

**Sea produce:** fresh, frozen, processed, canned and aquaculture.  
**Handling systems,** processing and canning.  
**Show preview.**

**Productos del mar:** fresco, congelado, elaborado, conservas y acuicultura.

**Equipos de manipulación,** elaboración y conservación.  
**Avance Ferias.**



# Constante evolución del mercado

Este mismo número de **PESCA INTERNACIONAL** se abre con un amplio informe acerca del pescado como alimento. Lo cierto es que hay una cierta desidia al respecto porque la población, en general, desconoce las extraordinarias virtudes que atesoran los productos del mar. Se impone un incremento de la pedagogía para dar a conocer los valores nutritivos del pescado, su muy positiva incidencia en una larga serie de patologías y, por supuesto, sus innegables méritos gastronómicos.

## CONSTANT EVOLUTION OF THE MARKET

This issue of PESCA INTERNACIONAL opens with a long report on fish as food, although there is certain slack attitude towards this as the population in general is unaware of the extraordinary virtues of sea produce. A teaching campaign is being stepped up to make people aware of the nutritional values of fish, its positive effects on a long series of pathologies and, of course, its undeniable gastronomic merits.

It is true that Spain can not complain, in comparative terms. Our country ranks among the three largest consumers of sea produce in the world, in terms of the ratio

*Escribe X. C.*

**E**s verdad que España no se puede quejar en términos comparativos. Nuestro país está en el podium de los tres mayores consumidores de productos del mar del mundo, naturalmente en la ratio por persona. Sólo Japón supera ampliamente el consumo español, mientras que el portugués es muy similar. De hecho eso hace que el mercado pesquero de España sea muy codiciado por las empresas pesqueras de medio mundo. El consumo español de productos del mar por persona y año está bastante fijado en una cantidad de alrededor de 30 kilos que presenta muy pocas variaciones de año a año.

De estos 30 kilos aproximados, 2 terceras partes son de pescado. Estas pequeñas referencias numéricas nos

permiten avanzar algunas ideas. Lo primero es que, aunque quede mucho trabajo por hacer para dar a conocer el pescado como alimento, en absoluto se puede decir que éste sea un desconocido para la población española. En cada punto de nuestro territorio existe una abundante y rica gastronomía basada en el pescado. Existe una relación intensa y tradicional entre los españoles y los alimentos del mar.

Otra idea básica es que la existencia de un amplio y codiciado mercado permite la existencia de un no menos amplio y codiciado nicho de negocio. En España hay un creciente y moderno entramado empresarial crecido a partir de la simiente de la muy antigua tradición pesquera. El potente sector extractivo ha sentado las bases para

## El mercado español de alimentos del mar ha madurado mucho

el desarrollo de muchas empresas que realizan su actividad en la cadena industrial que lleva los alimentos desde el mar hasta los platos de nuestra mesa. Así, tanto la industria del congelado, de la elaboración, de la comercialización, de la distribución al por mayor o minorista han experimentado un importante crecimiento durante el cual se han ido asentando hasta formar un conjunto empresarial totalmente establecido en el interior y con capacidad para expandirse en el exterior como de hecho ya hace. Por otra parte existe una intensa relación accionarial y sociedades de diversos segmentos crecen hacia a otros. Este hecho permite asegurar la eficiencia empresarial y también los aspectos socioeconómicos.

Asimismo, es sencillo inferir que una industria ya madura y asentada como ésta a la que nos estamos refiriendo tiene una capacidad grande para afrontar nuevos retos y no quedarse estancada. Y son varios los que tiene ante sí: un mercado cambiante y la necesidad de adaptación que genera, para empezar. Ello implica que tendrá que comprometerse aún más en el ya imprescindible territorio del I+D+i. Cerrando el círculo con que iniciamos estas líneas, está el compromiso con la investigación, el desarrollo de productos y técnicas de producción y su aplicación directa en el mercado implica, a su vez, la ya aludida labor pedagógi-

ca entre los consumidores. Del hecho de que se conozcan mejor las virtudes del pescado dependerá después que las inversiones en I+D+i tengan éxito comercial.

No cabe duda de que la industria de los alimentos del mar española no puede dormirse en los laureles y pensar que puede vivir cómodamente instalada en uno de los mejores mercados del mundo. Los mercados no son nunca estables.

Los profesionales del marketing conciben bien un fenómeno que se dio hace pocas décadas: sin que nadie pueda asegurar una razón, llegó un día en que una prenda como el sombrero, casi obligatoria durante siglos, dejó de ser demandada por los consumidores, lo que supuso la quiebra de muchas sociedades y la pérdida de muchos puestos de trabajo en aquellas que no supieron adaptarse y dar una respuesta rápida.

Para que no ocurra nada parecido en la industria de la alimentación relacionada con los productos de origen marino, la relación con el mercado, con los consumidores, con las personas debe ser intensa y constante. Y de hecho se producen señales continuamente. Más adelante lo veremos con algo más de detenimiento pero a modo de ejemplo se puede citar algunas de estas señales. Es una obviedad que los consumidores tipo tienen cada vez mayores dificultades para acceder al mercado del pescado fresco. Es otra obviedad que el mercado muestra cada vez una mayor preferencia, dentro de los congelados, por los productos que son más fáciles de preparar: piezas más pequeñas, sin espinas... También es obvio de que cada vez los consumidores quieren más productos precocinados, transformados o elaborados. Son claras señales de hacia dónde se dirigen las preferencias de los consumidores.

No obstante, la industria ha ido respondiendo con éxito a la mayor parte de las exigencias que el mercado ha planteado en los últimos tiempos. Esto es así tanto en lo que se refiere a la preparación productiva, con un intenso desarrollo de las instalaciones, la maquinaria y demás aspectos relacionados, como en el terreno de los productos que pone en el mercado y las nuevas presentaciones. ↓

per capita. Only Japan goes way beyond Spanish consumption, while Portugal has a very similar figure. In fact, this means that the fish market in Spain is highly coveted by fishing companies in most of the world. The Spanish consumption of sea produce per capita and per annum is fairly well set at around 30 kilos, with slight variations from year to year. Out of these 30 kilos, 2 thirds are for fish. Fish, as a food, is well known by the Spanish population. In Spain, there is a growing, modern entrepreneurial network that has developed from the seed of a fishing tradition going back to time immemorial. The powerful extractive sector has made the foundations for developing a host of companies in the following segments in the industrial chain that takes food from the sea to the table. So, both the frozen, processing and marketing industry, from the distribution industry to the wholesaler or retailer, have experienced an important growth during which they have gradually become consolidated to the extent of setting up an entrepreneurial whole in the country, with a capacity to expand abroad, as it has done. This means that will have to become even more committed in the already essential arena of R&D+i. Closing the circle with which we began this article, the commitment to research, the development of products and production techniques, and their direct application to the market in turns implies a task of teaching the consumer. A greater knowledge of the virtues of fish will later depend on the investments in R&D+i being commercially successful. There is no doubt about the fact that the Spanish sea food industry can not rest on its laurels and think about living comfortably in one of the best markets in the world. Markets are never stable. Nonetheless, the industry has successfully responded to the majority of demands coming from the market in recent years. Such is the case both in all its production aspects and as regards market.

