

who is doing the consuming? Who's fish? But more to the point: what, for whom? The objective should not be just to encourage the consumer with bright and colourful campaigns. There is an important, invisible task waiting to be carried out first: getting to know the consumer and, depending on that knowledge, segmenting the market. The development of fishfarming is a fine opportunity for starting this task as it puts onto the market a replacement product aimed at another segment, which can not or does not want to pay for the original product, or is aimed at

*de quién?, ¿de qué pescado?; y, sobre todo: ¿qué, para quién?. El objetivo no debe ser únicamente alentar el consumo mediante vistosas campañas. Hay una gran tarea invisible previa: conocer al consumidor y, en función de ese conocimiento, segmentar el mercado. El desarrollo de la acuicultura es una buena oportunidad para el comienzo de esa tarea por cuanto pone en el mercado un producto sustitutivo dirigido a otro segmento que no puede o no quiere pagar el producto original, o al mismo segmento pero en diferentes ocasiones. Solo una vez conocido el mercado y sus costumbres será efectivo crear marcas de calidad o denominaciones de origen y dedicar esfuerzos a la trazabilidad.*

*Toda una asignatura pendiente, que acentúa sus consecuencias en momentos como éste, en el que el sector viene de padecer todos los inconvenientes de ser considerado como sector primario en las "políticas comunes" europeas y que, ahora que se disparan los precios de las materias primas, está padeciendo todos los inconvenientes de no ser estrictamente un sector primario, como la caída de los precios en primera venta. ↴*

the same segment but on different occasions. Only when the market and its customs are known will it be effective to create quality labels or denominations of origin and direct efforts at traceability. Quite a case of matters pending, the consequences of which are highlighted at times such as this when the sector is suffering all sorts of drawbacks for being considered as a primary sector in the European "common policies", at a time when the prices for raw materials are soaring, it is suffering from not being a primary sector for reasons such as the fall in the first price sale.



## Nuevas posibilidades comerciales

**Carlos Losada**  
Jefe de Departamento  
de Explotación Pesquera  
y Medioambiente de la  
Autoridad Portuaria de Vigo

### NEW TRADE POSSIBILITIES

**Carlos Losada**  
Head of the Fisheries Exploitation  
and Environment Department at the  
Port Authority of Vigo

The symptoms are already being felt indicating that the crisis in the Spanish fishing industry has come to a stage where it is favourable and positive to look into new ways of marketing, ways which now depend on the sector. To mention just a few of these resources, food technology has created new, efficient cold preservation systems, one of the great challenges for our fleet and our market. While the commercial profitability of air transport still remains to be explored further and the use of information in real time with the prices for species on the main fish markets in the world all going down in price. Spain's high fish consumption

**Y** se pueden apreciar síntomas que indican que la crisis en la pesca española ha entrado en una etapa en la que resulta favorable y positivo analizar las nuevas posibilidades comerciales que ahora mismo están a disposición del sector. Por citar alguno de esos recursos, hay que mencionar que la tecnología alimentaria ha creado nuevos y eficientes sistemas de conservación en frío, uno de los grandes retos de nuestra flota y nuestro mercado y que aún no se ha explorado suficientemente la rentabilidad comercial del transporte aéreo y el uso de la información en tiempo real de la cotización de las especies en las principales lonjas pesqueras del mundo, autores todos ellos, de la actual caída de precios.

*El alto consumo de pescado en España, unos 37 kilos por persona y año, ha hecho muy atractivos nuestros mercados para países productores, no consumidores. Por ejemplo, los consumidores españoles tienen acceso a anchoas chilenas, que llegan por contenedor, a un precio muy competitivo y sin importar el factor tiempo, refrigeradas con nitrógeno líquido, una técnica que no altera las propiedades físicas ni organolépticas del pescado. Las posibilidades del transporte aéreo, que permiten acceder pescado desembarcado en Vigo a otros mercados, a un coste de unos dos euros el kilo. Un importante comercializador de Australia tiene el propósito de distribuir en nuestro mercado, pescado congelado en contenedores. Por el puerto de Vigo transita pescado cuya procedencia es todo el mundo. Como se dijo, todo parece señalar que ésta es una buena oportunidad para que los productores asuman la necesidad de valorizar los productos. De las especies en fresco que se subastan en Vigo,*

