismos estándares de sostenibilidad social y que ha seguido suministrando al mercado en un momento de contracción de consumo en el sector Horeca.

A nivel industrial, las medidas de prevención que implantamos se han traducido también en un incremento de costes significativo, que no hemos transmitido al mercado por los mismos motivos.

Perspectivas 2021

A nivel pesquero, la subida de precios del atún en diciembre (que parece que continuará en el primer trimestre) nos ha dado una alegría, y nos permite afrontar el comienzo del año con ilusión.

A nivel industrial, la diversificación de nuestro mercado final y las nuevas líneas de productos que ya hemos introducido en retail nos garantizan una carga de trabajo suficiente para el primer semestre del año, con un nivel de precios adecuado.

David Valls, consejero delegado de Cocedero de Mariscos



Balance 2020

2020 ha sido un año excepcional, sobre todo, por el miedo por no saber qué iba a pasar y durante cuánto tiempo. A medida que la sociedad fue conviviendo con la pandemia, el consumo fue subiendo poco a poco, aunque de diferente manera. Al estar cerrada la restauración, fueron los supermercados y tiendas de alimentación los que trabajaron por encima de lo normal.

El verano fue bastante positivo y luego nos mantuvimos en una cierta normalidad. Nuestra apuesta por el retail hizo que nuestra facturación mantuviera niveles del año pasado. La campaña de Navidad fue muy satisfactoria y cumplimos los objetivos fijados.

Situación de mercado

Con los primeros casos de covid-19 en China, el langostino de cultivo cayó en consumo, y en consecuencia, en precio, pero no afectó a Europa hasta pasados tres meses. Los exportadores, con un buen margen, vieron reducidas sus ganancias, mientras que los importadores disfrutaron de precios bajos, recuperando los márgenes que las cadenas de distribución permitieron.

La situación actual de los productos congelados importados es difícil en China: los procedimientos de inspección y control son muy complicados y la gestión de la cadena de suministro se vuelve cada vez más estricta. Por otro lado, la cantidad de existencias locales de *vannamei* sigue siendo alta, por lo que no hay grandes incentivos para compras adicionales.

En 2020, la demanda de la UE de

vannamei de Ecuador tuvo una gran disminución, y China se convirtió en el mejor mercado para los *vannamei* de Ecuador.

El precio de la materia prima variará en función de la evolución de la pandemia y la prudencia en las compras irá acorde con las previsiones de venta.

Perspectivas 2021

Este año 2021 lo afrontamos con optimismo. Vamos a seguir con nuestra apuesta por la exportación, que ya representa el 70% de nuestra facturación.

Giuseppe Mellino, gerente de Congelados Maravilla



Balance 2020

Este ha sido un año muy peculiar del que no es fácil hacer balance. Al tener nosotros muy diversificado el rango de productos elaborados y los mercados (especialmente en el extranjero, donde somos actores de primer nivel), hemos podido suplir y evitar daños importantes, y solo hemos debido asumir una leve flexión en el facturado, manteniendo el beneficio bruto a un nivel más que aceptable.

Situación de mercado

Muchos precios han bajado de manera rotunda, especialmente durante el primer confinamiento. Algunos se han recuperado en primavera o verano con el repunte de los mercados. Otros, en cambio, no han sufrido movimientos importantes.

Perspectivas 2021

Estoy seguro de que 2021 será uno de los mejores años. Los clientes finales tienen ganas de consumir. En cuanto la pandemia comience a remitir habrá un boom de ventas.

Beatriz Aguado, responsable del Departamento Comercial y Marketing de Gambastar



Balance 2020

Ha sido un año muy complicado, en el que nos hemos tenido que adaptar a múltiples cambios y a una situación de incertidumbre que nos ha obligado a tomar decisiones cruciales en poco tiempo. En todo momento, hemos trabajado para garantizar el suministro requerido por nuestros clientes, manteniendo los niveles de servicio, calidad y seguridad alimentaria, y por supuesto, todas las medidas de seguridad para los empleados de Gambastar. A pesar de la incertidumbre, hemos mantenido los planes de inversión y modernización de nuestras instalaciones productivas, y además, hemos donado material de seguridad contra la pandemia.

Nuestra demanda ha sufrido picos importantes a lo largo del año pasado. En las cadenas de supermercados y grandes superficies en general la demanda ha subido, pero las restricciones en hostelería nos han afectado. Nuestra cartera de clientes es muy diversa y eso nos ha ayudado a poder tener una actividad continua en el último año.

Situación de mercado

El suministro de las materias primas de los países de origen también se ha visto afectado. Desde principios de 2020 hasta el verano hubo bajadas de precio. Se llegó a niveles que no cubrían los costes de producción, principalmente por la bajada de la demanda de *vannamei* por parte de China. Tras el verano hubo una ligera subida, pero de nuevo volvió a producirse un ajuste a la baja.

Esta evolución ha ocasionado que en el mercado haya unas diferencias de precio importantes según el momento del año en el que los importadores realizaron las compras, y el mercado ha estado muy distorsionado por esta causa.

Perspectivas 2021

Todo apunta a que los precios se van a mantener en niveles relativamente bajos con respecto a años anteriores, pero que han tocado fondo. Esta situación se debería mantener durante el primer semestre del año, y probablemente entonces se reduzca la oferta mundial, lo que influirá en que los precios tiendan a subir en el segundo semestre.

Seguiremos apostando por mejorar y modernizar nuestros procesos productivos, impulsar la innovación, la digitalización y la sostenibilidad integral de nuestra propuesta de valor y nuestras operaciones, para seguir contando con el apoyo y confianza de nuestros clientes, proveedores, colaboradores y grupos de interés.

Montse Videla, directora de import-export de Grupo Videla



Balance 2020

En "gran distribución" el balance es positivo y en general, los volúmenes de venta se han mantenido y en algunos meses incluso han aumentado. La "distribución tradicional" se ha mantenido y ha cerrado el año con unas cifras similares a períodos anteriores.

Horeca ha sido el canal que más ha sufrido las consecuencias de la pandemia. Las restricciones totales y/o parciales han incidido directamente en este canal de distribución, dejando un panorama bastante desolador y con pocas señales de que la situación pueda cambiar durante, al menos, el primer semestre del año.

Dependiendo de cómo estén estructuradas las empresas y el peso que en ellas tenga uno y otro sector, así verán repercutidas las cifras y los datos en el cierre del ejercicio 2020.

Situación de mercado

La incidencia depende en gran medida del canal de distribución. Quizás la repercusión más importante se ha dejado notar en el grupo de pescados "selectos", tanto en fresco como en congelados. Especies que en un 90% se consumen en el canal Horeca, y en especial, en restauración selecta.

Perspectivas 2021

No tenemos un punto de partida que nos permita realizar una planificación real para el presente año, ya que las circunstancias actuales a nivel sanitario y la toma de decisiones políticas están incidiendo de forma importante en el funcionamiento del canal Horeca a nivel nacional e internacional. Esperamos que los avances médicos permitan una estabilidad y un progresivo retorno a la situación pre-covid.

Santiago Montejo, director general de Marfrío



Balance 2020

2020 ha sido un año muy complicado, sobre todo de marzo a junio. El confinamiento repentino y el cierre del canal Horeca provocaron una importante caída, aunque la gran distribución ha ido un poco mejor. En verano nos ha beneficiado la apertura fugaz del canal Horeca durante tres meses.

Ha sido difícil tomar decisiones ante esta incertidumbre, pero los cambios que hemos aplicado y nuestra capacidad de adaptación nos han permitido frenar la caída de la demanda. Hemos flexibilizado nuestros

equipos y ofrecido servicios distintos para ir paliando gastos. Y hemos optado por estrategias más a corto plazo para seguir el ritmo de los acontecimientos.

Son momentos complicados para la industria, en los que el canal Horeca se sostiene con préstamos ICO y se ha perdido la presentación comercial de nuevos productos, pero son tiempos que nos prepararán para ser más versátiles.

Situación de mercado

En calamar patagónico, referente en Marfrío, hemos tenido una marea excepcionalmente buena, que ha tenido una demanda muy alta. No se ha ralentizado la comercialización. Es un producto con más demanda internacional y mejor en cuanto a calidad. La campaña arrancó con pocos stocks en mercado y una demanda bastante positiva para la situación actual. Ha sido un producto estable y consolidado.

Otras especies sí han sufrido una fuerte caída en la demanda por el canal Horeca. El potón peruano ha tenido un año muy irregular en capturas, con precios volátiles y un consumo estable. Ha sido un año complejo por la fluctuación de precios, pero aceptable.

La merluza de Namibia en formatos para el canal Horeca no ha tenido la demanda de otros años, pero en los últimos meses al obtener la certificación MSC para el caladero de Namibia hemos conseguido ampliar la demanda a otros potenciales mercados, como Alemania o Francia.

En *illex* se ha notado la caída por la demanda del sector Horeca en formatos grandes. Los formatos para gran distribución, al tener una demanda tan grande, han estado más centrados en abastecimiento que en incorporación de nuevos productos.

Perspectivas 2021

Esta situación ha sido un antes y un después para nosotros. El primer semestre de 2021 presenta un horizonte más complicado, pero esperamos que el segundo traiga el impulso a la restauración y el turismo.

Las proyecciones son cortoplacistas y hay que estar muy pendientes para ir afrontando estos meses. Pero tenemos todos bastante fe en que pronto se volverá a una cierta normalidad en la situación comercial.

Además, nuestras fábricas de

Marín y Portugal brindan una línea de diversificación de especies y abastecimiento de materias primas, pudiendo entrar en el mercado de atún.

Daniel Llop, director general de Pescafácil



Balance 2020

Ha sido un año difícil en lo personal y profesional. Los operadores especializados en marisco hemos sufrido mucho por la caída de la hostelería y las celebraciones entre particulares. La compra en los supermercados no ha sustituido estos consumos y el global del año ha sido menor de lo habitual. Además, la crisis internacional no ha permitido encontrar mercados alternativos para sostener el volumen.

Situación de mercado

El langostino *vannamei*, nuestro producto de mayor volumen, ha tenido también un año delicado en los orígenes, por la acentuada caída de los precios, aunque se recuperaron en verano durante varios meses. Ya terminada la campaña, los precios en origen han estado rozando los costes de producción, o por debajo (en alguna talla y momento, casi históricamente bajos). Esa circunstancia, unida a la mala campaña de gambón argentino, con precios al alza, ha ayudado a poner de nuevo al langostino como producto estrella en relación calidad-precio y en las ofertas, paliando un poco la crisis de consumo.

Otros mariscos salvajes, como la gamba, han evolucionado de un modo distinto, con pocos volúmenes y precios altos aun sin hostelería.

El pulpo ha tenido un año de buenos precios, pero un porcentaje muy alto del consumo se realiza en hostelería y no se ha recuperado tampoco en consumo particular. Las ventas globales han sido menores.

Perspectivas 2021

Nuestro proyecto de crecimiento empezado en 2019 ha tenido que ponerse en pausa en el año pasado, pero se retomará cuando la normalidad regrese. El primer semestre del año se anuncia todavía de muy bajo consumo, pero esperamos que el verano permita retomar el crecimiento. Pescafácil saldrá de esta crisis con todas sus capacidades reforzadas. No podemos esperar que nadie nos ayude, debemos ser nosotros el motor de nuestra recuperación.

Alberto Lorenzo, director de ventas de Pescapuerta



Balance 2020

Los dos primeros meses del año fueron de muy buena actividad. A partir de entonces, todo vino determinado por el cierre del canal Horeca y el importante aumento de demanda del retail, al que ha habido que adaptarse a marchas forzadas.

El balance se puede considerar bueno, ya que la expectativa era peor al inicio de la pandemia, aunque hay variaciones en función del tipo de producto. Los de origen Namibia, como el rape y la merluza, tienen mejor salida en retail, que es el canal al que más hemos enfocado nuestra actividad. En productos de origen Namibia hemos facturado más en 2020 que en 2019.

Situación de mercado

El calamar tiene menor presencia en retail. La primera parte de la crisis nos pilló prácticamente sin stock, por lo que no tuvo repercusión en este producto. A partir de junio, con la apertura del mercado Horeca y la descarga de la primera marea, hubo buena actividad de venta durante todo el verano. La segunda marea de calamar también fue buena. Hacia finales de 2020, la

actividad estuvo más enfocada en clientes industriales. En resumen, se puede decir que fue un buen año para el calamar de Malvinas.

La merluza *hubbsi* en general ha registrado precios bastante a la baja durante todo el año. Su presencia en retail no ha sido importante en nuestro caso.

El langostino salvaje a principios de año ha estado a precios históricamente bajos, con mercados como China cerrados. La segunda mitad del año cambió radicalmente el panorama, con subida de precios y una pesca muy inferior en comparación con el año anterior. Esta subida de precios fue provocada por el retraso de casi dos meses del inicio de la campaña a bordo por conflictos sindicales. Los barcos hicieron bastante menos mareas que otros años, y esto, unido a la sensación de escasez de producto, ayudó a la necesaria recuperación de precios, con venta en retail casi en exclusiva.

Perspectivas 2021

Nuestras perspectivas para 2021 dependen totalmente de la situación de mercado. Continúa la dificultad para hacer previsiones, y la flexibilidad en estos momentos es lo más importante, tanto a nivel de suministro como logístico.

Tiendo a ser optimista, porque trabajamos en un sector privilegiado, ya que la producción alimentaria tiene salida por un canal u otro. Con las restricciones en el canal Horeca, el acceso al retail (ya sea directa o indirectamente) es una necesidad. Esperamos que hacia mitad de año podamos volver a una actividad comercial normal.

Pilar Otero, jefa de Administración de Rosa de los Vientos



Balance 2020

El balance del año pasado ha sido positivo, porque la empresa sigue adelante, con menos trabajo que años anteriores, pero aprovechando este parón para reorganizarnos, implantar mejoras en nuestros procesos de producción y así ser más rentables.

Somos una empresa familiar, en la que la dirección sigue estando gestionada por los socios fundadores, con lo que nuestro margen de reacción es muy alto, y rápidamente nos adaptamos a las circunstancias del mercado.

Situación de mercado

Nuestro mercado en un 80% se corresponde con el canal Horeca, el más perjudicado por la pandemia, con lo que ha sido una situación complicada. Además, se ha intensificado con la falta de pulpo en Galicia, nuestra principal especie a comercializar, con lo que hemos tenido que reorganizarnos hacia otras materias primas, como los pelágicos o el rejo de potón.

Perspectivas 2021

Nuestras perspectivas para este año pasan por seguir implantando mejoras en nuestros procesos productivos y aprovechar la coyuntura del mercado para innovar en nuevos productos, de cara a la próxima edición de Conxemar, que se celebrará en octubre.

COMERCIALES

Andrés Salueiro, director general de Allpelagic



Balance 2020

Sin duda alguna, 2020 ha sido el año más complicado que recuerdo. En cuanto a resultados es un año francamente malo, pero en cuanto a trabajo debo destacar

el gran esfuerzo que ha hecho todo el equipo de Allpelagic.

Situación de mercado

Nuestras principales especies, la caballa y la quella, tuvieron evoluciones muy diferentes el año pasado. La campaña de la caballa transcurrió con normalidad y los precios se mantuvieron estables, ya que la bajada del mercado de export se compensó con el mercado de cebo de la flota palangrera. Sin embargo, en el caso de la quella los precios se desplomaron, llegando a precios mínimos históricos. A las empresas que planificamos compras de pescados de cuero destinados a Horeca nos ha perjudicado enormemente.

Perspectivas 2021

En 2020 trabajamos en el desarrollo de nuevos productos y nos dirigimos a nuevos canales de venta. Estamos convencidos de que todo este trabajo tendrá sus frutos en la segunda mitad de 2021. En todo caso, estamos estudiando un cambio de estrategia comercial importante.

Carlos Masip, director comercial de Congelados Barrufet



Balance 2020

La situación se ha ido complicando a medida que los efectos de la pandemia han ido empeorando, pero hemos podido ir compensando las ventas que hemos perdido en el canal Horeca con el incremento del canal moderno (gran distribución), quedándonos finalmente con unas ventas por debajo del -11% en comparación con el 2019. Así que, dada la situación económica global, hacemos un balance positivo de 2020.

Situación de mercado

En nuestro caso hemos podido mantener volúmenes, ya que en plena pandemia apostamos por acopiar producto, lo que nos ha ayudado a mantener las ventas y poder suministrar los incrementos que el canal moderno (gran distribución) ha demandado.

No obstante, no ha sido fácil conseguir el producto en origen: la pandemia lo ha puesto difícil en todo el mundo y nos hemos encontrado con muchos problemas en la pesca, la producción y la logística internacional.

Perspectivas 2021

Este año mantenemos nuestra apuesta por la compra de materia prima, ya que hemos de ser optimistas y confiar que en el segundo semestre podamos llegar a una mínima normalidad y que el canal Horeca pueda volver a recuperar su capacidad de comercialización de producto.

Julia Gonzalo, gerente de Congelados Cientocinco



Balance 2020

La alerta sanitaria provocada por el coronavirus está generando importantes incógnitas para las empresas del sector. Por un lado, las limitaciones al turismo frenan el consumo, repercutiendo de forma muy negativa en nuestra facturación. Por otro lado, las restricciones en la movilidad y las interrupciones en el trabajo han llevado a marcados descensos en el consumo de hostelería. La exportación tampoco tiene un desarrollo como cualquier otro año.

Con respecto al comportamiento de nuestro mercado mayorista, Mercamadrid también ha registrado un comportamiento con tendencia a la baja. La demanda de productos no es la misma debido al desplome del canal Horeca.

Situación de mercado

En el momento del inicio de la pandemia todas las empresas estábamos abastecidas de productos internacionales, lo que nos permitió satisfacer la demanda. A medida que hemos avanzado, hemos sufrido retrasos en el abastecimiento y consecuentemente, un descenso en facturación y una disminución de negocio. Mientras, los gastos estructurales continúan siendo los mismos.

Perspectivas 2021

Esperamos que esta crisis pase muy pronto y que nuestras empresas continúen con su funcionamiento habitual.

Jordi Martí, CEO de Globalimar

**Balance 2020**

Históricamente, nos hemos movido en dos canales de venta: el tradicional (mayoristas, restauradores...) y el retail (que siempre ha sido muy importante), pero este año ha habido una descompensación. Con el confinamiento, el consumo de la hostelería se derivó al hogar.

Los productos vendidos por canal tradicional son muy diferentes de los de retail, y los cambios bruscos generaron grandes desequilibrios de stock. El mix de producto y precios es totalmente distinto. Al final, en volumen de ventas hemos vendido un +4% en kilos, pero en facturación hemos caído un -7% por el cambio de mix de producto vendido, la caída de precios en algunos productos y por la evolución del dólar.

Situación de mercado

Trabajamos unas 60 especies. Con la cigala, nuestro primer producto en valor de venta, nos ha pasado

algo curioso. La mayoría de barcos de pesca de Europa no ha salido a pescar durante el confinamiento. Históricamente, los tamaños medianos y pequeños hubieran salido a bajo precio y los grandes, a alto. En 2020 se ha invertido. Los tamaños medianos y pequeños, con los que nunca ha habido problema, han subido bastante, y se han vendido en gran cantidad, algo que no había pasado en los últimos diez años. Al incrementarse el consumo en casa, el producto se ha ido vendiendo mucho más, y ha subido la demanda de tamaño mediano. En retail se ha vendido de media un 50% más con respecto al año pasado.

