

IRLANDA

La carrera de la cigala

El tercer exportador de la UE promociona las cualidades de frescura y calidad como ventajas competitivas

Escribe Alberto Alonso

Con una venta exterior de producto por valor de 22 millones de euros en 2004, Irlanda es el tercer exportador de cigala de la Unión Europea. Se trata de un mercado, además, que atraviesa un buen momento: entre enero y octubre de 2005, las cifras de exportación habían alcanzado ya los 26,8 millones de euros (un 23 por ciento más que en 2004) y la cuota de cigala asignada a Irlanda para 2006 es de 8.167 toneladas, un 11 por ciento más que en 2005.

En este contexto, el BIM, organismo oficial responsable del desarrollo de la industria pesquera en Irlanda, se ha implicado en la promoción de este producto y, sobre todo, de sus cualidades de frescura y calidad por la cercanía de los caladeros, y ha apostado por el apoyo a una expansiva industria de transformación y comercialización.

La cuota asignada es, precisamente, la principal limitación de una industria con capacidad de producción y con un mercado consolidado, principalmente en Italia, España y Francia. Un directivo de la empresa **Glenmar Shellfish Ltd.**, empresa ubicada en Cork, y que procesa al año 1.600 toneladas de cigala, lo explica gráficamente al calificar 2005 de un año bueno, pero "decepcionante" en los cuatro últimos meses. La cuota se agotó, por lo que el logro de

un suministro más constante a lo largo de todo el año sería lo deseable.

Glenmar tiene su propia compañía de transportes, una característica común a la mayor parte de las empresas dedicadas al procesamiento y comercialización de pescado en Irlanda. La logística es fundamental en una industria como la irlandesa, que se caracteriza por dos condicionantes: por una parte, la cercanía del recurso y, por lo tanto, la posibilidad de competir en calidad y frescura y, por la otra, la ausencia prácticamente total de un mercado local, en un país en el que, paradójicamente, apenas se consume pescado. Llegar a tiempo a esos otros mercados, como el italiano, el francés o el español, donde sí se valora el producto, ha sido el principal reto al que se han tenido que enfrentar en los últimos años.

Esto explica que Irlanda se haya mantenido con una flota eminentemente artesanal que no ha tenido que acometer procesos de integración vertical. Apenas hay barcos con capacidad de procesamiento a bordo y, en términos generales, la producción se mantiene separada de la transformación y la comercialización, que sí se concentran. Para el éxito del negocio es más importante tener camiones que barcos.

La primera venta se realiza en subastas a través de cooperativas de productores, de las



IRELAND, THE RACE FOR NORWAY LOBSTER

With a product valued at 22 million euros in 2004 in foreign sales, Ireland is the third most important exporter of Norway lobster in the European Union. The market is currently going through a good patch: between January and October 2005, export figures rose to 26.8 million euros (23% more than in 2004) and the Norway lobster quota allotted to Ireland for 2006 is 8,167 tonnes, 11% more than in 2005. In this context, the BIM, the official body responsible for developing Ireland's fishing industry, took charge of promoting this product and, above all, of its qualities of freshness and quality due to the proximity of the grounds, and has committed itself to backing an expanding

processing and marketing industry. The allotted quota is the main limitation on an industry with a production capacity and a consolidated market, mainly in Italy, Spain and France. Logistics is vital in an industry such as the Irish one, which is characterised by two conditioning factors: the proximity of the resource and, therefore, the possibility to compete in quality and freshness, also, the practical complete lack of a local market in a country where, paradoxically, fish is hardly consumed. Reaching these other markets in time, such as the Italian, French or Spanish markets, where the product certainly is appreciated, has been the main challenge over the last few years. This explains the fact that Ireland has kept an eminently artisanal fleet that has not had to undergo any processes of vertical integration. There are precious few ships with the capacity to process on board and, in general terms, production keeps separate from the processing and marketing side, which are concentrated. For business success, it is more important to have lorries than ships. First sale is at the auction via producer cooperatives, the most important of which are the Fishermen's Cooperative Society of Clogherhead, in County Louth, representing 30% of the country's production; the Fishermen's Cooperative Society in Galway and Aran, in County Galway, and the Union Hall Cooperative, in County Cork. As far as processing and marketing are concerned, the company profile for this sector responds to a single model: companies established by seafaring families and, therefore, with an in-depth knowledge of the product and its possibilities.

Los camiones de Saltees Fisch describen la industria pesquera irlandesa, dependiente de una buena logística de transportes y condicionada por el bajo consumo local de productos del mar.



que las más importantes son la Sociedad Cooperativa de Pescadores de Clogherhead, en el condado de Louth, que representa el 30 por ciento de la producción del país; la Sociedad Cooperativa de Pescadores de Galway y Aran, en el condado de Galway y la Cooperativa Union Hall, en el condado de Cork.

En cuanto a la transformación y comercialización, el perfil de las empresas suele responder a un patrón: se trata de sociedades creadas por familias de pescadores y, por lo tanto, con un conocimiento profundo del producto y sus posibilidades. Es el caso de la empresa ya citada **Glenmar** y de **Saltees Fish**, en el puerto pesquero de Kilmore Quay, creada en 1996 por los cinco hermanos **O'Flaherty** que, en este caso, sí mantienen una flota propia dedicada fundamentalmente al pescado blanco con arrastre de varas y a la cigala. Los **O'Flaherty** han tenido, además, la feliz idea de rotular su flota de camiones con un elocuente "*Coma más pescado*", en referencia al ya aludido bajo consumo de productos del mar por parte de los irlandeses.

Lo habitual, no obstante, es que este tipo de empresas

compre cigala a los pescadores (por ahora locales o escoceses) en función de la producción en las diferentes áreas de pesca. Así nos lo explica **Paul Younger**, director de **Clanawley Kilmore International**, también de **Kilmore Quay**. Acaba de recibir seis toneladas de cigala procedente del caladero de Porcupine.

Preferencias

Younger se demuestra un gran conocedor de los mercados, y es capaz de identificar las preferencias de italianos, franceses e incluso de diferentes regiones de España en función de la procedencia del producto. **Younger** no oculta sus preferencias por la cigala de los caladeros del mar de Irlanda, de un color rojo intenso y buena textura. Asegura que franceses e italianos prefieren la que procede de la zona entre **Kilmore Quay** y el Canal de Inglaterra, porque es más parecida a las cigalas de la zona costera de Cork, del caladero Labadie, y de la costa Oeste, como la pequeña de la zona costera de Galway, ideal para exportar fresca porque los barcos están un máximo de dos días en el

mar o la de Porcupine, que es la más frecuente en el mercado español.

Sin embargo, este conocimiento del producto no se puede traducir en una mayor selección en función de las preferencias del mercado ya que las cantidades y la falta de constancia en la producción lo harían inviable. La selección sí se hace en función del tamaño, incluso con medios mecánicos, como el que funciona en **Glenmar**.

Por lo tanto, las empresas prefieren promocionar como ventajas para competir el hecho de que se trata de un producto muy fresco por la cercanía de los caladeros. De ahí su preocupación por mantener la cadena del frío hasta el momento en el que entra en el túnel de congelación o llega al consumidor.

En esta preocupación se enmarcan también las experiencias encaminadas al aprovisionamiento de los mercados con cigala viva que se transporta en tanques y en condiciones especiales, o la selección en el punto de primera venta de las cigalas vivas para su congelación inmediata, como hace **South East Fish Distributors**, empresa originaria de Wexford. ⚓