— around 37 kilos per capita per annum — means that our markets are very attractive for producer but not consumer countries. To take an example of this: Spanish consumers have access to Chilean anchovy coming in by container, at a very competitive price, where the time factor is unimportant, liquid nitrogen frozen, a technique that does not alter the physical or organoleptic properties of the fish. The possibilities afforded by air transport, mean that fish can be landed in Vigo at a cost of around two euros per kilo. A leading marketer in Australia is intending to distribute frozen fish by container in our market. Fish from all over the world goes through the port of Vigo. As said earlier, everything appears to point to the fact that it is a good opportunity for producers to realize the need to put value on products. Out of

the species auctioned in Vigo as fresh, probably as much as 20% could access the commercial chain with some kind of label. Experiences in this field suggest that it is the organizations in the sector that are responsible for launching this process which, among other factors, calls for specialized assessment, the capacity to set up associations among the producers and backing from the administrations. The advantages of fish no longer being just a raw material and becoming an identifiable product, with certain guaranteed qualities, are known to all. Another trend on the fish market is the appearance of operators specializing in certain species. A Norwegian company exclusively markets cod, giving it a privileged position in trading this product internationally, making it possible to have it integrated vertically and,

*seguramente hasta un 20% podrían acceder a la cadena comercial con algún tipo de marca. Las experiencias en esta materia sugieren que son las organizaciones sectoriales las encargadas de poner en marcha ese proceso que demanda, entre otros factores, asesoramiento especializado, capacidad asociativa entre productores y apoyos de las Administraciones. Las ventajas de que el pescado deje de ser solo una materia prima, para convertirse en un producto identificable y con determinadas cualidades garantizadas, son por todos conocidas.*

*Otra de las tendencias del mercado pesquero, es la aparición de operadores especializados en determinadas especies. Una empresa noruega comercializa exclusivamente bacalao, con lo que ha obtenido una posición privilegiada en el comercio internacional de ese producto, posibilitando la integración vertical y con ello un cierto control del precio de venta. El modelo comercial de especializarse en una especie, seguramente es transferible a otras. En nuestro caso, convendría explorar las posibilidades de los grandes volúmenes de merluza, lenguado, gallo y rape, especies objetivo de la flota gallega, que llegan a nuestros puertos.*

*Estas sugerencias están dirigidas a despertar reflexión y análisis en un sector organizado y que en otras ocasiones ha demostrado su capacidad innovadora y de adaptación, cuando le ha tocado desenvolverse en escenarios poco favorables. Saber pescar, transformar y transportar los productos es un valioso activo de los pescadores y empresas pesqueras españolas que, como lo han hecho las sociedades mixtas, también se puede exportar en forma de conocimiento o empresas de gestión indirecta de los recursos a terceros países.* ⚓

with that, to have a certain control over the sale price. The commercial model of specializing in a given species can certainly be applied to others. In our case in point, it would be useful to explore the possibilities of large volumes of hake, sole, megrim or monkfish, species targeted by the Galician fleet, that reach our ports. These suggestions are designed to arouse thought and analysis in an organized sector which, on other occasions, has been able to show its capacity to innovate and adapt itself when it has had to forge ahead in unfavourable scenarios. Knowing how to catch, process and transport products is a valuable asset in Spanish fishermen and fishing companies which, just as the joint ventures have done, can also be exported in the form of know-how or companies indirectly managing resources in third countries.

**MARELEC**

Hacemos la pesca más rentable para usted...

**Sistemas avanzados de pesaje y clasificación de pescado**

A bordo y en tierra

•

**Trazabilidad**

MARELEC nv • Kustweg 15, B-8620 NIEUWPOORT, Bélgica  
 tel +32 (0)58 23 51 98 • fax +32 (0)58 23 92 80 • www.marelec.com • info@marelec.com

EMENASA • Beiramar 75, 36202 Vigo • tel 986 299 514 • fax 986 298 945 • www.marelec.com • info@marelec.com