Con el calamar de India ha habido mucha escasez. El país ha sido muy golpeado por el virus.

Perspectivas 2021

Esperamos un primer semestre complicado, pero un segundo semestre parecido a la normalidad, en el que la economía vaya avanzando e incluso experimente una "explosión" temporal de demanda. Este año, el reto del sector será el precio medio de venta. Los precios han bajado un poco, por lo que, aun vendiendo lo mismo, facturaremos menos.

No sabemos cómo se van a ir regulando las capturas, la evolución del coste de los fletes y los ritmos de recuperación de los países, pero va a ser un año con mejores expectativas.

Yo soy optimista. En 2020 nos hemos movido mucho, y hemos hecho cambios en la estructura comercial para tocar zonas que no trabajábamos hasta ahora, como el bacalao en el Mar del Norte. La idea es crecer entre un +10% y un +15% este año.

Además, seguiremos apostando por las bandejas de cartón presentadas en 2020, que denominamos ECO-SKIN, para dar la opción a las cadenas de reducir un -80% el plástico. También hemos empezado en EE.UU. un proyecto de co-branding para una gama de platos para microondas con base de pescado, ya que allí están apostando por productos saludables y es un mercado maduro en este tipo de productos.

Rafael Campuzano, director de Inlet

**Balance 2020**

Ha sido un año complicado por la situación sanitaria, pero no nos hemos visto tan afectados como otras empresas del sector. El confinamiento dejó al canal Horeca en una situación muy difícil y afectó a la facturación que veníamos realizando meses atrás. Por el contrario, nuestra ventana del canal retail se incrementó debido al confinamiento.

Situación de mercado

Prácticamente la totalidad de los orígenes se ha visto afectado por la covid-19. El suministro del sudeste asiático se vio afectado en los meses más duros de la pandemia, y especies como la gamba o el rape en China, o los cefalópodos en India, sufrieron un parón en el suministro debido a los confinamientos, al cierre de fábricas o plantas transformadoras, a los barcos que no salieron a faenar y a la implantación de nuevas medidas sanitarias.

Namibia, Canadá o Sudáfrica se vieron afectados por la covid-19 más tarde, y esto ha hecho que se viesan alterados sus niveles de producción.

Perspectivas 2021

Nos cuesta ser optimistas, ya que la hostelería está viviendo todavía una situación delicada. Muchos negocios han tenido que cerrar y no es un sector que vaya a tener un repunte inmediato. El transporte marítimo está viviendo una situación complicada también, ya que los retrasos producidos por la situación sanitaria han generado un estado de saturación que les dificulta cumplir con los plazos de entrega marcados, además del considerable incremento del coste de los fletes.

Jacobo Fontán, socio director de Lanzal



Balance 2020

A nivel humano, ha sido muy duro. Creo que como industria no somos de los peor parados, pero sí que ha sido un año muy complicado. Sobre todo, a nivel operativo y comercial, si tenemos en cuenta el peso del food service en nuestro negocio, que es muy alto. Hemos apoyado a nuestros clientes y colaboradores ligados a la hostelería lo que hemos podido.

Situación de mercado

En la mayoría de los productos que trabaja Lanzal, las capturas se han reducido, y eso ha provocado que los precios se mantengan e incluso hayan subido, cuando se podría esperar otra cosa.

Perspectivas 2021

De momento, ver si vamos a poder olvidarnos de esta pesadilla, y luego, ver día a día. Si algo hemos aprendido, es que en estas situaciones hay que prepararse mucho y tratar de adivinar poco.

No tratemos de enterrar tanto al 2020. Si nos concienciamos, puede haber traído mucho aprendizaje y, a pesar de todo, muchos buenos momentos.

Concepción Blanco, directora de import-export de Pescados Rubén



Balance 2020

El impacto de la covid-19 ha sido determinante en la cuenta de resultados. La crisis sanitaria ha desembocado en una reducción de la facturación en casi el 50% de las empresas españolas. El cierre de la hostelería ha calado hondo en los distribuidores y, en general, en todas las empresas que prestan servicios a Horeca. En consecuencia, el paro ha afectado al comercio, la hostelería y el ocio.

Hemos continuado con nuestro negocio sin alteraciones importantes en el balance anual. Hemos vivido situaciones complicadas a lo largo del año, debido a la incertidumbre de los mercados y de los posibles cierres de fronteras que se predecían al principio de la pandemia, pero al final han sido solo falsas informaciones y rumores.

Situación de mercado

En el primer semestre de 2020 la demanda de los pescados pelágicos se mantuvo, lo cual era nuestro mayor temor, ya que no teníamos información actualizada del desarrollo que estaba teniendo la covid-19 en algunos países africanos.

En Europa continuamos con las mismas previsiones e incluso hemos incrementado la venta de nuevas especies. La noticia divulgada en redes sociales por diferentes organismos de que el pescado era un recurso para luchar contra el coronavirus nos ayudó mucho. Cabe destacar que los precios de ciertos pescados destinados a restauración han sufrido unas bajadas drásticas de precios, y parte de la flota pesquera está aguantando estoicamente esta situación.

Perspectivas 2021

A pesar de la incertidumbre de lo que nos depara el futuro, nosotros vemos 2021 como el año de la recuperación. El primer semestre es muy importante, ya que tenemos en marzo la campaña de caballa, uno de nuestros productos estrella. Las perspectivas son buenas a pesar del acuerdo del Brexit y el mercado ha funcionado de forma progresiva en el último semestre de 2020. Esperamos que continúe esa tendencia durante todo el año.

Emilio Cividanes, presidente de Pesciro



Balance 2020

2020 ha sido un año de lo más inusual y extraño que hemos vivido, y esperamos que irrepitable. Nos ha dado a todos un toque de humildad que nos ha hecho reflexionar mucho sobre todas las cosas innecesarias o prescindibles que hacemos en el día a día. Nos ha enseñado a reinventarnos, a convivir de una manera hasta ahora desconocida y a valorar muchos aspectos a los que antes no le dábamos importancia, tanto a título personal como empresarial. Nos ha obligado a tomar decisiones y a dar golpes de timón para reconducir nuestras empresas con una visión más a corto plazo que antes, pero con la cabeza mucho más fría. En términos generales, nos ha hecho más fuertes y más precavidos.

Situación de mercado

El mercado en general se revolucionó con unos precios locos, sin una racionalidad y con una convulsión incontrolada a todos los niveles. El cierre de China justo antes de la celebración del Año Nuevo Lunar provocó un descalabro mundial y un desajuste de la demanda tan fuerte que provocó el colapso total, con miles de contenedores de todos los productos abandonados en los puertos. Esto provocó una caída de precios de prácticamente todas las materias primas, que a lo largo del año se fue equilibrando a medida que volvió a haber demanda. Todavía estamos en esta fase de llegar a ese equilibrio.

Perspectivas 2021

Estamos convencidos que 2021 será un buen año, a pesar de que no vaya a ser inmediato. Será un año en el que habrá oportunidades y hay que estar atentos para aprovecharlas. Somos muy positivos y estamos seguros de que volveremos a la normalidad. ■

LANZAL

Amor a mar.



Galfrío



Optimismo moderado ante 2021 a partir del segundo semestre

Profesionales de empresas internacionales ofrecen su valoración del mercado en 2020 y las perspectivas para el nuevo año

En el último año, la pandemia sacudió el negocio de todas las empresas internacionales. En un tiempo ajustado, tuvieron que aprender a convivir con las nuevas medidas de seguridad, la volatilidad de los mercados y repensar sus estrategias. Y han salido fortalecidas. Aunque el reto continúa, confían en que este año los resultados serán mejores. Entrevistamos a varias de ellas para conocer cómo lo están viviendo en cada país:

1) ¿Qué balance hace del año 2020?

2) ¿Cuál ha sido la situación de mercado de las principales especies que comercializan?

3) ¿Cuáles son sus perspectivas para 2021?



ARGENTINA

Antonio Solimeno, presidente del Grupo Solimeno



Balance 2020

La actividad, a pesar de la pandemia, con toda su problemática en lo operativo, tanto en flotas como en las

plantas industriales en tierra, se ha desarrollado con todos los protocolos de seguridad con respecto a la covid-19. En los mercados, la situación ha sido compleja para las distintas especies debido al coronavirus. En algunos casos, hubo caídas de precios importantes, sobre todo en los filetes de merluza *hubbsi*. La pota y el langostino se mantuvieron estables.

Es importante destacar el menor interés de compras por parte del mercado chino. Por eso el 2020 fue un año bastante complejo, pero siempre surgen alternativas y se van acomodando las distintas variables y los nuevos mercados.

Situación de mercado

En nuestro país, la actividad pesquera fue declarada esencial. Nuestra flota está posicionada en varios recursos pesqueros. En cuanto a la merluza *hubbsi*, la cuota se pescó prácticamente en su totalidad. Esto se logró a pesar de las restricciones de personal en las factorías de tierra. Hemos cumplido con nuestras obligaciones comerciales de exportación y para el mercado interno.

En lo referente al *illex*, se trabajó con normalidad dentro de la situación ocasionada por la pandemia. Fue un buen año en cuanto a capturas, exportación y valor de producto.

Y en cuando al gambón, se operó como habitual salvo por un conflicto sindical en el que se perdieron cuatro semanas de trabajo. Las capturas se repitieron como en años anteriores, pero con una bajada estimada para la flota tangonera del -35%.

Perspectivas 2021

Por cómo está planteada la situación

de la pandemia y las restricciones sanitarias que se van implementando semana a semana, puede que esto afecte sensiblemente a los mercados en general. Habrá que estar muy atentos a cómo evoluciona la situación sanitaria y al comportamiento de los consumidores.

También hay que tener en cuenta los efectos que esto pueda tener en la producción, tanto en flotas como en fábricas en tierra. Es importante destacar los altos costes para mantener los protocolos, en los cuales se incluyen el aislamiento y los hisopados de las tripulaciones y personal de las plantas de producción.

Considero con optimismo que este 2021 se vaya atenuando la pandemia, que se podrá operar en los distintos extractos de la producción tanto en lo interno de nuestro país como los receptores de nuestros productos de exportación.

Norberto Cabanela, apoderado de Alunamar S.A.



Balance 2020

A raíz de la covid-19, el gobierno argentino comenzó a tomar medidas de aislamiento muy estrictas a partir de abril, cuando ya había finalizado la campaña de *illex* al sur del paralelo 44.

Estas medidas afectaron la operatoria por la puesta en marcha de protocolos preventivos.

En abril se comenzó a pescar al norte del paralelo 44 y hubo una abundancia de la subpoblación bonaerense-norpatagónica (SBNP), que sorprendió a los armadores. Para tener una idea, vale comparar lo desembarcado entre abril y julio del 2019 (5.869 toneladas) con lo desembarcado en el mismo periodo del 2020 (103.070 toneladas), lo que representó el 61% de lo desembarcado en el 2020.

Situación de mercado

Teniendo en cuenta que en los países destino de nuestras exportaciones la covid-19 llegó antes que a Argentina, el mercado comercial se fue complicando a medida que avanzaba en el mundo la pandemia. No obstante, si comparamos la participación de los tres países con mayor concentración de compras de *illex*, en 2019 y 2020, podemos observar que China bajó su participación del 59% al 51,5%, España mantuvo su participación (pasó del 8,96% al 8,18%) y donde aumentó fue con Corea (del 6,57% al 13,1%).

Perspectivas 2021

El 2021 va a ser un año difícil para los armadores poteros argentinos. La pandemia parece no ceder y la vacuna recién se espera que empiece a dar resultados para finales de año, lo cual afectará a la campaña por las medidas preventivas que se deben tomar.

En lo económico, la inflación argentina proyectada por los economistas para el 2021 rondará el 45% (dependiendo de la emisión monetaria). La Administración necesitará cubrir el déficit fiscal, por lo que la presión impositiva seguirá siendo altísima y la necesidad de divisas que tiene el Gobierno hace que cada vez haya medidas más restrictivas por parte del Banco Central (obligación de liquidar divisas dentro de los cinco días de ingresado, no acceso a la compra de dólar billete, etc.).



Darío Alvites, presidente de Perupez



Balance 2020

Las ventas anuales cayeron mucho: solo llegamos al 65% de las ventas del 2019. El impacto fue mayor en el segundo trimestre, de marzo a junio. De julio en adelante, se fue recuperando poco a poco tanto la producción como las ventas, pero sin llegar a las cantidades de 2019. Nos hemos tenido que adecuar al distanciamiento en las salas y a protocolos muy exigentes para evitar contagios entre el personal en las embarcaciones donde pescamos anguila y en la fábrica. Pero, en medio de todo, estamos agradecidos porque creemos que hemos salido adelante después del primer golpe muy fuerte de la pandemia.

Situación de mercado

Los mercados en su totalidad han sido golpeados unos más, otros menos. Respecto a Europa, la demanda de potón y vieira peruana no mantuvo su ritmo, especialmente por el lado de los clientes que vendían a hoteles y restaurantes. La venta en los supermercados no decayó, pero no compensó la caída en los otros canales de venta, ya que no se dio un traslado equivalente entre comer en casa los productos del mar y lo que se comía fuera de casa.

En Rusia y EE.UU. la demanda decayó en el segundo trimestre, se reactivó en el tercero y el cuarto, pero a menores precios. Los precios en general estuvieron en términos regulares en el primer semestre, pero para el segundo

semestre cayeron sustancialmente.

En Asia compraron mucho menos potón y anguila que el año anterior y con una caída de precios marcada.

Perspectivas 2021

Creemos que será un año aún impactado por la pandemia, tanto por el lado de las capturas y proceso en planta, como en los mercados. Es muy difícil proyectar exactamente cómo se va comportar y en qué meses, pero espero que con el conocimiento de manejo que hemos logrado globalmente, podamos evitar que el impacto sea tan duro como el año 2020. Espero que después de que la vacuna esté administrada a la mayoría de personas, podamos estar más tranquilos el segundo semestre.

Creo que en el sector pesquero estamos acostumbrados a cambios muy fuertes por el lado de la naturaleza y espero que esa característica del sector nos permita ser más adaptables a los cambios a los que nos enfrentamos por la pandemia. Cabe desear un año donde contemos con la bendición de Dios y todos hagamos nuestra parte desde casa y en nuestras empresas, para tener un año 2021 lleno de colaboración unos con otros.



Claudia Salazar, directora de ventas de PVA Chile



Balance 2020

El balance del año 2020 ha sido positivo ya que logramos producir volumen y vender a buenos precios. La covid-19 obviamente nos perjudicó, pero tratamos de ser hábiles en cuanto

a la movilidad de mercado.

Hay que destacar que Perú estuvo caído en cuanto a materia prima cuando en Chile había bastante y eso a nosotros nos ayudó un montón a elevar los precios. Cuando en Chile bajó la captura, en Perú subió, por lo que no nos vimos afectados con eso.

Situación de mercado

Buena para el potón, ya que es un producto del cual vendemos volumen, pero no así para los productos de alto valor como el bacalao o el pulpo, que han estado locos. Al ser productos caros, por la pandemia, se han dejado de consumir por el cierre de los restaurantes y eso nos perjudicó.

Perspectivas 2021

Las expectativas para este año 2021 es que podamos procesar el doble de materia prima y poder vender productos de alto valor añadido como los años anteriores a la pandemia.



EE.UU.

Rasmus Soerensen, Executive VP Global Sales & Marketing de American Seafoods



Balance 2020

Todos somos conscientes de lo devastador que ha sido el virus covid-19 en todo el mundo en 2020. Con los restaurantes cerrados, se han creado más oportunidades para los consumidores, a menudo preocupados por los precios en el comercio minorista, donde los productos a base de Alaska pollock salvaje y merluza del Pacífico se han beneficiado de ser

una proteína saludable, sostenible y asequible. La pandemia ha cambiado bastante la cadena de distribución a favor del consumo en el hogar, lo que ha aumentado muchísimo la entrega a domicilio y la venta minorista. Al mismo tiempo, el canal Horeca ha experimentado un fuerte descenso, aunque se pudo recuperar notablemente rápido, cuando volvió la posibilidad de comer fuera de casa.

Situación de mercado

American Seafoods produce productos congelados a bordo de Alaska pollock y merluza del Pacífico, principalmente en forma de filetes y pasta de surimi. Nuestras gamas de productos se encuentran en el segmento de valor y han demostrado ser muy fuertes durante 2020. A pesar del cambio en los canales de distribución mencionado anteriormente, el consumo global total de nuestras principales especies ha aumentado significativamente durante la pandemia y esperamos que continúen haciéndolo en el futuro. Poder ofrecer productos del mar de alta calidad, saludables y fácilmente disponibles durante estos tiempos difíciles ha demostrado ser de gran valor para parte del comercio y los consumidores.

Ha demostrado ser una industria muy resistente y de rápida adaptación. Así que, en general, somos muy positivos sobre el futuro de nuestra demanda de abadejo salvaje de Alaska y merluza.

Perspectivas 2021

Somos bastante optimistas para 2021. Comenzamos el año con inventarios bajos en toda la industria y cuotas algo estables y con una vacuna ampliamente disponible en el horizonte inmediato. Creemos que la demanda se mantendrá fuerte durante este año. La gran tarea que tenemos por delante será ayudar a los clientes de Horeca a recuperarse cuando la vida comience a normalizarse para todos nosotros, con suerte ya en el segundo trimestre del año.

Estamos muy contentos de ver que nuestros socios y clientes en todos nuestros mercados han podido

adaptarse rápidamente a la nueva situación con nuevos formatos de productos y canales de distribución que se desarrollan muy rápidamente; todo ello sin perder el enfoque en los mercados y canales de distribución existentes.

Marylou Gonzales, export sales manager de Del Mar Seafoods



Balance 2020

De abril a agosto de 2020 tuvimos una campaña buena y estable de calamar. La covid-19 causó un gran aumento de la demanda y ventas para Europa y China. No tenemos stock desde septiembre. Nuestra empresa ha trabajado de manera constante, con muchas restricciones y reglamentos para combatir la pandemia, pero todos bien y sanos. Estamos esperando la nueva campaña del invierno 2021 que aún no ha empezado. Se espera que sea buena, con un calamar de California de buen tamaño y calidad.

Situación de mercado

Los mercados de la Unión Europea (destacando Francia), Reino Unido, China y Canadá han sido los más activos para el calamar de California.

Perspectivas 2021

Muy buenas y positivas. Esperamos "La Niña" muy pronto, lo que nos trae mucha agua y buenas condiciones para la pesca local. Muchas zonas de pesca ya están dando buenas señales desde principios de año.

**CHINA**

Hilda Nie, directora de ventas de Yantai Putai Aquatic Co. Ltd.

**Balance 2020**

El primer semestre del año fue muy duro para muchas empresas en China. Después del año nuevo chino no pudimos arrancar la producción debido al confinamiento en el país y muchos pedidos estaban en espera. Esta

situación nos preocupaba mucho, dado que muchos productos no pudieron entregarse a tiempo.

Cuando acabó el confinamiento, hicimos un esfuerzo extra para poder incorporar a los trabajadores a las plantas de producción. Muchos estaban preocupados por contagiarse si iban a trabajar. Ante esta situación, alquilamos un autobús para recogerlos uno a uno. Al llegar a las plantas de producción, se les realizaba un test para comprobar que no tenían el virus y se les aislaba durante al menos 14 días. Todos los gastos corrían a cargo de la empresa. Pero esta no fue la parte más difícil. Cuando logramos organizarnos, el mundo entero comenzó a bloquearse. Muchos pedidos se suspendieron o cancelaron, por lo que nos vimos obligados a trabajar para el mercado interno y no fue fácil. En verano las cosas comenzaron a cambiar. Muchos países relajaron su bloqueo por la mejora de la situación y la preocupación económica. Se

reanudaron muchos pedidos y China aprovechó su buen trabajo en el control del virus, ya que la situación empeoraba en otros países como India. Desde verano y hasta el momento, las plantas de producción tienen muchos pedidos y están muy ocupadas.

Situación de mercado

Durante el primer semestre, la situación de mercado fue muy difícil, pero desde verano es buena.

Perspectivas 2021

Si no hay cambios en las políticas de otros países, somos optimistas sobre el mercado de este año. Ahora la única preocupación es la materia prima. Importamos mucho de calamar de Argentina, Perú y Chile, pero el control del virus dificultó esta tarea y aumentó mucho los costes. Se tarda unos 17 días de media en despejar la mercancía, lo que dificulta el negocio.

Ahora muchos países han empezado a



TRABAJAMOS POR SU NEGOCIO DE PESCADO

Máxima calidad en todo el proceso.
Orientación al mercado.
Servicio personalizado.
Amplia gama.

cabomar
Marin, Pontevedra

vacunar a sus residentes. Llevará algún tiempo, pero vemos la luz al final del túnel.



TAILANDIA

Jim Gulkin, director de Siam Canadian



Balance 2020

Los pedidos del canal minorista fueron muy fuertes en 2020 y, por el contrario, la demanda por parte del canal Horeca fue muy débil. A Siam Canadian, en general, le fue muy bien, ya que gran parte de nuestro negocio se concentra en productos para el retail.

Situación de mercado

La producción global de langostino *vannamei* disminuyó en comparación con 2019. En cuanto a precios, fueron en gran medida más bajos que el año pasado.

Perspectivas 2021

Esperamos que la primera mitad de 2021 sea posiblemente un poco lenta. A medida que la vacuna contra la covid-19 se distribuya ampliamente, el sector Horeca definitivamente se fortalecerá. Aunque a Siam Canadian le fue muy bien en 2020, especialmente considerando las circunstancias ocasionadas por la pandemia, esperamos un aumento de las ventas en 2021.

Robins McIntosh, Executive Vice President Charoen Pokphand Foods Public Company C.P. (CPF)



Balance 2020

La verdad es que el 2020 en Tailandia ha sido un año bastante estable, considerando cómo la covid ha desestabilizado a otros países.

Situación de mercado

La especie que más trabajamos es el langostino *vannamei*. Con la covid-19, los mercados se movieron más hacia el retail que al food service. Tailandia estaba bien posicionada para aprovechar los formatos de producto que demanda el mercado del retail. En ese sentido, la covid-19 ha facilitado a nuestra industria hacer que el comercio minorista sea muy importante. El fortalecimiento del baht (moneda local tailandesa) ha dañado el valor de nuestras exportaciones.

Perspectivas 2021

Creemos que 2021 será un año muy sólido, ya que hace años que CPF empezó a focalizarse en productos de valor añadido destinados al retail y esto es lo que cada vez más demandan los mercados.



INDIA

Sheraz Anwar, director de Abad Fisheries

Balance 2020

Hemos tenido un año bastante difícil para la captura salvaje, con la pesca cerrada de marzo a julio, y con muchas restricciones. Tuvimos una caída del



-40% interanual. Lo positivo ha sido el crecimiento de nuestras exportaciones de acuicultura en más de un 25%. Nuestros ingresos se dividen en un 40% de producto salvaje y un 60% de producto acuícola y ha habido un crecimiento constante a favor de la acuicultura en los últimos cinco años.

Situación de mercado

El *vannamei* fue el producto que más exportamos, con aproximadamente 6.000 toneladas. También cabe destacar nuestros mercados de calamar (1.750 toneladas exportadas) y sepia (550 toneladas exportadas).

Perspectivas 2021

Esperamos comenzar la construcción de una nueva planta de procesamiento en la costa este, ya que hasta el momento principalmente hemos estado procesando camarones HOSO. Con la apertura de la nueva planta en verano de 2022 esperamos entrar en el mercado de EE.UU. con langostino en formato PD y PDTTO.

Aunque el 90% de nuestro negocio es de exportación, la división nacional en el sur de la India, con una población de más de 200 millones de personas, ha estado creciendo de manera constante y somos bastante optimistas por un repunte de la economía india. El país está eliminando los subsidios a la exportación, es decir, el 5% de los ingresos, y esto llevará a que la industria sea más robusta y se enfoque más en productos de valor añadido. El Gobierno también se enfoca en hacer del país un centro de reprocesamiento y con nuestra nueva fábrica esperamos hacer un buen arranque junto con los importadores para procesar su materia prima. ■



www.gambafresh.es



Gambafresh

Un gusto sano



FUTURO SOSTENIBLE NUESTRO COMPROMISO



Importaciones de España de las principales especies en 2020

Analizamos la demanda de España de las especies más relevantes de pescado blanco, cefalópodos y crustáceos durante el pasado año

PESCADO BLANCO

Bacalao del Atlántico

(*Gadus morhua*)

Las importaciones de España de bacalao Atlántico de H&G descendieron un -16,3% en 2020 (Tabla 1) en comparación al mismo periodo del año anterior, según los últimos datos de Eurostat (oficina europea de estadísticas). Las compras de filetes cayeron un -36,6%.

Las capturas de esta especie en Rusia cayeron un -4% hasta las 303.000 tm con respecto al 2019 y el suministro a España bajó tanto en H&G (-12%) como en filetes de primera congelación (-17,5%). La tendencia a la baja del precio medio se manifiesta en ambas presentaciones (H&G y filetes), especialmente en el H&G (-8% de media con respecto al mismo periodo del año anterior) y más ligeramente en los filetes (-1,1%).

Las descargas en Noruega aumentaron un +2% hasta las 323.019 tm en 2020. Las compras de H&G de este país también sufrieron un descenso durante 2019 (-10,7%) con una ligera bajada en los precios (-1,4%). Esto se debió principalmente a la caída en la demanda de la hostelería por la situación generada por la covid-19.

La pandemia también provocó una bajada en la demanda de filetes en España, concretamente un -36,6%, aunque el precio medio se mantuvo bastante estable en relación con el 2019.

Bacalao del Pacífico

(*Gadus macrocephalus*)

Los datos de Eurostat muestran un importante incremento de la demanda española de H&G (+91%) y de filetes (+60%) con relación al año pasado. La

TABLA 1: IMPORTACIONES ESPAÑA DE BACALAO CONGELADO POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
TOTAL BACALAO	30.458	22.065	148.485	103.239	4,88	4,68
H&G	8.561	7.493	33.974	28.222	3,97	3,77
1. G. Morhua	8.253	6.905	32.829	26.104	3,98	3,78
Rusia	5.537	4.864	22.142	17.899	4,00	3,68
Noruega	1.859	1.660	7.679	6.766	4,13	4,08
Otros	858	381	3.008	1.440	3,51	3,78
2. G. Macrocephalus	308	588	1.144	2.118	3,72	3,60
FILETES	21.897	14.572	114.512	75.016	5,23	5,15
1. G. Morhua	21.185	13.431	111.867	71.202	5,28	5,30
China	9.231	6.320	41.114	28.346	4,45	4,49
Rusia	3.873	3.194	25.481	20.780	6,58	6,51
Islandia	7.077	2.694	39.232	15.150	5,54	5,62
Otros	1.004	1.223	6.040	6.926	6,02	5,66
2. G. Macrocephalus	713	1.141	2.644	3.814	3,71	3,34
China	668	1.056	2.485	3.633	3,72	3,44
Otros	45	85	160	181	3,54	2,14

Fuente: Aduanas-Datacomex

mejora en los precios medios de esta especie (-3,1% el H&G y -9,9% el filete) ha podido ser un catalizador importante en el incremento de estas compras.

Merluza del Cabo

(*Merluccius capensis*)

Las importaciones españolas de esta merluza crecieron un 31,7% en el caso del H&G (Tabla 2 en página siguiente) mientras que los filetes experimentaron un descenso del -3,4%.

Por país de origen, Sudáfrica experimentó un importante crecimiento de la demanda española, especialmente en el H&G (+58,3%), mientras que los filetes aumentaron un +15,3%. La buena disponibilidad de materia prima y los cierres de la hostelería por la pandemia impulsaron un mayor consumo en el canal retail.

En el caso de Namibia, sus envíos de H&G y filetes a España cayeron en 2020 un -10% y un -7,8%, respectivamente.

Los precios medios de H&G de ambos países aumentaron ligeramente mientras que el de los filetes de Sudáfrica descendió un -5,4%, manteniéndose sin cambios los de Namibia.

Merluza argentina

(*Merluccius hubbsi*)

Se produjo una caída en la demanda española de H&G (-47%) y un aumento del +8,6% en la demanda de filetes (Tabla 2).

Los desembarques en Argentina descendieron en 2020 por un parón en la actividad pesquera. Los precios medios en origen bajaron con respecto a 2019 un -9,5% (H&G) y un -8,3% (filetes).

Merluza de Chile (*Merluccius australis*)

La demanda española de H&G creció un +30%, cuyos precios medios aumentaron un +9,2% en el periodo analizado respecto al año anterior.

Alaska pollock

Las toneladas importadas por España de Alaska pollock aumentaron un +14,5% en volumen respecto al año 2019. El precio medio de los filetes subió un +4,3% (Tabla 3).

CEFALÓPODOS

Calamar de Malvinas (*Loligo patagonica*)

Las descargas en 2020 alcanzaron las 69.328 tm, un -14% que en 2019.

Las importaciones cayeron un -30% en el periodo analizado (Tabla 4). A consecuencia de la pandemia, el consumo se redujo debido al cierre del Horeca, y, aunque en los meses de verano la demanda se fue recuperando, las compras no alcanzaron los volúmenes de años anteriores.

La falta de stocks en España y las menores capturas propiciaron un aumento del 30% de los precios medios en el acumulado del 2020 frente al mismo periodo del año anterior.

Calamar de Marruecos y Mauritania (*Loligo vulgaris*)

Se produjo una caída de la demanda un -11,3% por el cierre del Horeca. Los envíos de Mauritania descendieron (-50%), aunque aumentaron los de Marruecos (+34,8%). Los precios medios cayeron un -23% debido a las bajas capturas y la existencia de stocks durante todo el 2020 en ambos orígenes.

Pota argentina (*Illex argentinus*)

La campaña 2020 se cerró con buenas capturas (167.000 tm), un +79% que en 2019. Los pedidos por parte de España fueron moderados en el primer semestre del año, pero a partir del verano se incrementaron, dando una subida interanual de un +28,7% (Tabla 5).

Los altos precios del inicio de la temporada y la falta de stocks en Argentina y en España incrementaron

TABLA 2: IMPORTACIONES ESPAÑA DE MERLUZA CONGELADA POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
TOTAL MERLUZA	86.516	84.523	294.164	294.575	3,40	3,49
H&G	25.420	25.350	62.755	74.952	2,47	2,96
1. Capensis- Paradoxus	10.024	13.200	26.235	36.820	2,62	2,79
Sudáfrica	6.103	9.662	17.594	28.795	2,88	2,98
Namibia	3.921	3.531	8.641	8.009	2,20	2,27
2. Hubbsi	9.119	4.846	14.268	8.027	1,56	1,66
Islas Malvinas	4.962	2.335	7.486	3.758	1,51	1,61
Argentina	2.223	2.022	4.328	3.562	1,95	1,76
Otros	1.934	488	2.453	707	1,27	1,45
3. Australis	4.690	6.113	20.298	28.883	4,33	4,73
Chile	3.765	5.471	17.142	26.199	4,55	4,79
Otros	926	642	3.157	2.684	3,41	4,18
4. Otras especies	1.587	1.192	1.954	1.221	1,23	1,02
FILETES	61.096	59.173	231.409	219.624	3,79	3,71
1. Capensis- Paradoxus	42.694	41.226	173.635	165.538	4,07	4,02
Namibia	34.861	32.149	142.723	131.658	4,09	4,10
Sudáfrica	7.833	9.077	30.911	33.880	3,95	3,73
2. Hubbsi	10.398	11.294	30.267	30.154	2,91	2,67
Argentina	10.398	11.294	30.267	30.154	2,91	2,67
3. M. Productus (EEUU)	4.096	3.495	11.300	10.503	2,76	3,01
4. Gayi Gayi (Chile)	1.983	1.478	11.183	8.564	5,64	5,79
5. Otras especies (*)	1.925	1.680	5.024	4.864	2,61	2,90

(*) Aduanas no especifica desglose por especie

Fuente: Aduanas-Datacomex

TABLA 3: IMPORTACIONES ESPAÑA DE ALASKA POLLOCK CONGELADO POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
TOTAL A. POLLOCK	3.254	3.725	8.092	9.663	2,49	2,59
FILETES	3.254	3.725	8.092	9.663	2,49	2,59
China	1.908	1.860	4.689	4.798	2,46	2,58
Estados Unidos	979	1.359	2.357	3.318	2,41	2,44
Rusia	368	505	1.044	1.547	2,84	3,06

Fuente: Aduanas-Datacomex

TABLA 4: IMPORTACIONES ESPAÑA DE CALAMAR CONGELADO POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
TOTAL LOLIGO	119.482	89.218	439.184	367.441	3,68	4,12
1. Patagonico (Malvinas)	80.137	56.100	212.375	196.372	2,65	3,50
2. Vulgaris	16.236	14.404	135.230	92.364	8,33	6,41
Marruecos	7.708	10.387	70.817	68.378	9,19	6,58
Mauritania	7.607	3.757	56.283	22.392	7,40	5,96
Otros	922	260	8.130	1.594	8,82	6,14
3. Duvauceli (India)	14.855	12.842	47.215	46.792	3,18	3,64
4. Chinensis (China)	4.472	2.976	17.864	11.654	3,99	3,92
5. Reynaudi (Sudáfrica)	3.299	2.302	24.640	18.116	7,47	7,87
6. Otros loligos (*)	483	594	1.860	2.143	3,85	3,61

(*) Aduanas no especifica desglose por especie

Fuente: Aduanas-Datacomex

los precios de importación españoles un +4% respecto al mismo periodo de 2019.

Potón

(Dosidicus gigas)

La demanda española de potón se mantuvo bastante estable en 2020 comparado con el año anterior y el precio medio de esta especie cayó un -17%.

Las compras a Perú bajaron un -6%, mientras que a Chile aumentaron un +82% por la estabilidad de la pesca en este país.

Pulpo

(Octopus vulgaris)

Las compras españolas de pulpo cayeron un -5,8% en 2020. El cierre del canal Horeca junto con la menor disponibilidad de materia prima son los principales motivos de esta reducción de volúmenes importados.

Los envíos a España desde Marruecos subieron un +6,5% (Tabla 6) mientras que los de Mauritania se redujeron un -10,5%, con una importante caída de los precios medios del -21% y el -19%, respectivamente.

LANGOSTINO

Salvaje

Gambón argentino

(Pleoticus muelleri)

Las capturas totales cayeron un -18%, hasta las 174.772, en 2020, en comparación con el año anterior.

La menor oferta de producto y el cierre de la hostelería debido a la pandemia provocaron una reducción de las compras por parte de España en un -17,4% (Tabla 7).

El precio medio sufrió un descenso del -4%.

Cultivo

(Penaeus vannamei)

La demanda total de vannamei por parte de España en 2020 creció un +5,4% (Tabla 8), y el precio medio descendió un -14%.

Destaca el suministro por parte de Ecuador, con un aumento interanual del +29%, impulsado por los buenos niveles de producción y una tendencia a la baja de los precios, cuya media anual bajó un -16%.

TABLA 5: IMPORTACIONES ESPAÑA DE POTA Y POTÓN CONGELADO POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
POTA	35.584	32.981	143.943	124.145	4,05	3,76
1. Illex Argentinus	24.194	20.622	102.390	84.381	4,23	4,09
Argentina	7.809	10.049	30.622	40.947	3,92	4,07
China	12.214	7.487	56.375	34.197	4,62	4,57
Otros	4.172	3.086	15.393	9.237	3,69	2,99
2. Tod. Pacificus (China)	9.185	8.462	31.119	25.912	3,39	3,06
3. N. Sloani (N.Zelanda)	2.205	3.896	10.434	13.852	4,73	3,56
POTÓN (D. GIGAS)	63.053	61.944	162.100	132.429	2,57	2,14
Perú	59.994	56.354	154.962	118.958	2,58	2,11
Chile	3.059	5.590	7.138	13.470	2,33	2,41

Fuente: Aduanas-Datacomex

TABLA 6: IMPORTACIONES ESPAÑA DE PULPO CONGELADO POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
TOTAL PULPO	50.276	45.262	426.226	316.719	8,48	7,00
1. Vulgaris	44.981	42.370	396.990	304.727	8,83	7,19
Marruecos	22.238	23.681	216.110	181.346	9,72	7,66
Mauritania	17.461	15.626	144.906	105.418	8,30	6,75
Argelia	1.738	1.600	9.957	9.163	5,73	5,73
Senegal	3.544	1.463	26.017	8.801	7,34	6,02
2. Otras especies (*)	5.295	2.893	29.235	11.992	5,52	4,15

(*) Aduanas no especifica desglose por especie

Fuente: Aduanas-Datacomex

TABLA 7: IMPORTACIONES ESPAÑA DE SHRIMP CONGELADO POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
TOTAL SALVAJE	70.633	60.701	464.848	386.701	6,58	6,37
1. Gambón Argentino (P. Muelleri)	53.111	43.843	309.190	245.532	5,82	5,60
2. Penaeus spp. (*)	1.440	1.543	15.072	13.329	10	9
3. Solanocera (China)	11.419	10.605	80.635	71.301	7,06	6,72
4. Other species (*)	4.664	4.710	59.950	56.539	12,85	12,01

(*) Aduanas no especifica desglose por especie

Fuente: Aduanas-Datacomex

TABLA 8: IMPORTACIONES ESPAÑA DE SHRIMP CONGELADO POR PAÍS ORIGEN (enero-diciembre)

	Volumen (T)		Valor (miles €)		Precio medio (€/kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
TOTAL CULTIVO	67.389	69.526	372.259	328.478	5,52	4,72
1. P. Vannamei	64.377	67.823	348.254	315.980	5,41	4,66
Ecuador	35.962	46.352	201.111	217.196	5,59	4,69
Venezuela	7.933	7.105	35.005	29.144	4,41	4,10
Nicaragua	6.949	6.661	40.019	33.078	5,76	4,97
Perú	4.599	3.456	26.553	17.174	5,77	4,97
Cuba	2.599	1.875	11.122	6.997	4,28	3,73
Colombia	2.221	1.059	11.761	4.707	5,30	4,44
Otros	4.116	1.314	22.683	7.684	5,51	5,85
2. P. Monodon	464	616	3.819	4.589	8,24	7,45
3. Vannamei/Monodon (*)	2.548	1.086	20.186	7.909	7,92	7,28

(*) Aduanas no especifica desglose por especie

Fuente: Aduanas-Datacomex



ALASKA,

COMPROMETIDOS CON UNA PESCA
RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

Para más información: www.alaskaseafood.org/rfm-certification/about-rfm/



www.alaskaseafood.es

El sector califica el panorama como incierto tras el acuerdo con Reino Unido

Malvinas y Gran Sol son dos de los caladeros que más preocupan a la industria española de productos del mar

Reino Unido está definitivamente fuera de la Unión Europea desde el 1 de enero de 2021, por lo que se considera un país tercero y un estado costero independiente. Esto supone un cambio en el escenario de la ordenación pesquera en el mar del Norte y el Océano Atlántico nororiental y significa que desde esa fecha Reino Unido ya no aplica la normativa de la Política Pesquera Común (PCC), que rige la gestión de la pesca, la política internacional y la política comercial de los países miembros.

Las consecuencias del Brexit empezarán a reflejarse a lo largo de este año. Basándose en los acuerdos a los que han llegado las autoridades europeas y británicas, es posible visualizar un panorama rodeado de incertidumbre para ambas partes y de preocupación para los agentes económicos.

Reparto de cuotas

El sector extractivo ha sido uno de los principales afectados como resultado de las negociaciones del Brexit. En el Consejo de Ministros (CM) de Pesca de la UE de mediados de diciembre, se tomó la decisión provisional de que durante los tres primeros meses de 2021 se utilizará el 25% de las cuotas de 2020 en aquellas zonas y especies que no fuesen de gestión conjunta con Reino Unido. Recientemente se ha extendido esta prórroga para el segundo trimestre.

Además, en una de las reuniones del CM, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, urgió a la Comisión a negociar "con plenas garantías" la distribución definitiva de estas cuotas para el resto del año. Al cierre de esta revista, todavía no hay una decisión definitiva al respecto.

El Brexit establece un nuevo marco para la gestión conjunta y sostenible de 119 poblaciones de peces compartidas



entre los países miembros de la UE y el Reino Unido. Así, el 1 de enero de 2021 comenzó un periodo transitorio de ajuste de cinco años y medio (hasta el 30 de junio de 2026) en el que se aplicarán reducciones graduales de cuotas en aguas de Reino Unido. Al final de este periodo, Europa habrá sufrido una reducción total del -25% del valor medio de las capturas por parte de barcos comunitarios en aguas británicas.

El recorte no afecta por igual a todas las especies y, según fuentes armadoras consultadas en España, aquellas más importantes para la flota española (como la merluza sur) no se han visto gravemente afectadas.

Cuando el periodo transitorio llegue a su fin, se celebrará una reunión anual entre la UE y Reino Unido para decidir conjuntamente el total admisible de capturas (TAC) de cada población durante los próximos 12 meses. En el caso de que las dos partes no llegasen a un acuerdo sobre un TAC, se definirá uno provisional correspondiente al nivel aconsejado por el Consejo Internacional para la Exploración del Mar (ICES) hasta que se resuelva la situación y se acuerde una cifra. Esto generará un alto

nivel de incertidumbre en la planificación de la actividad de todos los agentes implicados a lo largo de la cadena de valor del sector pesquero.

Uno de los grandes escollos de la negociación ha sido la actividad en Gran Sol y también preocupa saber qué va a suceder con las cesiones de cuota. Todo apunta a que habrá más dificultades para llevarlas a cabo.

Además, los barcos de capital español con bandera británica que pescan en Reino Unido también van a experimentar cambios en cuanto a documentaciones, certificados, controles sanitarios y aduaneros, procesos que serán más largos y exhaustivos al considerarse su materia prima de origen de un país tercero.

Por otro lado, Malvinas, ha quedado fuera del acuerdo, siendo considerado territorio de ultramar, por lo que sus mercancías de pescados y mariscos podrán sufrir aranceles de entre el 6% y el 18%, en el caso de los barcos de bandera de Malvinas. Concretamente, el calamar patagónico tendrá un arancel del 18%. En cuanto a los barcos de bandera española, podrán seguir pescando sin arancel. ■

“La pesca ha sido moneda de cambio y ha salido perjudicada del acuerdo del Brexit”

Conxemar ha hablado con profesionales del sector pesquero de España, Francia, Malvinas, Inglaterra y Escocia para conocer su valoración



Javier Touza,
presidente de ARVI

“Estamos analizando los efectos a corto, medio y largo plazo, pero entendemos que fuimos de nuevo el último capítulo de negociación.

Consideramos que la pesca ha sido un poco la moneda de cambio y ha salido perjudicada de la negociación del Brexit”, declara Javier Touza, presidente de la Cooperativa de Armadores de Pesca del Puerto de Vigo (ARVI), a lo que añade que la situación actual “es muy compleja, también derivada por la covid-19 a nivel logístico, sanitario, etc”.

Touza explica que “en los cinco años y medio que quedan por delante, quienes van a sufrir especialmente el impacto del Brexit son los países del norte de Europa: Francia, Países Bajos, Dinamarca, Bélgica, Irlanda... A la flota española, que en aguas británicas pesca especies como merluza, rape o gallo, afecta mucho menos. Y específicamente para la flota de Vigo, el impacto es menor que para la de otros países”.

Sin embargo, en el caso concreto

de Malvinas, Touza señala que “todas las licencias de calamar de Malvinas son de empresas pertenecientes a la Cooperativa de Vigo. Son 16 barcos, además de otras dos embarcaciones que pescan otras especies. El calamar patagónico genera mucha riqueza y empleo en la ciudad de Vigo porque Malvinas no exige tripulaciones locales como sí hacen otros orígenes”. Además, destaca que “en el Puerto de Vigo entran al año unas 80.000 toneladas de calamar de Malvinas, lo que supone un impacto económico de más de 200 millones de euros, lo que sería en torno al 10% del valor de la pesca anual de Vigo”. Y los efectos también se notarán previsiblemente a nivel europeo, dado que “más de un tercio de los calamares consumidos en Europa tiene origen en Malvinas”, destaca.



Javier Garat,
secretario general de Cepesca

Teniendo en cuenta que las posibilidades de pesca de la flota europea se irán reduciendo progresivamente, Cepesca calcula que para las flotas españolas que operan en aguas británicas y aguas de Svalbard “el impacto al final del período transitorio de cinco años y medio será de unos 54,3 millones de

euros”. En concreto para 2021 estiman unas pérdidas de -9,36 millones de euros debido a la merma de -3.455 toneladas de especies como merluza, gallo, rape o bacalao con respecto al año pasado. Estas cifras podrían aumentar si variase a la baja el TAC de alguna o varias especies en la próxima negociación con Reino Unido respecto a las posibilidades de pesca de las poblaciones de peces de gestión compartida.

Según Javier Garat, secretario general de Cepesca, “al final, ha pasado lo peor que podía ocurrir y que estábamos intentando evitar desde el primer día. La pesca fue lo último que se cerró en la negociación y la UE se vio forzada a ceder el 25% del valor de las cuotas de la UE al RU (de lo que se pesca en sus aguas y del bacalao de Svalbard). Esto supone un mazazo para los pescadores de la UE que, hasta una semana antes del cierre de la negociación, habíamos visto cómo el mandato de negociación

del Consejo a la Comisión Europea había sido defendido a capa y espada por el equipo de Michel Barnier. Al final, llegaron las cesiones y la pérdida de cuotas. Al menos, durante los próximos cinco años y medio tendremos el acceso a sus aguas garantizado. Luego ya veremos qué ocurre. Aparte de las cuotas, lo más preocupante es la incertidumbre que genera el período transitorio”.

Garat, también presidente de Europêche, añade que “a partir de ese momento, se tendrá que producir una nueva negociación en la que, seguro, los británicos intentarán conseguir más cuotas y limitar nuestro acceso”. Ante esta nueva etapa “los gobiernos de la UE y la Comisión deberían defender a la industria pesquera europea. Es la única fórmula para generar confianza en las instituciones y evitar que se multiplique el número de euroescépticos en el sector pesquero”.



Frédéric Cuvillier, alcalde de Boulogne-sur-Mer

Frédéric Cuvillier, alcalde de Boulogne-sur-Mer (BSM), primer puerto pesquero de Francia, y presidente de la Communauté d'agglomération de Boulogne, explica que "mientras BSM se preparaba para el Brexit, la ciudad consiguió implantar en el puerto un servicio de inspección fronteriza

veterinaria y fitosanitaria (SIVEP), con controles sanitarios exclusivamente para productos del mar, abierto las 24 horas al día los siete días de la semana". A pesar de ello, "las complicaciones por el contexto sanitario y la impresión de que un acuerdo eliminaría todos los trámites administrativos han afectado a los actores a la hora de prepararse bien para el Brexit", cuenta Cuvillier. "El Brexit provocó un caos administrativo entre los exportadores británicos que esperaban seguir con el libre comercio.

Ahora "tenemos nuevas normas y tenemos que gestionarlas. La primera quincena de enero fue muy difícil. Los operadores trabajaron junto con los importadores británicos (nuestros socios económicos) para aumentar nuestra competencia y eliminar los incumplimientos administrativos debidos al desconocimiento", comenta. "La resiliencia del sector de productos del mar de BSM ha permitido, como ante la crisis sanitaria, adaptarse rápidamente

y reaccionar para mantener la captación de flujos, su valor añadido y sus entregas a todos los destinos".

Desde BSM destacan que "continúan siendo el principal puerto pesquero de Francia y consolidan su posición como uno de los líderes europeos en procesamiento. Pero sigue habiendo dificultades para obtener licencias pesqueras en la zona náutica de 6-12 millas de Reino Unido. Y también para los 12-200 barcos de pesca que tienen licencias, pero no pueden desembarcar en Escocia porque no hay aduanas británicas que certifiquen las capturas. Esperamos que éstas se asignen rápidamente".

"La reducción gradual del 25% de las cuotas afectará evidentemente al sector pesquero y estamos trabajando en su diversificación y consolidación", afirma Cuvillier. "En BSM nos ponemos al servicio de nuestros socios y seguimos confiando en el futuro, a pesar del doble escollo de la covid-19 y el Brexit.



Teslyn Barkman, miembro de la Asamblea Legislativa (MLA) de Malvinas

Teslyn Barkman, miembro de la Asamblea Legislativa (MLA) del territorio británico de ultramar de las Islas Malvinas, declara que respetan "la decisión tomada por Reino Unido de retirarse de la UE y nos complace que haya habido acuerdo con la UE. Sin embargo, el acuerdo no incluye ninguna disposición para los territorios de ultramar su relación comercial con la UE, por lo que ahora se aplican

aranceles de entre el 6% y el 18% a nuestras exportaciones pesqueras. Esto podría resultar en pérdidas arancelarias inmediatas para la industria pesquera de hasta el 4,5% de los ingresos totales o aproximadamente el 20% del EBITDA agregado de la industria anualmente", concreta. Por tanto, Barkman señala que "para un país del tamaño de las islas Malvinas, el impacto en la economía local y en los ingresos del Gobierno será significativo. Como resultado de la imposición de aranceles, algunos barcos se verán forzados a una posición deficitaria".

"Ahora Malvinas se encuentra en una posición muy difícil, dado que nuestro sector pesquero, por sí solo, representa más del 50% de nuestro PIB y el 60% de los ingresos de nuestro Gobierno".

Desde Malvinas reconocen "los esfuerzos de los negociadores de Reino Unido para mejorar nuestra relación comercial con la UE durante las negociaciones, pero el asunto no avanzó. Por ello, actualmente estamos participando en discusiones técnicas sobre la introducción de aranceles para saber qué opciones podrán estar

disponibles para nosotros a corto plazo. Aunque acogemos con satisfacción estos debates, tenemos muy claro que los aranceles no pueden ser el nuevo status quo. Nuestra prioridad es eliminarlos lo antes posible".

Barkman dice que dan "la bienvenida a participar en cualquier nuevo Acuerdo de Libre Comercio acordado por el Reino Unido, pero no reemplazaría nuestro comercio con la UE, mercado de nuestra principal exportación: el calamar".

Además, en Malvinas preocupa la conversación con la UE sobre la eliminación de los aranceles y la asistencia que brindará el Reino Unido. "Necesitamos saber dónde estamos", explica Barkman. "¿Se comprometerá Reino Unido con la UE por nosotros o se nos permitirá colaborar con la UE en nuestro propio nombre?" Por ello, y respecto a sus relaciones comerciales con España, a lo largo de todo este proceso, desde Malvinas afirman que continuarán "trabajando en estrecha colaboración con nuestra industria pesquera y con sus socios españoles".



Jimmy Buchan, CEO de la Scottish Seafood Association (SSA)

Escocia representa un 60% del valor y un 62% del volumen de la industria pesquera de Reino Unido, según el último informe del gobierno escocés. Y casi la mitad de los 12.000 puestos de trabajo del sector transformador del país se encuentran en Escocia. "Estamos muy decepcionados",

apuntan desde la Scottish Seafood Association (SSA). Su CEO, Jimmy Buchan, declara que "no fue un buen acuerdo para la industria pesquera escocesa ni para los irlandeses. Las negociaciones no tuvieron en cuenta los valores comerciales que teníamos con nuestros clientes europeos, sobre todo con Francia, España e Italia. Esperamos que la CE ayude a solucionar los problemas comerciales que estamos encontrando, para acelerar la entrada de productos del mar en el mercado de la UE".

"Confiábamos en que salir de la UE ayudase a escapar del sistema burocrático. En cambio, ahora estamos fuera del mercado único y de la unión aduanera, y los trámites burocráticos son incluso mayores que antes. Tenemos aún más papeleo y normas de las que nunca hemos tenido", explican desde la SSA.

"Ahora mismo, es difícil calcular el impacto del Brexit debido a que la pandemia también está causando problemas menores. Es fácil culpar

al Brexit cuando está siendo por una combinación de ambos factores. Los volúmenes en la segunda semana de febrero para Reino Unido fueron los mismos que en septiembre. Son buenas noticias: estamos consiguiendo mover los productos del mar más rápido que semanas antes".

A corto plazo preocupa "la incertidumbre", y a medio y largo plazo "buscar soluciones globales para nuestros mercados y trabajar para poder mantenerlos activos".

Ahora la prioridad es "construir las futuras relaciones comerciales con la UE. Ya hemos aceptado que RU no es miembro, pero queremos seguir siendo sus socios. Hemos disfrutado de una larga relación con nuestros clientes en España y queremos que continúe siendo así. Somos conscientes de que las exportaciones de la UE a Reino Unido enfrentan los mismos obstáculos. Seguimos trabajando con el Gobierno y esperamos alcanzar con la CE soluciones beneficiosas para ambas partes".



Simon Dwyer, portavoz de la Grimsby Fish Merchants Association

Simon Dwyer es portavoz de la Grimsby Fish Merchants Association (FMA), cuyos 60 miembros representan el 33% de los puestos de trabajo del sector transformador pesquero de Reino Unido y el 60% de su facturación. "Hemos quedado en una posición similar a la que teníamos porque lo más importante para nosotros era la continuidad con Islandia, Noruega y

las Islas Feroe, de donde importamos principalmente fresco (bacalao, eglefino y salmón)", explica.

"Creo que cuando se hizo público el acuerdo, el sector pesquero de Escocia, el suroeste de Reino Unido y Europa se sintieron decepcionados, pero nosotros no porque no teníamos expectativas. No tenemos nada que ver con las capturas, así que no aspirábamos a tener buques que desembarcaran aquí o que capturaran más pescado", señala el también representante de la Seafood Grimsby & Humber Alliance.

En cuanto a efectos inmediatos en la actividad tras producirse el Brexit, Dwyer apunta que "al trabajar principalmente con importaciones no tenemos demasiados problemas. Parte del pescado de Noruega está tardando un poco más de lo normal, porque tiene que ser despachado por aduanas en Reino Unido en lugar de Dinamarca, como solía ocurrir". Y en las exportaciones, que realizan principalmente a Irlanda del Norte, Irlanda, Francia y España, "hemos

tenido algunos problemas con el papeleo y costes asociados a los mismos, y eso es algo de lo que nos quejamos al Gobierno, porque repercute en retrasos. De todos modos, estamos menos afectados que Escocia".

Añade que entre sus prioridades está incrementar sus cifras de exportación, por lo que están trabajando para aumentar su actividad con "Canadá, Estados Unidos y Oriente Medio".

A largo plazo, desde Grimsby se muestran optimistas. "No creo que veamos ningún nubarrón en el horizonte y, si los hay, serán menores. El transporte podría ser un poco más difícil, pero su impacto será manejable. Están instalando dos puestos de control fronterizo específicos para los productos del mar y todavía desconocemos qué tipo de controles físicos habrá a partir de junio, en cuanto a controles de documentación o de precintos. Estamos trabajando con las autoridades".

Imports/exports España-Reino Unido de productos del mar en 2018, 2019 y 2020

Importaciones

Una de las mayores incertidumbres derivada del acuerdo del Brexit recae en las cuotas en aguas británicas, donde la flota comunitaria podrá seguir pescando durante cinco años y medio, con reducciones graduales a lo largo de este periodo.

El periodo de transición no ha afectado al intercambio comercial entre ambos países, ya que las toneladas importadas se mantuvieron estables y los precios medios no han sufrido grandes variaciones, aunque en el rape fresco los precios medios en 2020 hayan caído por debajo de los 5 €/kg (exactamente 4,95

€/kg), lo que supone una caída del -16% con respecto a 2019.

Las importaciones españolas de productos del mar procedentes de Reino Unido se centran sobre todo en el pescado fresco (40% del total de toneladas importadas).

Así en formato fresco, las tendencias de importación se mantienen estables desde 2018. Las toneladas importadas en el año 2018 y 2019 son prácticamente las mismas (+0,5%). Sin embargo, se observa una caída del 8% en 2020, como consecuencia de una caída del 19% en las importaciones de merluza fresca procedente del Reino Unido.

Cabe destacar que los crustáceos suponen un 24% del total de toneladas importadas y los moluscos un 16%, de acuerdo a los datos de DataComex y las Aduanas españolas. Entre las principales especies que se importan desde Reino Unido a España, destacan el fresco de merluza, gallo y rape.

En el caso de los crustáceos, en 2019 sí se ha visto un incremento de casi el 3% en las toneladas importadas, respecto a 2018. Esto supone una tendencia inferior al incremento en las importaciones de moluscos, que crecen un 25% en 2019 y en los diez primeros meses de 2020 ya casi igualan a las cifras de 2018.

TABLA 1: IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DESDE REINO UNIDO POR PRESENTACIÓN

	Toneladas			Miles de €			Precio medio (€/kg)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Fresco	13.713	13.787	12.659	69.245	71.349	63.339	5,05	5,18	5,00
Crustáceos	8.046	8.279	6.667	72.083	71.432	51.527	8,96	8,63	7,73
Moluscos	4.563	5.701	5.662	30.352	30.279	25.921	6,65	5,31	4,58
Congelado (excluidos filetes)	5.176	4.259	3.528	16.192	15.897	12.159	3,13	3,73	3,45
Filetes de pescado	2.164	1.614	2.061	13.916	10.739	11.252	6,43	6,66	5,46
Seco, salado o en salmuera	283	274	369	1.897	1.424	1.579	6,69	5,20	4,28
Preparados y conservas de pescado	633	985	368	3.147	3.418	2.095	4,97	3,47	5,69
Peces vivos	129	87	113	955	569	786	7,43	6,56	6,93

Fuente: DataComex y Aduanas Españolas

TABLA 2: IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE FRESCO DESDE REINO UNIDO POR ESPECIE

	Toneladas			Miles de €			Precio medio (€/kg)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Fresco	10.862	10.226	9.602	58.388	56.191	51.337	5,38	5,50	5,35
Merluza	4.981	4.081	3.300	26.774	23.526	18.717	5,38	5,76	5,67
Gallo	2.932	2.861	2.879	15.414	14.849	15.738	5,26	5,19	5,47
Rape	2.174	2.532	2.716	12.985	14.977	14.261	5,97	5,92	5,25
Sollas	776	752	707	3.214	2.839	2.621	4,14	3,78	3,71

(*) El resto de especies presentan cantidades muy bajas

Fuente: DataComex y Aduanas Españolas

TABLA 3: IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CONGELADO DESDE REINO UNIDO POR ESPECIE

	Toneladas			Miles de €			Precio medio (€/kg)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Congelado	3.648	2.542	2.270	10.939	10.623	8.672	3,00	4,18	3,82
Rape	1.066	1.107	957	6.643	7.633	6.417	6,23	6,90	6,70
Arenques	610	176	680	380	119	490	0,62	0,67	0,72
Sardina (pilchardus)	1.562	915	357	1.492	950	342	0,96	1,04	0,96
Pez Espada	410	344	276	2.425	1.921	1.424	5,91	5,58	5,15

(*) El resto de especies presentan cantidades muy bajas

Fuente: DataComex y Aduanas Españolas

Exportaciones

En cuanto a las exportaciones españolas a Reino Unido, destacan los productos preparados y las conservas de pescado, que representan un 50% del total de toneladas exportadas a lo largo de los tres años analizados. Le siguen las exportaciones de pescado congelado, que representan el 15% del total, principalmente caballa y sardina congeladas.

En cuanto a la conserva de atún,

España es el principal proveedor del Reino Unido por delante de Alemania, y el tercer proveedor a nivel global, sólo por detrás de Ecuador y Mauricio. La conserva y el preparado de atún procedente de España representan alrededor del 40% de todas las toneladas que importa Reino Unido.

De acuerdo con los datos de DataComex, sí se observa un efecto acopio por parte del país británico en 2016 y 2017, como consecuencia del referéndum de 2016. Las exportaciones

españolas de preparados y conservas de atún en 2016 y 2017 alcanzaron las 10.500 toneladas, cifra bastante superior a la de los años siguientes, donde se observan tendencias a la baja de acuerdo a los datos de Aduanas. En 2018 se observa una caída del -35%; y en 2019, del -28%. En 2020 la tendencia sigue en cifras negativas (-12%), aunque la caída sea inferior a la de años anteriores. ■

TABLA 1: EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A REINO UNIDO POR PRESENTACIÓN

Por presentación	Toneladas			Miles €			Precio medio (€/kg)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Preparados y conservas de pescado	8.175	6.112	5.596	41.520	32.041	33.800	5,08	5,24	6,04
Congelado (excluidos filetes)	2.325	2.177	1.867	5.421	5.074	4.377	2,33	2,33	2,34
Fresco	1.353	1.662	957	9.599	11.601	6.378	7,10	6,98	6,66
Moluscos	1.255	1.319	994	9.623	8.721	5.561	7,67	6,61	5,60
Crustáceos	858	948	833	8.137	9.286	7.604	9,48	9,80	9,13
Filetes de pescado	721	660	1.405	5.079	5.224	6.219	7,04	7,92	4,43
Peces vivos	55	256	72	226	1.501	328	4,13	5,86	4,56
Seco, salado o en salmuera	268	225	354	1.854	1.197	1.510	6,92	5,32	4,26

Fuente: DataComex y Aduanas Españolas

TABLA 2: EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CONSERVA Y PREPARADOS A REINO UNIDO POR ESPECIE

Especies destacadas	Toneladas			Miles de €			Precio medio (€/kg)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Conserva	7.577	5.575	5.014	39.593	30.258	31.682	5,23	5,43	6,32
Atún (*)	6.878	4.983	4.407	31.501	22.746	23.136	4,58	4,56	5,25
Anchoa	699	592	607	8.092	7.512	8.546	11,57	12,70	14,07

(*) Incluye Conserva y Lomos de atún

Fuente: DataComex y Aduanas Españolas

(**) El resto de especies presentan cantidades muy bajas

TABLA 3: EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CONGELADO A REINO UNIDO POR ESPECIE

Especies destacadas	Toneladas			Miles de €			Precio medio (€/kg)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Congelado	1.378	1.270	727	2.371	2.190	712	1,72	1,72	0,98
Caballa	218	109	529	256	127	622	1,17	1,16	1,18
Sardina	549	594	337	990	1.108	565	1,80	1,87	1,67
Merluza	399	287	217	1.030	793	549	2,58	2,76	2,52
Jurel	430	389	172	351	289	147	0,82	0,74	0,85

(*) El resto de especies presentan cantidades muy bajas

Fuente: DataComex y Aduanas Españolas

El MAPA presenta el FEMPA 2021-2027, con 1.120 millones de euros de presupuesto para España

Definirá en los próximos meses el programa operativo como base para solicitar dichos fondos

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) presentó el 25 de marzo por videoconferencia el nuevo Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura (FEMPA) para el periodo 2021-2027. España es el país más beneficiado de todos los Estados miembros, con una partida de 1.120 millones de euros.

“El nuevo FEMPA será una continuación del FEMP, aunque las normas de ejecución son ahora mucho más sencillas”, adelanta Charlina Vitcheva, directora general de la DG MARE. Vitcheva también señala que “es responsabilidad de cada estado miembro identificar sus retos y traducirlos en acciones que puedan ser apoyadas por el FEMPA, que seguirá apoyando los objetivos de la Política Pesquera Común (PPC)”.

Las **estrategias** siguen siendo muy parecidas a las del FEMP 2014-2020:

- Neutralidad climática
- Economía circular
- Cero contaminación
- ‘De la Granja a la Mesa’
- Biodiversidad
- Transformación digital

Se establecen cuatro **prioridades**, con objetivos específicos para cada una:

1. Impulso a la pesca sostenible y la conservación de ecosistemas acuáticos.
2. Apoyo a las actividades de acuicultura sostenible y de comercialización y transformación de los productos pesqueros y acuícolas.
3. Favorecer el crecimiento de la economía azul y apoyar el



desarrollo de las comunidades locales de la pesca y acuicultura (grupos de acción local y estrategias del grupo).

4. Fortalecimiento de la gobernanza internacional de los océanos.

Objetivos

Entre los objetivos del nuevo fondo se encuentran:

- Ayudar a dar respuesta a crisis excepcionales que disturben el funcionamiento del mercado, como medidas de almacenamiento temporal o compensación por costes adicionales.
- Simplificar los procesos para desbloquear fondos y mejorar los resultados de los mismos.
- Contribuir a la seguridad alimentaria de la UE y reducir la dependencia de los productos pesqueros de terceros países.
- Reforzar la gobernanza internacional de los océanos.
- Cofinanciar proyectos en un 70% junto con fondos nacionales de los Estados miembros.

Próximos pasos

El MAPA desarrollará el programa operativo (PO, documento en el que exponen los requerimientos para poder

optar a los fondos), basándose en el reglamento comunitario ya publicado.

Según este ministerio, se espera el envío formal del PO completo a principios de 2022 y comenzar la distribución de los primeros fondos a principios de 2023, pudiendo los primeros proyectos del FEMPA solaparse con los últimos del FEMP durante ese año.

Las Comunidades Autónomas son las encargadas de gestionarlos, y la distribución de las cuantías todavía está por concretar.

Estado del FEMP 2014-2020

Durante el VI Comité de Seguimiento del FEMP (celebrado a finales de febrero), el director general de Ordenación Pesquera y Acuícola del MAPA, Ignacio Gandarias, explicó el estado del reparto de estos fondos. De los 1.161 millones de euros otorgados al sector en España, quedan pendientes de gestionar 500 millones.

El plazo de ejecución para este presupuesto está vigente hasta el año 2023. Según expuso Gandarias, el objetivo en esa fecha es tener ejecutado el 95%.

Por el momento, desde su puesta en marcha en el año 2015, se han aprobado un 49,6% de los fondos, aunque solamente se ha pagado un 25%. Por tanto, existe decalaje entre lo aprobado y lo pagado.

Además, Gandarias señaló que es importante en el futuro trabajar de una manera más eficaz y eficiente a la hora de certificar los pagos, dado que por el momento lo certificado a la UE “es del 29%”. ■



Food and Agriculture
Organization of the
United Nations



INTERNATIONAL CONGRESS ON GLOBAL NUTRITION AND HEALTH

VIGO, October 4th 2021



EUMOFA: El mercado pesquero de la Unión Europea – Edición 2020

El déficit de la balanza comercial extracomunitaria fue de 21.000 millones de euros (-0,22% que en 2018)

El informe EUMOFA 2020 (Observatorio Europeo del Mercado de Productos de la Pesca y Acuicultura) analiza datos de los años 2018 y 2019 en cuanto a capturas, producción, importaciones, exportaciones y consumo.

Capturas & Producción mundial

Asia lidera la producción acuícola (105 millones tn) y la pesca salvaje (50 millones tn) mundial. China aporta el 60% de la acuicultura y el 15% de las capturas.

El continente americano representa el 11% de la producción mundial, con un volumen de capturas de 21 millones tn y de 3,8 millones tn en acuicultura.

En tercer lugar, Europa alcanza los 18.183 millones tn, de los que el 83% son capturas y el 17% es producción acuícola.

África aporta un total de 10.050 millones tn de pesca salvaje y produce 2.357 millones tn de especies acuícolas.

Oceanía registra un volumen total de 1.634 millones tn. El 87% es pesca salvaje y el 13% es acuicultura.

Importaciones

Las importaciones en 2019 alcanzaron los 6,34 millones de toneladas (Gráfico 1), esto es +8% que en 2010. En valor fueron 27.210 millones € (+38% que en 2010).

Los cinco mayores importadores comunitarios fueron España, Suecia, Dinamarca, Reino Unido y Países Bajos. Un quinto de todas las importaciones extracomunitarias se destina a España, desde Marruecos, Ecuador y China, principalmente.

Por otro lado, el informe señala que más de un cuarto de las importaciones de países terceros procedieron de Noruega (Gráfico 2 en página siguiente). China fue el segundo proveedor (8%), seguido de Islandia, Ecuador y Marruecos.

Por especie, el salmón representó en volumen el 15% del total de las

TABLA 1: Principales países productores en 2018 (miles de toneladas)

País	Capturas	Acuicultura	Producción total	% del total	% evolución de la producción total 2018/2017
China	14.831	66.135	80.966	38%	+1%
Indonesia	7.261	14.772	22.033	10%	-4%
India	5.343	7.071	12.414	6%	+6%
Vietnam	3.347	4.153	7.500	4%	+7%
Perú	7.208	104	7.312	3%	+71%
UE-28	5.337	1.319	6.656	3%	-2%
Rusia	5.117	204	5.321	3%	+3%
Estados Unidos	4.757	468	5.225	2%	-5%
Filipinas	2.053	2.304	4.357	2%	+0%
Bangladés	1.871	2.405	4.276	2%	+3%
Japón	3.207	1.033	4.240	2%	-1%
Noruega	2.658	1.355	4.013	2%	+4%
Chile	2.369	1.287	3.656	2%	+1%
República de Corea	1.345	2.279	3.624	2%	-2%
Myanmar	2.033	1.132	3.165	1%	-1%
Otros	28.494	8.440	36.934	18%	+3%
Total	97.231	114.461	211.692	100%	+3%

Fuente: EUMOFA

Gráfico 1: Importaciones UE de productos del mar 2010-2019



Fuente: EUMOFA

importaciones extracomunitarias y en valor fue de 6.280 millones de euros, casi un cuarto del valor total de la UE y la cifra más alta registrada hasta entonces. Estas consistieron en su mayoría en productos enteros frescos de Noruega.

Los langostinos supusieron el 94% del volumen y cerca del 90% del valor y de las importaciones comunitarias de crustáceos. Más de un tercio fueron de *Penaeus vannamei* de Ecuador, seguidos por el *vannamei* de Vietnam e India.

Los principales destinos comunitarios del *vannamei* de Ecuador fueron España, Francia e Italia, mientras que los de Vietnam e India fueron a parar principalmente a Reino Unido, Países Bajos y Bélgica.

En cuanto al bacalao, las importaciones extracomunitarias bajaron en volumen un -2% con respecto a 2018 y aumentaron un 11% en valor. Las importaciones de Rusia, China, EE.UU. y las Islas Feroe incluyeron en gran medida productos

elaborados congelados.

El **atún** importado a la Unión Europea alcanzó las 787.613 toneladas, con un valor de 3.170 millones de euros. Un 72% fueron conservas y un 28% congelados.

Exportaciones

En 2019, las **exportaciones extracomunitarias** (Gráfico 3) alcanzaron un récord en términos de valor, con 6.170 millones €, (un +58% con respecto a 2010), impulsadas sobre todo por el salmón. En volumen, se exportaron 2,21 millones de toneladas.

Por especie, las exportaciones de **salmón** dominaron el comercio de productos de pesca y acuicultura. Suecia, Dinamarca, Polonia y Reino Unido comercializaron el 80% (798.000 toneladas) del total.

El salmón también fue la especie de valor más elevado en las exportaciones de la UE (1.120 millones €), registrando en 2019 el récord de la década, con 121.310 toneladas.

El **bacalao** llegó en 2019 al máximo valor de la década con 299 millones € y al segundo mayor volumen registrado en ese periodo, rondando las 60 mil toneladas.

En el acumulado de la década, el **bacalao** (con 393.311 toneladas y 2.290 millones €) fue la segunda especie más valorada entre los productos del mar comercializados en la UE. **España** fue el principal mercado comunitario de estas exportaciones, fundamentalmente en congelado.

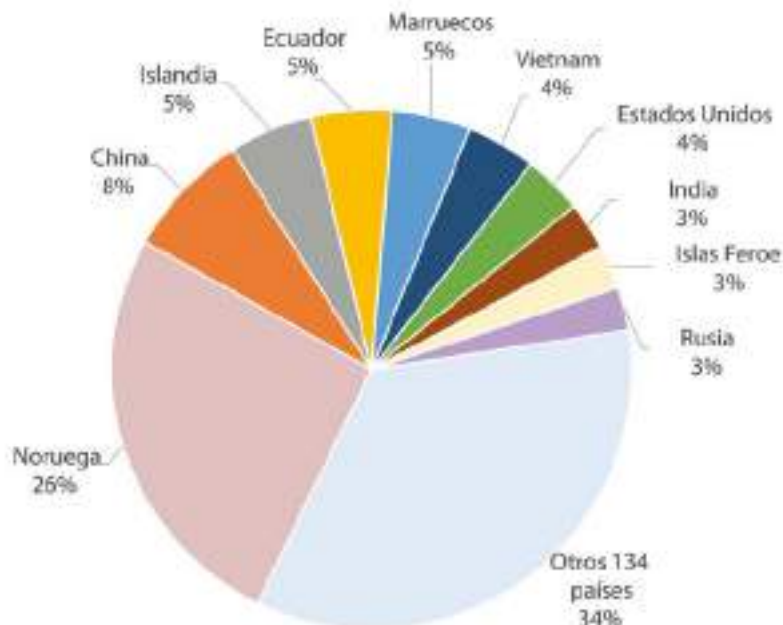
Las **exportaciones intracomunitarias** en 2019 alcanzaron un volumen de 6,43 millones de toneladas (-3% que en 2018) por valor de 27.410 millones € (+0,3% que en 2018), lo cual supuso un descenso de 170.380 toneladas. El comercio intracomunitario se centra de manera casi exclusiva en las exportaciones de salmón desde Estados miembros nórdicos a diferentes países de la UE.

Comercio

En 2019, el valor total de las **import-export** y los intercambios intracomunitarios de productos del mar alcanzó los 60.780 millones de euros, un +44% que hace una década. La UE es el segundo mayor comercializador tras China.

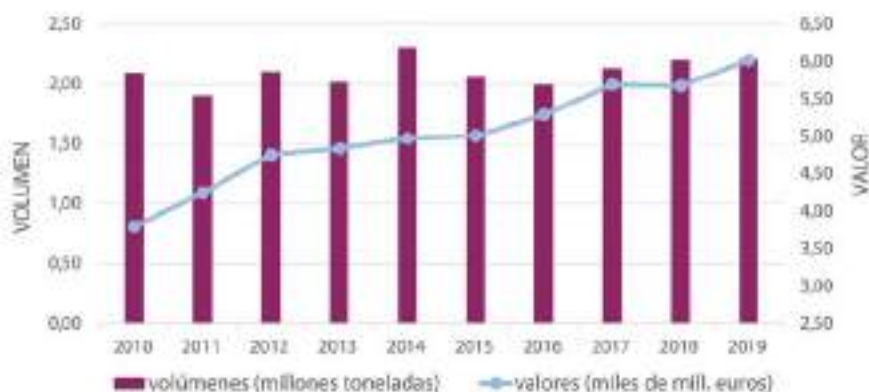
El déficit de la balanza comercial extracomunitaria fue de 21.000 millones

Gráfico 2: Principales países extracomunitarios de origen en 2019 (en valor)



Fuente: EUMOFA

Gráfico 3: Exportaciones UE de productos del mar 2010-2019



Fuente: EUMOFA

de euros (-0,22% que en 2018).

En términos de valor, el mercado interno de la UE de productos del mar supuso el 62% (880 millones €). El comercio intracomunitario fue el 28% (400 millones €) y el comercio extracomunitario fue el 10% (140 millones €).

En términos de volumen, el comercio intracomunitario de productos de la pesca y acuicultura fue de 8,55 millones de toneladas.

Consumo

Según EUMOFA, los europeos consumieron de media 24,36 kilos de productos del mar de 2017 a 2018. **España** es el tercer país en el que más se consumen pescados y mariscos (46 kg por persona al año), por detrás de Malta (86 kg) y Portugal (61 kg). En

cambio, Letonia (6,8 kg), Hungría (6,1 kg) y República Checa (5,6 kg) son los Estados miembros en los que menos se consumen estas proteínas.

Por especie, en 2018 tres cuartos del consumo total europeo fueron de productos de pesca salvaje. El producto **más consumido fue el atún, seguido por salmón y bacalao**, aunque el informe señala que el consumo de las tres especies se ha reducido ligeramente. En cambio, la cuarta y quinta especies más consumidas (**abadejo de Alaska y langostino**) experimentaron en 2018 un aumento el 9% y 7% respectivamente. También aumentó el consumo de **merluza** (6%), mientras que el de **calamar y pota** descendió un -1%, debido al descenso de las capturas españolas de pota argentina en ese periodo.

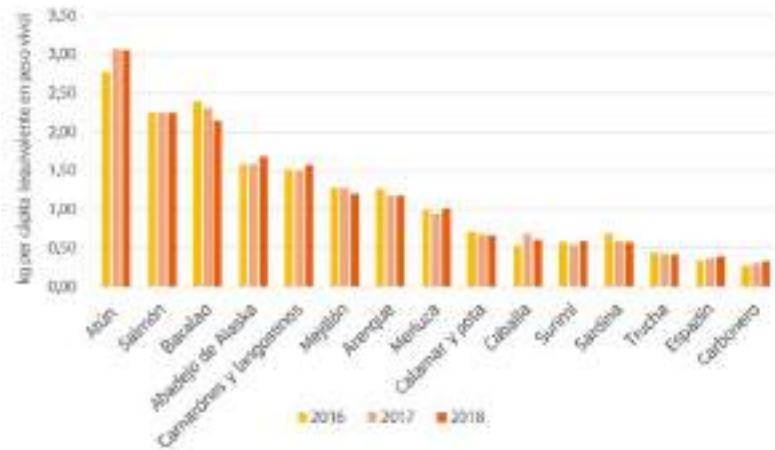
Por canal de venta, en 2018 el **retail** fue el principal para los productos del mar no procesados en Alemania, **España**, Francia, Italia y Reino Unido.

En cuanto al consumo de productos procesados a través del **canal Horeca** en 2018, ascendió a 734.800 toneladas, el más alto de la última década. Las categorías más consumidas fueron la conserva, el congelado y el refrigerado, por este orden. Y por país, **España** fue en el que se consumió mayor cantidad de proteína marina vendida no procesada por este canal (790.400 toneladas). En cambio, Reino Unido fue el país con mayor consumo de pescados y mariscos procesados fuera del hogar, siendo **España** el tercero.

EUMOFA señala que entre 2018 y 2019 el porcentaje de gasto en alimentación en los hogares disminuyó (-0,4%), siendo el gasto en producto de pesca y acuicultura **congelado** la única categoría que experimentó un aumento (+1%). El gasto en **fresco o refrigerado** y en **conserva** se mantuvo, mientras que el de **seco o ahumado** se redujo un -1%.

En cambio, fuera del hogar, **España**

Gráfico 4: Especies más consumidas en la UE



Fuente: EUMOFA

fue el país miembro que más productos del mar en conserva consumió en 2019 (81%), seguido por el congelado (13%) y el refrigerado (6%). Los líderes en el consumo de congelados fueron Suecia (70%), Austria (67%) y Reino Unido (54%).

En la comparativa con la proteína de la carne, el gasto medio de los hogares europeos en productos del mar fue de un cuarto del gasto en carne. Los 3

principales consumidores fueron Italia, **España** y Francia. En Italia, el gasto en pescado y marisco fue tres veces inferior al gasto en carne. En **España** fue dos veces menor, y en Francia, cuatro. ■

Puede acceder aquí al informe completo



Envases termoformados en R-PET para el envasado de MAP

POL. IND. LA LLOMA C/ B Y C. 03410 BIAR (ALICANTE)
T: (+34) 965 811 136 - indesla@indesla.com - www.indesla.com





Puerto de Vigo

Autoridad Portuaria de Vigo

El Puerto de **VIGO** creando FUTURO



"SOPORTALES DEL BERBÉS"



oficinas

3.500 m² (20 oficinas de última generación)
ACTIVIDAD MARÍTIMO PORTUARIA



"SOPORTALES DEL BERBÉS"

OFICINAS CÉNTRICAS FRENTE AL MAR

+ info:
apvigo@apvigo.es
www.apvigo.es



conxemar

2021

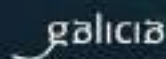
XXII FERIA INTERNACIONAL
DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS
XXII INTERNATIONAL FROZEN SEAFOOD EXHIBITION

5-6-7 OCTUBRE 2021 · **OCTOBER 5-6-7, 2021**

VIGO, SPAIN

**INFORMATION
& REGISTER**

T. +34 986 433 351
www.conxemar.com



Los miembros de la FAO aprueban la primera declaración para la pesca y acuicultura sostenibles en el COFI34

La pesca ilegal y la recuperación de la pandemia han sido los temas centrales de esta edición, marcada por el 25º aniversario del Código de Conducta para la Pesca Responsable

El Comité de Pesca de la FAO celebró del 1 al 5 de febrero por videoconferencia su trigésimo cuarta edición, coincidiendo con los 25 años del **Código de Conducta para la Pesca Responsable**, instrumento fundamental para la sostenibilidad pesquera y acuícola en el mundo.

En esta ocasión, sus miembros aprobaron la primera **declaración en favor de la pesca y la acuicultura sostenibles**. En ella, instaron a intensificar las medidas contra la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR) y a corregir los efectos de la pandemia, y destacaron cómo el sector contribuye a paliar la pobreza, el hambre y la malnutrición.

Durante las sesiones, se abordó la situación pesquera y acuícola actual, las repercusiones del cambio climático y de la pérdida de biodiversidad, el crecimiento sostenible de la acuicultura y las operaciones ilegales en el mar.

Producción mundial

En el evento, se ofrecieron datos del informe *El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2020 (SOFIA)*. **La producción pesquera y acuícola global se estima en 204 millones de toneladas para 2030**. Esto supone un 15% más con respecto al máximo histórico de 2018: 178,5 millones de toneladas.

Se prevé que la acuicultura, el sector de producción de alimentos con mayor expansión mundial en los últimos decenios, tendrá una cuota del 53% en 2030 (frente al 46% actual).

Además, la FAO informa de que el 34,2% de las poblaciones de peces marinos se pescan por encima de los

Mercado mundial de productos pesqueros

Balanza mundial	2018	2019	2020 estim	Var 20-19
	millones de toneladas			%
Producción	178,5	175,9	174,2	
Pesca de captura	96,4	91,8	91,2	-0,7
Acuicultura	82,1	84,1	83,0	-1,3
Valor del comercio (miles de millones de dólares)	165,4	161,3	152,2	-5,7
Volumen del comercio	66,9	66,0	63,4	-3,9
Utilización total	178,5	175,9	174,2	
Consumo humano	156,4	156,4	154,7	-1,1
Piensos	18,2	15,5	15,7	1,3
Otros usos	4,0	4,0	3,8	-5,0
Consumo humano per capita (kg/año)	20,5	20,3	19,9	-2,1
de pesca de captura	9,7	9,4	9,2	-1,9
de acuicultura	10,8	10,9	10,7	-2,3

Fuente: FAO (noviembre 2020)

límites de sostenibilidad, triplicando la cifra inicial de 1974.

Pesca INDNR

Para aumentar el control y transparencia en las operaciones pesqueras, el comité instó a los países a adherirse al **Acuerdo sobre medidas del Estado rector del puerto (MERP)**, el primer tratado internacional de carácter vinculante específico para pesca INDNR.

Rusia anunció en esta jornada su adhesión a los 68 estados miembros que ya son parte del acuerdo, como hizo Reino Unido a principios de este año.

La FAO confirmó que seguirá reforzando su **Programa mundial de desarrollo de la capacidad en apoyo a la aplicación del Acuerdo**, dotado con 20 millones de dólares estadounidenses, para facilitar a los países la aplicación de las MERP.

Respuesta a la covid-19

En 2020, las restricciones por la pandemia han reducido el suministro, el consumo y los ingresos comerciales de pescado, según un informe presentado en el COFI34 (*Cómo está afectando la covid-19 a los sistemas alimentarios relacionados con la pesca y la acuicultura*).

Por primera vez en varios años, la producción acuícola internacional cae, disminuyendo un -1,3%.

Y según el informe, la pesca y la acuicultura podrían sufrir **más perturbaciones** en 2021, ya que el confinamiento afecta a la oferta y a la demanda del sector.

Para mitigar estos impactos, los miembros del comité propusieron emplear el **Programa de respuesta y recuperación de la covid-19**, diseñado para abordar de manera proactiva y sostenible los efectos socioeconómicos de la pandemia. ■

Audun Lem, director adjunto del departamento de Pesca y Acuicultura de la FAO

“El mayor desafío para la pesca responsable es proporcionar productos del mar seguros, nutritivos y asequibles de manera sostenible”

¿Por qué ha decidido la FAO aprobar la primera Declaración en favor de la Pesca y la Acuicultura Sostenibles?

El respaldo unánime del COFI a la Declaración reafirma el compromiso de sus miembros con el Código de Conducta para la Pesca Responsable, en un sector pesquero y acuícola en rápida evolución, incorporando nuevos desafíos, como el cambio climático y la contaminación. La Declaración establece nuestra visión hacia una gestión eficiente y sostenible de los recursos y la conservación integrada de la biodiversidad, incluyendo la contribución del sector a la seguridad alimentaria global y a la nutrición.

¿Qué hitos se han logrado en estos 25 años del Código de Conducta para la Pesca Responsable de la FAO?

El Código de Conducta ha tenido un impacto significativo en el establecimiento del marco normativo para garantizar una conservación, gestión y desarrollo eficaces de los recursos acuáticos. Estos incluyen el Acuerdo sobre Medidas del Estado Rector del Puerto (MERP), directrices sobre certificación y esquemas de documentación de capturas y otras herramientas. Destaca la adopción de las Directrices Voluntarias para la Pesca a Pequeña Escala, con la participación de este sector en el debate general sobre la política alimentaria.

Otro logro fue la decisión de la Asamblea General de las Naciones Unidas de declarar 2022 como el Año Internacional de la Pesca Artesanal y la Acuicultura.

También tenemos el desarrollo de la Guía sobre Responsabilidad Social, las Directrices sobre Acuicultura Sostenible y las Directrices para el Reglamento, el seguimiento y el control



de transbordos. En este sentido, el Código es un documento en evolución: los principios permanecen, pero está respaldado por nuevos documentos que abordan realidades específicas y cambiantes.

Justo este año han pasado 25 años desde que me uní a la FAO. Durante este período, he observado cómo el sector ha cambiado drásticamente. Ser capaces de producir más alimentos para una población en crecimiento es para mí el mayor logro, al que ha contribuido el Código. El mayor desafío es seguir proporcionando productos del mar seguros, nutritivos y asequibles de manera sostenible, garantizando la disponibilidad para las generaciones futuras.

¿Cuáles son las perspectivas totales de producción de pescado (salvaje y de cultivo) de la FAO para este año?

Esperamos que el comercio y los precios repunten en 2021, con la economía y la confianza de los consumidores aumentando conforme avancen las vacunaciones.

El incremento de la demanda también creará respuestas positivas a la oferta.

Nuestras estimaciones para 2020 muestran una disminución general del -1% y una disminución tanto en la producción pesquera de captura como acuícola de un -0,7% y un -1,3% respectivamente, siendo la respuesta de suministro para la acuicultura mayor que para la pesca de captura. La caída de los volúmenes y valores comerciales de 2020 fue aún más dramática, de un -4% y un -6%, respectivamente.

Es probable que el repunte de la producción durante 2021 siga el mismo patrón, con un efecto mayor en los volúmenes acuícolas que en las capturas. Los precios y los volúmenes comerciales dependerán del sentimiento económico y de la recuperación del turismo y el food service. Estoy convencido de que veremos una recuperación en la producción, en el comercio y en los precios este año, aunque probablemente tendremos que esperar hasta 2022 o 2023 para una recuperación total de los volúmenes.

El último informe SOFIA estima que la producción mundial total aumentará a 204 millones de toneladas en 2030. ¿Cómo cree que la pandemia alterará estos pronósticos?

La pandemia ha tenido graves impactos a corto plazo en la oferta y en la demanda, que aún persisten, incluso en el procesamiento y la logística. Y parece que solo volveremos al nivel anterior de actividad económica y demanda relacionada en unos cuantos años.

El impacto a largo plazo es más incierto. En 2030 dudo que las cifras de producción vayan a cambiar mucho. Con el tiempo es probable que veamos nuevas políticas que promuevan operaciones más sostenibles, haciendo

que algunas prácticas actuales sean menos comunes. También creo que veremos más abastecimiento regional.

¿Cuáles son las propuestas de la FAO para combatir la pesca ilegal?

La recomendación más importante es aplicar políticas eficaces de gestión pesquera. Se prevé el fortalecimiento institucional, que incluye la mejora de la cooperación internacional y regional en los organismos regionales de ordenación pesquera (OROPs) y el fomento de la adhesión a los convenios y acuerdos internacionales.

El Acuerdo MERP es una herramienta fundamental, así como los esquemas de documentación de capturas. También el Registro Mundial de Buques Pesqueros, de Transporte Refrigerado y de Suministro, cuyo objetivo es combatir la pesca ilegal mediante el aumento de la transparencia y la trazabilidad. Para su desarrollo hemos recibido el apoyo del Gobierno de España, por el que estamos agradecidos.

A nivel de políticas, tenemos que alinear los incentivos con los resultados de sostenibilidad. La sobrecapacidad, la sobrepesca y las subvenciones son importantes. El ODS 14.6 busca "prohibir determinadas formas de subvenciones a la pesca que contribuyen a la sobrecapacidad y la sobrepesca, y eliminar las subvenciones que contribuyen a la pesca INDNR". La fecha prevista era 2020 y ya vamos con retraso.

¿Qué progresos ha habido en responsabilidad social en el sector en la última década? ¿Y qué objetivos se han fijado a corto plazo?

Aunque se han logrado algunos progresos, queda mucho por hacer. Ahora hay conciencia sobre la responsabilidad social, el trabajo decente y las condiciones laborales en el sector. Esto ha llevado a la aprobación de nuevos instrumentos, como la OIT C188, que aborda las condiciones a bordo de los buques pesqueros. También está claro que este trabajo debe ser realizado conjuntamente. La FAO, por ejemplo, trabaja en estrecha colaboración con otros organismos (OIT, UNCTAD, OMI y la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito), así

como con organismos relacionados, los gobiernos, las ONGs y la propia industria. Existen vínculos claros entre las prácticas laborales inaceptables y la pesca INDNR, por lo que la colaboración internacional y nacional entre ministerios públicos es crucial. Hay que involucrar a los importadores, distribuidores y minoristas del sector, a las asociaciones de la industria, los sindicatos y ONGs. La concienciación y el reconocimiento de que se trata de algo más que un riesgo reputacional son claves.

En las reuniones del COFI, los miembros de la FAO han pedido a la Secretaría que avance en esta cuestión y desarrolle una guía de orientación práctica sobre la responsabilidad social en el sector de los productos del mar para los operadores. Será voluntaria y presentará las mejores prácticas, las normas y reglamentos existentes aplicables al sector, como ya se ha hecho para el sector agrícola.

En este proceso, hemos constatado que los diálogos de Vigo han sido y siguen siendo muy importantes para crear conciencia y llegar a la industria. Las mejores prácticas crearían una igualdad de condiciones, ya que la gran mayoría de los operadores operan correcta y legalmente. Ahora debemos poner fin a las prácticas laborales ilegales e inaceptables. Y para lograrlo, la Guía sobre Responsabilidad Social marcará una diferencia positiva.

¿Qué países se han adherido recientemente al Acuerdo MERP?

Con la ratificación de Rusia en marzo de 2021, 71 agentes han ratificado el Acuerdo MERP. Este año también lo hizo Reino Unido, ya que tras el Brexit necesitaba adherirse por separado. Con todo, para tener un impacto real en la pesca INDNR es necesario aplicar el acuerdo y la FAO está llevando a cabo un programa sustancial de creación de capacidad para sus miembros. Esto incluye: la capacitación del personal y el apoyo para fortalecer la política nacional y los marcos legislativos para combatir la pesca INDNR; el fortalecimiento de las instituciones y sistemas de observancia de monitorización, control y vigilancia (MCS), mejorando la capacidad de optimizar el rendimiento del Estado

de abanderamiento de acuerdo con las Directrices Voluntarias de la FAO, para realizar inspecciones en el puerto y tomar medidas más eficaces contra las personas y entidades involucradas en la pesca INDNR; y por último, la adopción de medidas de acceso a los mercados, como la documentación de capturas y los esquemas de trazabilidad.

El Acuerdo MERP establece un conjunto mínimo de medidas estándar a ser aplicadas por las partes cuando los buques extranjeros busquen entrar o estén en sus puertos. Su aplicación impide que el pescado capturado de forma ilegal llegue a los mercados nacionales e internacionales, y garantiza que otros Estados, OROPs y organizaciones internacionales conozcan el incidente.

¿En qué consiste el Programa de Respuesta y Recuperación de la covid-19 y cómo beneficiará a los trabajadores del sector?

Se trata de un programa integral que aborda de forma proactiva y sostenible los impactos socioeconómicos de la pandemia.

Identifica siete áreas claves de acción para apoyar de forma rápida a los más vulnerables y anticipar las repercusiones secundarias del virus.

En el caso de la pesca, nuestro primer objetivo al estallar la pandemia era garantizar la seguridad alimentaria y nutricional, apoyando y reiniciando las cadenas de suministro de pesca y acuicultura. Esto incluyó la seguridad personal y el bienestar de los operadores. También creamos con efecto inmediato un grupo de trabajo específico de pesca y acuicultura, para recopilar información, evaluar impactos y necesidades, desarrollar ejemplos de buenas prácticas, difundir información y ayudar a los países a abordar los impactos.

La FAO está trabajando para proporcionar asesoramiento técnico, de gestión y de políticas. Además, estamos evaluando cualquier posibilidad para los sistemas alimentarios de pesca y acuicultura que pueda surgir, y colaboramos con la OMS para proporcionar a los gobiernos y a la industria orientación sobre seguridad alimentaria. ■

La conferencia anual del NFI pronostica buenas perspectivas para los productos del mar congelados en EE.UU. en 2021

Pescados y mariscos en formato congelado mostraron un notable crecimiento en retail, con ventas de 5.800 millones de euros, un 35,3% más que en 2019

La Global Seafood Market Conference 2021 (GSMC), evento anual que organiza la asociación americana de la pesca (National Fisheries Institute - NFI), se celebró del 1 al 5 de febrero en formato virtual. En su programa intervinieron diferentes ponentes de prestigio, de los cuales a continuación recogemos lo más relevante.

Retail

Chris DuBois vicepresidente senior de la división de proteínas de IRI, y Anne-Marie Roerink, directora de la empresa de investigación de mercados 210 Analytics, realizaron la ponencia Seafood at Retail. Durante su intervención señalaron que en 2020 los productos del mar se convirtieron rápido en un producto de primera necesidad, y continuaron la tendencia de crecimiento registrada desde 2015, tanto en formato congelado como en fresco y en conservas (gráfico 2).

DuBois afirmó que una de las palancas del crecimiento del sector este año es pasarse al e-commerce. En este canal, los productos del mar triplicaron sus ventas en 2020, llegando a los 915,1 millones de euros, un 122% más que en 2019 (Gráfico 1). El congelado representó unos 595 millones de euros, subiendo un +121% frente al año anterior.

Resaltar el papel de los productos del mar en la salud y la nutrición, informar de la sostenibilidad y responsabilidad social en los productos y ayudar al consumidor a planificar y preparar los productos en casa son algunas de sus recomendaciones para potenciar las ventas.

En cuanto a la demanda de pescados

Gráfico 1: Crecimiento de ventas de productos del mar y congelados en valor

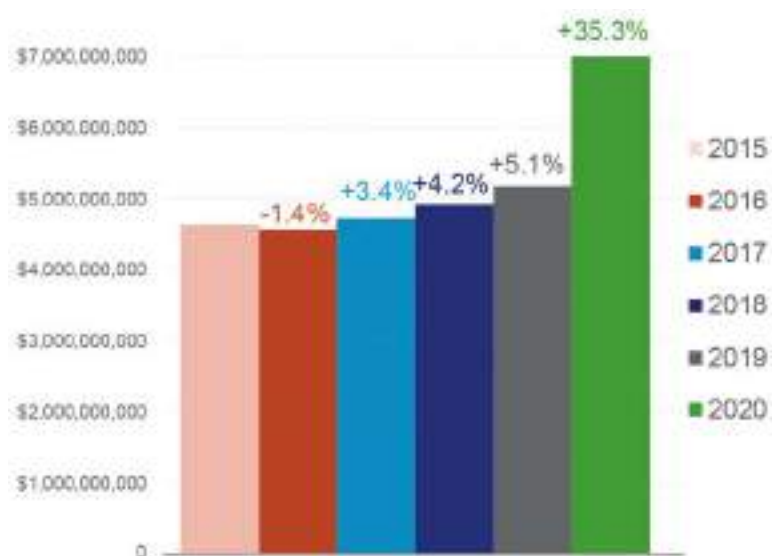
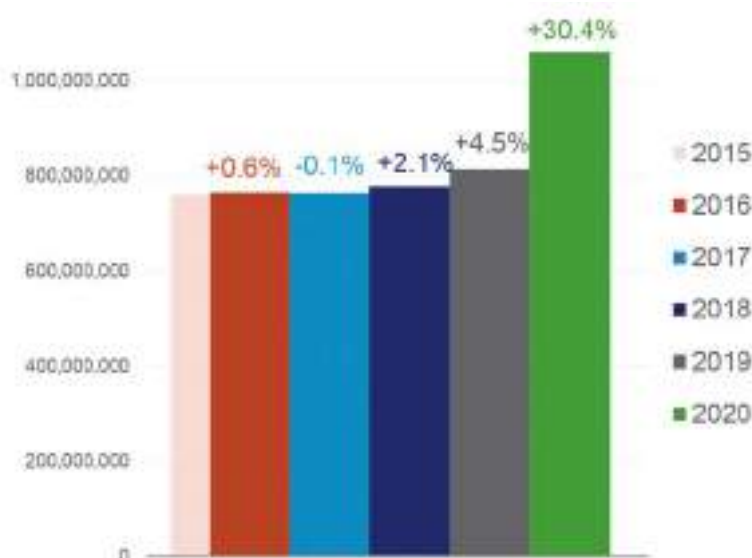


Gráfico 2: Crecimiento de ventas de productos del mar congelados en volumen



Fuente: 210 Analytics, LLC e IRI

y mariscos, DuBois advirtió que las restricciones de movilidad han beneficiado mucho a los productos

del mar congelados, por lo que estos podrían sufrir un retroceso cuando se reactiven el turismo y el ocio. Para

mantener el consumo, será esencial fidelizar a los nuevos compradores.

Congelado

El pescado y el marisco congelado experimentaron en 2020 un crecimiento de ventas sin precedentes (+35,3% en valor y +30,4% en volumen, Gráficos 3 y 4), según expuso **Anne-Marie Roerink**, directora de la empresa de investigación de mercados **210 Analytics**. Los productos del mar en la categoría de congelado fueron los que más crecieron en retail el año pasado.

Por especie, el top 10 de productos más vendidos en EE.UU. en 2020 fue: salmón, cangrejo, langostino, langosta, bagre, tilapia, bacalao, vieira, atún y trucha.

Casi tres de cada cuatro consumidores compraron pescado y marisco congelados, gastando una media anual por persona de 73 euros, un 28% más con respecto a 2019.

Glenn Cooke, CEO de Cooke Aquaculture: “El sector tardará más en remontar en Europa que en EE.UU.”

Además, su consumo es también mayor entre afroamericanos y asiáticos, en hombres de la generación X (nacidos entre 1965 y 1980) y del “baby boom” nacidos entre 1946 y 1964) y en personas de nivel educativo alto.

Fresco

En esta categoría las ventas subieron un 24,5% en valor y llegaron a 5.600 millones de euros (registrando una diferencia negativa del -10,8% y de 200 millones de euros con respecto a las cifras del congelado). En volumen de ventas el crecimiento fue del 22,5%. El salmón, el langostino, el bacalao y el atún se situaron entre las especies más demandadas en este formato. El gasto medio anual del consumidor en

pescados y mariscos frescos fue de unos 112 euros (39 euros más que en congelado).

Conserva

Por otro lado, en conserva las ventas aumentaron un 20,3% en valor, hasta marcar la cifra de 2.400 millones de euros, principalmente por el atún y el salmón. Esto supone una diferencia del -15% y 3.400 millones de euros en ventas con respecto al congelado en el mismo periodo. En volumen crecieron un 17,3%. Los consumidores (principalmente “baby boomers”, nacidos entre 1946 y 1964) gastaron una media de 27,45 euros al año en conservas de pescado (45,5 euros menos que en congelado).

LIBRA
SOFTWARE LÍDER EN EL SECTOR DE LA PESCA Y EL CONGELADO

ERP y CRM
Gestión de Procesos (BPM)
Radiofrecuencia
Automatización Almacenes (SGA)
Business Intelligence (BI)
Portales web
Movilidad

LIBRA para una empresa más eficiente y mejor gestionada

www.edisa.com

EDISA
MADRID | BARCELONA | VALENCIA | VIGO | OVIEDO | ORENSE | LAS PALMAS
BOGOTÁ | MÉXICO D.F. | QUITO | SANTO DOMINGO

Horeca

En otra sesión de la **GSMC** centrada en los hoteles, restaurantes y cafeterías, **Michael Healy**, vicepresidente senior de la Cadena de Suministro Global y Estrategia de Marca de **Bloomin' Brands**, recordó que cuando cerraron los restaurantes, todos los negocios tuvieron que tomar decisiones críticas, y algunos de esos cambios serán ya permanentes. Ahora habrá menos restaurantes y los restantes tendrán que adaptarse a las exigentes expectativas de los consumidores.

El **food service** va a ser diferente, pero las alianzas con los proveedores de productos del mar serán aún más estratégicas, según Healy. Estos productos van a formar una buena parte de los negocios fuera del establecimiento y de los servicios de entrega, y se seguirán vendiendo muy bien a domicilio. La simplificación de los menús y la adopción de las plataformas digitales también se consolidarán.

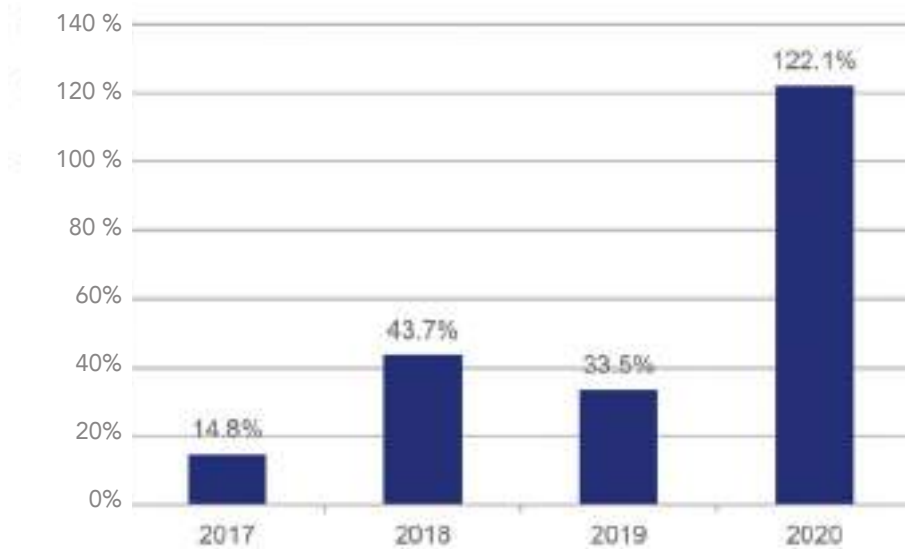
Kelly Fechner, directora de Soluciones al Cliente de **Datassential**, analizó el estado y las tendencias de consumo en la restauración. La mayoría de operadores tardarán más de seis meses en volver a los niveles de negocio pre-covid, según un estudio de **Datassential**. Los restaurantes informales y de alta cocina de EE.UU., que suelen apostar más por el pescado o marisco en sus menús, son los que más cierres han sufrido.

Los clientes buscan en los restaurantes productos que no se cocinan en casa, platos nuevos y comidas y bebidas más saludables. Un 29% cree que el pescado ayuda a protegerse frente al virus, por lo que un menú con productos del mar es una baza importante para incitar al consumo.

Los pescados y mariscos están reduciendo un poco su presencia en los menús, pero algunos en concreto se están popularizando, sobre todo los relacionados con el sushi, como el salmón, el atún yellowfin y bluefin o la ventresca de atún.

El 83% de los operadores planea

Gráfico 3: Crecimiento de ventas de productos del mar en e-commerce



Fuente: 210 Analytics, LLC e IRI

aplicar cambios a su carta y, para que esta triunfe, combinar ingredientes familiares de una forma nueva es una apuesta segura.

Previsiones 2021

Glenn Cooke, CEO de **Cooke Aquaculture**, sostiene que el sector tardará más en remontar en Europa que en EE.UU. o Reino Unido, por los confinamientos y el ritmo de las vacunaciones. Sin embargo, la recuperación para los pescados y mariscos congelados será más lenta en China.

El impacto de la covid-19 en el sector pesquero dependerá de las especies y el mercado, según **Ian Smith**, CEO de **Clearwater Seafoods**. En el caso de su compañía, los artículos asequibles y procesados al por menor dieron mejores resultados que los del food service. En China el retail, el food service y el comercio electrónico se recuperaron, pero la importación de productos del mar congelados se ha visto rezagada por dos factores: la asociación de los productos congelados a la transmisión del virus y los retrasos aduaneros por las pruebas PCR. Según Smith, si el sector quiere mantener los clientes y ganancias del retail, tendrá que apostar por la innovación, el valor añadido y aportar más comodidad, selección y variedad

a ese segmento, como hacen otras proteínas. Trabajar con múltiples especies, canales y mercados ayudará a gestionar el riesgo de inversión.

En el canal Horeca, la comida para llevar y la restauración al aire libre seguirán ganando protagonismo, de acuerdo con **George Holm**, presidente, CEO y director general de **Performance Food Group (PFG)**.

Con respecto a la distribución, los compromisos grandes y duraderos serán la clave para que los minoristas consigan disminuir los costes de los mayoristas, según **Peter Handy**, CEO de **Bristol Seafood**.

Derek Figueroa, nuevo presidente del **National Fisheries Institute (NFI)** y CEO y también presidente de **Seattle Fish Company**, apuntó que los restaurantes tardarán unos seis meses en volver a los niveles pre-covid y tenderán cada vez más hacia los modelos de comida a domicilio. En cambio el retail, que ha abrazado el cambio del consumo con rapidez, tendrá un año muy bueno.

Este escenario brinda múltiples oportunidades para el sector, que deberá trabajar de forma conjunta para ensalzar las ventajas de esta proteína saludable con bajo impacto ambiental, sostiene Figueroa. ■

La visión de la UE de unos océanos sanos: luchando contra la pesca ilegal

Se cumplen diez años de la entrada en vigor del reglamento que regula las prácticas pesqueras ilegales y dañinas

Con motivo del décimo aniversario de la entrada del Reglamento contra la Pesca Ilegal, se celebró el webinar "The EU's vision for healthy oceans: Fighting illegal, unreported and unregulated (IUU) fishing". Los coorganizadores del evento fueron el **comisario de Medioambiente, Océanos y Pesca de la Unión Europea (UE)**, **Virginijus Sinkevicius**, y la **Coalición IUU Watch**, formada por The Environmental Justice Foundation, Oceana, The Nature Conservancy, The Pew Charitable Trusts y WWF.

A pesar de la entrada en vigor de esta normativa el 1 de enero de 2010, la UE estima que la **pesca ilegal**, no declarada y no reglamentada (**INDNR**) supone **entre 11 y 26 millones de toneladas de productos del mar cada año**, lo que representa de 9.000 a 21.000 millones de euros, según datos de la Unión Europea (UE). Por ello, el comisario de Pesca abogó por la tolerancia cero, y destacó la necesidad de prevenir, impedir y eliminar estas prácticas nocivas. "La pesca INDNR es una de las principales amenazas para la sostenibilidad oceánica".

La Comisión Europea (CE) está llevando a cabo un programa de diálogos bilaterales con países terceros y trabajando en la creación de un sistema integral de certificación de capturas, además del uso del **sistema de tarjetas**: sacarle la tarjeta amarilla a un país no implica sanción, pero sí conlleva una reforma en su gestión pesquera, mientras que la tarjeta roja sanciona y prohíbe que ese país venda al mercado europeo hasta tomar las medidas oportunas para evitar la pesca ilegal.

En los últimos diez años, la UE ha mostrado 26 tarjetas amarillas y 6



tarjetas rojas tras dialogar con más de 60 países.

"Todos los operadores que conforman la cadena de valor de productos pesqueros son esenciales para que la política tenga éxito", expuso **Charlina Vitcheva**, directora del Directorio General de Asuntos Marítimos y Pesca de la UE (**DG MARE**). "Hay que aplicar la tolerancia cero y abogar por la transparencia y la cooperación, incluyéndonos todos en la lucha", añadió.

A pesar de los avances, la **Coalición IUU Watch** pidió a la UE que sea más firme a la hora de luchar contra la pesca ilegal y al aplicar las estrategias 'Biodiversidad 2030' y 'De la granja a la mesa', que forman parte del Pacto Verde y tienen entre sus objetivos cambiar hacia una economía limpia y circular y restaurar la biodiversidad.

El Ministerio español de Agricultura, Pesca y Alimentación (**MAPA**) participó en el evento de la mano de **Ignacio Gandarias**, director general de Ordenación Pesquera y Acuicultura, quien señaló la necesidad de "promover un marco legal común

con un sistema de monitoreo de las capturas, facilitar mecanismos de control comunes y compartir información entre países de forma transparente".

También asistió **Javier Garat**, secretario general de **Cepesca** y presidente de **Europêche**: "una pesca más sostenible reduce la sobreexplotación de especies, beneficia la imagen del sector y contribuye a un mercado de precios justos. Operadores de otros países deberían importar estas normativas para alcanzar un *Level Playing Field* en todo el mundo". Por otro lado, destacó que "deben garantizarse las condiciones laborales que determina la Organización Internacional del Trabajo (OIT)" y sentenció que "si no hay incentivos a la pesca legal, la pesca ilegal continuará".

Por su parte, **Ted Danson**, actor y **activista oceánico** estadounidense, destacó que "tres mil millones de personas depende del pescado. Por eso la UE debe continuar con el camino iniciado hace diez años". ■



XXII FERIA INTERNACIONAL
DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS

XXII INTERNATIONAL FROZEN SEAFOOD EXHIBITION

5-6-7 OCTUBRE 2021 · OCTOBER 5-6-7, 2021

VIGO, SPAIN

ABRIL

12-15

AQUACULTURE EUROPE

Evento online

aquaeas.org/Meeting/AE2020

15

EVENTO VIRTUAL DE
GOAL 2021

(Fechas y lugar de la Conferencia Anual de Global Aquaculture Alliance por confirmar)

www.aquaculturealliance.org/goal

MAYO

5-7

SEOUL INT'L
SEAFOOD SHOW

Coex Hall A,
Seúl, Corea del Sur

www.seoulseafood.com

18-20

SIAL CHINA

Shanghai New International
Expo Center (SNIEC)

Halls W1-W5, E1-E5 & N1

Shanghái, China

www.sialchina.com

18-20

THE TUNA CONFERENCE

Inter-American Tropical
Tuna Commission and The
Southwest Fisheries Science
Center, NOAA/NMFS

Evento virtual

www.tunaconference.org

19-21

INFOFISH TUNA

Evento virtual

tuna.infofish.org

JULIO

6-8

SEAFOOD EXPO RUSSIA

ExpoForum EC

San Petersburgo, Rusia

seafoodexporussia.com

7-9

JAPAN INTERNATIONAL
SEAFOOD &
TECHNOLOGY EXPO

Tokyo International
Exhibition Center "Tokyo
Big Sight" Aomi Hall

Tokio, Japón

www.seafood-show.com/japan/en

AGOSTO

25-27

WORLD SEAFOOD
SHANGHAI

Shanghai New International
Expo Center

Pudong, Shanghai, China

worldseafoodshanghai.com

25-27

VIETFISH

Saigon Exhibition and
Convention Center

Ho Chi Minh City, Vietnam

vietfish.com.vn/

SEPTIEMBRE

2-4

TAIWAN INTERNATIONAL
FISHERIES & SEAFOOD
SHOW

Taipei Nangang Exhibition
Center, Hall 1

Taipéi, Taiwán

www.taiwanfishery.com

7-9

SEAFOOD EXPO GLOBAL
SEAFOOD PROCESSING
GLOBAL

Fira Barcelona, Gran Via venue
Barcelona, España

www.seafoodexpo.com

15-17

ICELANDIC FISHERIES
EXHIBITION

Smárinn

Kópavogur, Islandia

www.icefish.is

20-24

WORLD FISHERIES
CONGRESS

Adelaide Convention
Centre

Adelaida, Australia

wfc2021.com.au

21-24

WORLDFOOD MOSCOW

Crocus Expo, Pavilion 3

Moscú, Rusia

world-food.ru

24-26

CHINA INTERNATIONAL
FISHERY & SEAFOOD
EXPO

China Import & Export
(Canton Fair) Complex
Guangzhou, China

www.chinafishex.com

28-29

SEAFOOD EXPO DUBAI

Dubái, Emiratos Árabes
Unidos

www.dubaiseafoodexpo.com

29 SEPTIEMBRE – 3
OCTUBRE

WORLD OF SEAFOOD
(THAIFEX ANUGA ASIA)

Impact Exhibition and
Convention Center
Bangkok, Tailandia

thaifexworldoffoodasia.com

OCTUBRE

4

IX CONGRESO
CONXEMAR SOBRE
SALUD Y NUTRICIÓN

Afundación

Vigo, España

www.conxemar.com

4-7

AQUACULTURE EUROPE

Congress Center Pestana
Casino Hotel

Funchal, Madeira, Portugal

aquaeas.org

5-7

FERIA CONXEMAR 2021

XXII Feria Internacional de Productos del Mar

Congelados IFEVI

Vigo, España

www.conxemar.com

13-15

DANFISH INTERNATIONAL

Aalborg Kongres & Kultur Center

Aalborg, Dinamarca www.danfish.com/en

13-16

INTERNATIONAL INDONESIA SEAFOOD & MEAT EXPO

Jakarta International Expo Kemayoran

Yakarta, Indonesia iism-expo.com

18-21

SALÓN GOURMETS

Feria Internacional de Alimentación

y Bebidas de Calidad IFEMA, Recinto Ferial

Juan Carlos I

Madrid, España

www.gourmets.net/salon-gourmets

19-20

COOL LOGISTICS GLOBAL

SS Rotterdam

Róterdam, Países Bajos

www.coollogisticsconference.com

27-29

CHINA FISHERIES & SEAFOOD EXPO

Hongdao International

Convention and Exposition Center (Hicec)

Qingdao, China

chinaseafoodexpo.com

NOVIEMBRE

3-5

BISFE

Busan International Seafood & Fisheries Expo

Hall 1/2/3, Exhibition

Center I, BEXCO

Busan, Corea del Sur

www.bisfe.com

16-18

PETERFOOD

ExpoForum

San Petersburgo, Rusia

en.peterfood.ru

17-19

SEAFOOD EXPO ASIA RECONNECT

Evento online

www.seafoodexpo.com/asia

DICIEMBRE

5-8

WORLD AQUACULTURE

Singapore Expo Convention & Exhibition Centre

Singapur

www.was.org/meeting/code/WA2020

14-15

CONFERENCIA ANUAL DE PLMA

(Private Label Manufacturers Association)

RAI Exhibition Centre,

Ámsterdam, Países Bajos

www.plmainternational.com



Más de cincuenta años trabajando para ofrecerte lo mejor del mar.





Tallós s/n - 15981 Dodro - A Coruña (España) - Tfno.: (+34) 981 80 22 12 - fesba@fesba.net - www.fesba.net

PUBLICIDAD

Pai Partners adquiere el 50,1% de Angulas Aguinaga

El restante queda en manos de Portobello y la familia fundadora de La Gula del Norte. Además, Angulas Aguinaga se ha hecho con el 100% de Nakulas y ha adquirido Copesco & Sefrisa, empresa española líder en productos de salmón y bacalao.

Scanfisk cierra un acuerdo con Stolt-Nielsen

El acuerdo cerrado con Stolt Sea Farm (filial de Stolt-Nielsen) permitirá a Scanfisk comercializar en Europa lenguado y rodaballo congelado en los canales de retail y food service.

Maravilla inaugura una nueva planta para pulpo cocinado

Tiene capacidad para cocer entre 5.000 y 7.000 kilos a la semana.

La Sirena encarga su venta a Arcano por 150 millones

El fondo de capital riesgo OpCapita, propietario de La Sirena, ha contratado a Arcano para vender el grupo de distribución por 100-150 millones de euros.

WOFCO abrirá una planta para procesar gambón en Paraguay

Invertirá unos 10-12 millones de dólares en la fábrica, que estará lista en 2022 y procesará cerca de 10.000 toneladas anuales de producto.

Cabezuelo Foods estrena un almacén de 30.000 m³

Este centro de producción, anexo a sus otras dos naves en Socuéllamos (Ciudad Real) tiene capacidad para más de 5.200 palets y ha supuesto una

inversión cercana a los 7 millones de euros.

Globalimar firma un acuerdo con Jackson & Partners

El objetivo es comercializar precocinados saludables a base de pescado. Globalimar, que ya tenía presencia en Florida, continúa así con su proyección internacional para cubrir la Costa Este.

Iceland Seafood Ibérica vende su distribuidora Ecomsa a Aquamar Gold

La filial española de Iceland Seafood International ha firmado un acuerdo de venta por 346.000 euros. Tras trasladar toda la producción española a su fábrica de Barcelona, Ecomsa se enfocó a la venta directa a Horeca, un negocio fuera de la estrategia central de la filial española.

Frinsa inaugura su primera tienda internacional de 'La Conservera'

El comercio, situado en el área metropolitana de París, ofrece una sala de ventas de 49 metros cuadrados, con un amplio catálogo de la marca tradicional Frinsa y su línea de productos saludables 'Proteína Natural', entre otras.

Mariscos Castellar recibe el Premio Emprende e Innova de la Diputación de Jaén

La empresa ha sido premiada en la categoría de "experiencia empresarial". El jurado ha distinguido a Mariscos Castellar por la generación de empleo, la aportación al desarrollo local, la creación de innovación, el modelo de negocio, la experiencia acumulada y la proyección de futuro de la compañía.

Calvo invierte 30 millones de euros en innovar su lata de atún

Su nuevo envase cuenta con un diseño de volcado fácil, que permite vaciar el contenido con solo darle la vuelta. Es más sostenible, reduce el contenido de aceite en 15 gramos netos por lata, es reciclable al 70% en España y tiene un menor impacto medioambiental (-35%). Para ello, la conservera ha invertido 30 millones de euros en su planta de Carballo (A Coruña).

Jealsa crece un 5% en 2020

La conservera de Boiro (A Coruña) cerró el año con unas ventas de 701 millones de euros, un 5,1% más que en el año anterior, y 165.875 toneladas comercializadas. El 40% de sus ingresos totales (unos 280 millones de euros) proviene de sus mercados internacionales, principalmente Europa y Brasil.

Grupo Andrómeda se convierte en Avramar

Tras fusionarse con las empresas griegas Nireus, Selonda y Perseus, Grupo Andrómeda pasa a ser Grupo Avramar. Con diez granjas marinas en Grecia y dos en España, logra una producción de más de 70.000 toneladas anuales. Este año espera alcanzar los 400 millones de euros de facturación.

Thai Union lanzará este año langostinos de origen vegetal

Para satisfacer la creciente demanda de proteínas alternativas a la carne, comenzó a desarrollar productos del mar de origen vegetal a finales de 2020 y espera realizar nuevos lanzamientos en 2021.

Premium Brands y First Nations cierran el acuerdo de compra de Clearwater Seafood

La adquisición de Clearwater Seafood supone una operación valorada en unos 650 millones de euros (deuda incluida).

Mercadona, primer minorista español que acepta la certificación BAP

La compañía de distribución ha añadido el programa BAP (Best Aquaculture Practices), administrado por la Global Aquaculture Alliance (GAA), a su política de abastecimiento de productos del mar de cultivo y lo aceptará como medio de cumplimiento para los proveedores.

Amazon Fresh llega a España

Los clientes de Amazon Prime de Madrid, Barcelona y algunas localidades colindantes ya pueden disfrutar de este servicio de entrega rápida a domicilio. A través de una web y su app de compras, ofrece más de 10.000 referencias de supermercado de alimentación.

USDA y FDA afirman que no hay evidencias de que la covid-19 se transmita por alimentos

El Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA), la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades del país (CDC) insisten en que es muy poco probable que el virus se transmita por alimentos o

sus envases. Señalan que la covid-19 se contagia de una persona a otra al exponerse a una cantidad alta de partículas infecciosas, y las que podrían captarse por el tacto son pocas.

Japón lanza una nueva ley contra la pesca ilegal

El objetivo es evitar que productos del mar procedentes de la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR) entren en su mercado.

20 AÑOS
al lado
de la
industria
pesquera

Comprometidos con:

- Agilidad
- Excelencia
- Sostenibilidad

Pesciro Feeding the world together

pesciro.com

PUBLICIDAD

Conxemar participa como miembro del MAC en el grupo de trabajo 3 sobre legislación alimentaria

El grupo de trabajo 3 (GT3) del Market Advisory Council (MAC) se reunió el 27 de enero, como parte de sus reuniones programadas, para debatir sobre propuestas relacionadas con la legislación alimentaria. Durante la cita se presentó el informe especial del eurobarómetro "Making our food fit for the future – Citizens' expectations", así como la propuesta de la revisión del Reglamento FIC.

También se trató la posibilidad de un etiquetado voluntario de sostenibilidad en los productos del mar y la posible revisión de la legislación sobre materiales en contacto con alimentos. Además, se presentó el resultado de un estudio hecho por Worldfish sobre sustitutos

vegetales como alternativa a la proteína de pescado.

Asistimos a un debate sobre el reglamento de control de pesca de la UE en la era digital

Conxemar participó en el evento virtual "How to bring the EU Fisheries Control Regulation into the digital age and deliver on the European Green Deal". El debate, organizado por Fisheries Control Regulation, Fisheries Committee y EU Fisheries Control Coalition, abordó cómo un nuevo reglamento de control de la pesca europea puede prepararla para el futuro y para las ambiciones ecológicas y digitales de la Unión Europea.

La eurodiputada española Clara Aguilera, informó sobre las más de mil enmiendas al Reglamento de Control y sus aspectos más discutidos:

la obligatoriedad del cuaderno de diario de a bordo, un sistema de geolocalización para flotas, el control sobre la pesca recreativa y las cámaras a bordo.

Mario Santos (European Fisheries Control Agency) y Marije Siemens (Marine Science & Communication) se mostraron partidarios de utilizar herramientas tecnológicas como la geolocalización y las cámaras y diarios de a bordo. La mayor disponibilidad de información ampliaría el conocimiento de los sistemas, repercutiendo en una mejor asignación de cuotas y una pesca más sostenible.

Francesca Arena (jefa de control e inspecciones de DG Mare) indicó que una trazabilidad completa permitiría a las autoridades combatir la pesca ilegal y aportaría más información al cliente final.

El evento terminó con la intervención de Pierre Karleskind (presidente

PIC Descongelación **RÁPIDA, HOMOGÉNEA Y SIN CONSUMO DE AGUA!**
DE CUALQUIER TIPO DE BLOQUES DE PESCADO

TÚNELES DE DESCONGELACIÓN PARA PESCADO MEDIANTE RADIOFRECUENCIA
STALAM

DESCONGELACIÓN EN 20 MIN.

PERMITE DESCONGELAR 800 - 6.000 Kg/h.

MINOR ESPACIO DE DESCONGELACIÓN

EL PRODUCTO NO SE DEGRADA

TE INFORMAREMOS ENCANTADOS! Tel.: 972 296 016 — www.picsl.es NAX INDUSTRIAS, S.L. — Subida Creu de Palau, 102 - 17003 Girona

de la Comisión de Pesca), quien destacó que los sistemas de control tecnológicos mejoran la vigilancia, trazabilidad, transparencia y la labor de los estados, impulsando una pesca más sostenible.

Conxemar ofrece el primer curso del año: cambios de la v6.1 a la versión 7 de IFS

El 8 de febrero tuvo lugar en modalidad virtual el primer curso del año para asociados, al que asistieron 45 personas. La jornada trató sobre la nueva versión de IFS (v7), norma de seguridad alimentaria reconocida por la Global Food Safety Initiative para certificar empresas en la seguridad y calidad de los productos procesados.

El experto en IFS Pablo Sopena explicó y resumió los principales

cambios introducidos en esta nueva versión con respecto a la v6.1.

Conxemar elabora con AIPCE-CEP un informe sobre el impacto del Acuerdo Comercial con Reino Unido

Los miembros de la European Fish Processors & Traders Association, entre los que se encuentra Conxemar, trabajaron conjuntamente en la elaboración de un informe sobre los problemas comerciales que están surgiendo en las primeras semanas del año a la hora de comercializar

con RU. Dicho informe fue enviado a la Comisión Europea vía DG MARE, DG Sante, DG Taxud y DG Trade, a la Comisión de Pesca del Parlamento Europeo y a los diferentes ministerios de pesca de los países de los miembros de AIPCE-CEP. El texto se centraba en dos problemas principales: el certificado de capturas y el de pesca ilegal.



Almi
limpieza y mantenimiento

Ricardo Portela, 2 • 36202 VIGO

Tel.: 986 227 754 • Fax: 986 220 550

almi@almilimpiezas.com



www.almilimpiezas.com



A la memoria de Andrés Gavilán, presidente de AFCA

Andrés Gavilán Bravo, presidente de la Asociación de Fabricantes y Comercializadores de Aditivos (AFCA) falleció el 13 de noviembre a los 78 años, víctima del coronavirus.

Nacido en Barcelona en 1942, se licenció en Ciencias Químicas y trabajó durante más de 30 años como director de I+D en La Casera-Schweppes. Durante los últimos trece años, se encargó de la presidencia y asesoría técnica de AFCA. Esta labor la compaginó como profesor de másteres en entidades como el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF) o el Colegio de Veterinarios de Madrid. También fue profesor y coordinador del módulo de Aditivos de seguridad alimentaria del Diploma Superior de la Escuela Nacional de Sanidad e

impartió diversas conferencias y cursos de seguridad alimentaria, aditivos e ingredientes alimentarios, además de colaborar con múltiples universidades.

A Andrés le gustaba instruir a sus alumnos y ayudarlos en todo aquello que estuviera en su mano.

Familia

Su mujer, M^a José, y sus hijos, Tania y Héctor, cuentan que "como persona destacaba por sus principios y valores, su gran generosidad y su enorme amor y cariño por la familia. Como profesional cabe señalar su creatividad, su honestidad e integridad, su compromiso y su dedicación plena".

Como anécdota reciente, recuerdan la celebración de las bodas de oro el último 10 de octubre. "Pocos hoy en día pueden celebrar los 50 años de casados, todo un ejemplo. Pasamos un día fabuloso en familia que estamos seguros de que siempre tendremos en nuestra memoria".

Gavilán "disfrutaba difundiendo sus conocimientos y valores, conversando y ayudando a los demás. En sus vacaciones de verano le encantaba descansar en el que él llamaba 'su paraíso', situado en San Juan de los Terreros (Almería), lugar al que le tenía especial cariño y en el que disfrutaba jugando a las palas en la orilla de sus playas".

Como amuletos, “le gustaba llevar un diente de ajo y una piedrecita en su bolsillo”. Y hay dos frases que describen su forma de vida: la primera de Stephen Hawkins: “la inteligencia es la capacidad de adaptarse a los cambios”, y la segunda de cosecha propia: “o las cosas se hacen bien, o no se hacen”.

Su familia dice que le gustaría que le recordaran “como una persona protectora, cariñosa, amante de su familia y de su país, a la vez de ser un trabajador incansable e insobornable. Le encantaba conocer el porqué de las cosas, era muy estudioso y siempre abierto a aprender cosas nuevas, a ser mejor cada día y ayudar a todos los que se lo pedían sin esperar nada a cambio. Todo le gustaba, con todo disfrutaba: escuchaba todo tipo de música, jugar a los botones con sus nietos o hacerles hormiguitas (caricias y cosquillas)”.

“Amaba el deporte, verlo y practicarlo. Coleccionaba minerales, era estudioso de las religiones, aficionado a la numerología y la astrología y le apasionaba la comida, a poder ser, compartiendo mantel con familia y/o amigos”.

Sus familiares echarán de menos su optimismo y sus consejos llenos de amor y sabiduría, sus besos y abrazos y su mirada inocente llena de bondad.

Profesión

“Quien ha podido trabajar con Andrés Gavilán, ha tenido la suerte de conocer a un incansable hombre de ciencia, creativo, meticuloso, de memoria extraordinaria y siempre avanzado a su tiempo. El mundo de la ciencia lo echará en falta”, señala **Xavier Sàez i Lorente**, director general de la empresa de suplementos alimentarios **Umbrella F&FI**. “Aunque químico de formación, los amigos sabíamos que su corazón era matemático. Visionaba el futuro de los ingredientes funcionales y aditivos, creando tendencias que pocos entendían, pero que al final formarían parte del mercado de los alimentos saludables. Los que lo hemos conocido de verdad, sabemos cuándo un trabajo tiene el sello “AG”. Su savoir faire es parte de su legado”.

Antonio Balairón, director general de la Asociación Nacional del Envase de PET (**ANEP**), conoció a Andrés en 1970, cuando iniciaron juntos un proyecto en el Grupo La Casera que duró casi 35 años. “Hay

personas singulares que nos orientan con sus virtudes, su tolerancia, por su pasión por crear y dar utilidad a su vida, por su capacidad para construir una familia que haga posible la continuidad de la vida. Éstas son imprescindibles y una de ellas era Andrés”.

Pedro Valentín-Gamazo, presidente del Comité **CTN 34** ‘Productos Alimentarios’ de la Asociación Española de Normalización (UNE), explica que Andrés “fue presidente del Subcomité 4 ‘Métodos Horizontales’ de UNE desde su creación hace más de 20 años. Trabajó con enorme dedicación y realizando una excelente labor. Siempre nos causó admiración por su impresionante bagaje científico, su gran profesionalidad y su enorme afabilidad”.

Javier Reinares, del **Colegio Oficial de Veterinarios de Madrid**, escuchó a Andrés dar clase “durante más de quince años”. Sus clases, llenas de ciencia, terminaban en toda una serie de fórmulas magistrales únicas, gracias a una inquietud permanente en el conocimiento. Estas fórmulas permanecen, pero hemos perdido al alquimista que las desarrolló y al docente que nos las contó. Quedará en nuestro recuerdo, hasta siempre”.

José Luis Freire, presidente de **Conxemar**, agradece su importante colaboración ante la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aesan) y la DG Sante de la Comisión Europea en gestiones realizadas en defensa de los intereses de nuestros asociados. “Cuando conocí a Andrés, quedé impresionado por sus conocimientos y experiencia, además de su cordialidad y simpatía”.

Almudena Rodríguez, funcionaria de la **Comisión Europea** y ex directora de **Conxemar**, cuenta que de la personalidad de Andrés Gavilán recuerda “su carácter afable y su exquisita educación. Desprendía energía y optimismo por los cuatro costados y tenía un profundo conocimiento de los procesos industriales y del uso de aditivos y coadyuvantes tecnológicos. No en vano, fue capaz de poner más de una Pica en Flandes, consiguiendo que la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria tuviera en cuenta algunas de sus propuestas. Descanse en paz este incansable luchador”.

TARIFAS POR INSERCIÓN



<input type="checkbox"/> Pág. entera par	630 €
<input type="checkbox"/> Pág. entera impar	693 €
<input type="checkbox"/> Doble página	1.260 €
<input type="checkbox"/> Plus publireportaje	750 €
<input type="checkbox"/> Contraportada	875 €
<input type="checkbox"/> Interior portada	825 €
<input type="checkbox"/> Interior contraportada	825 €



Media página

<input type="checkbox"/> Pág. par (hor./vert.)	325 €
<input type="checkbox"/> Pág. impar (hor./vert.)	368 €

- febrero abril junio
 agosto octubre diciembre

- febrero abril junio
 agosto octubre diciembre



Cuarto de página

<input type="checkbox"/> Pág. par (hor./vert.)	163 €
<input type="checkbox"/> Pág. impar (hor./vert.)	184 €

- febrero abril junio
 agosto octubre diciembre



Clasificados 37 €

- febrero abril junio
 agosto octubre diciembre
(IVA no incluido)

DESCUENTOS POR VOLUMEN

6 inserciones al año: 20 % (30% asociados) • 4 inserciones al año: 15 % (20% asociados) • 2 inserciones al año: 7,5 % (10% asociados)

Archivos en los siguientes formatos:
PDF, JPG o TIFF a 300ppp al 100% del tamaño del anuncio.

Imágenes: Digitalizadas a 300 p.p. al 100 % del tamaño al que van a ir impresas en CMYK

Fuentes: Adjuntar fuentes o los textos trazados.

Las órdenes de publicidad se admiten con una antelación mínima de 10 días

Relación de anunciantes

ALASKA SEAFOOD	33	FESBA	55
ALMI	59	GAMBASTAR	29
AP VIGO	45	INDESLA	44
CABOMAR	27	INLET	Interior portada
CONXEMAR CONGRESO	41	LANZAL - GALFRÍO	23
CONXEMAR FERIA	Interiorcontraportada	MARDEMAR	4
EDISA	51	NAX INDUSTRIAS	58
FANDICOSTA	Contraportada	PESCIRO	57

Revista Conxemar

Redacción: Conxemar

Diseño y Maquetación: errepetrés

Fotonecánica e impresión: Gráficas Lasa

Depósito Legal: PO-197/2002

Edita: Conxemar

Avda. Beiramar, 29 Bloques 5 y 6 - 36202 Vigo

Tf.: 986 43 33 51

conxemar@conxemar.com

www.conxemar.com



conxemar

2021

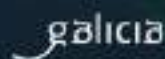
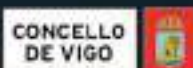
XXII FERIA INTERNACIONAL
DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS
XXII INTERNATIONAL FROZEN SEAFOOD EXHIBITION

5-6-7 OCTUBRE 2021 · **OCTOBER 5-6-7, 2021**

VIGO, SPAIN

**INFORMATION
& REGISTER**

T. +34 986 433 351
www.conxemar.com



FANDICOSTA

• EST. 1989 •

into the sea

fandicosta.es