

Tasa anti-dumping para las importaciones de panga en EE UU

El sector pesquero teme que el aumento del impuesto provoque un desvío a Europa del producto, por lo que reclama que se adopte una medida similar

Las autoridades de Estados Unidos han elevado la tasa anti-dumping que aplican a los productos del panga procedentes de Vietnam entre un 100 y un 120 por ciento. De esta manera, por cada kilogramo de panga importado la tasa será de 4,22 dólares.

La Cooperativa de Armadorres del Puerto de Vigo (Arvi) se ha dirigido a la directora general de Asuntos Marítimos y Pesca de la Comisión Europea, Lowri Evans, para reclamarle que Europa adopte una medida similar.

El sector pesquero prevé que se vaya a producir un desvío hacia Europa de los productos de panga destinados a Estados Unidos. Piden por eso que se extreme el control de esas partidas para que no se produzca un aumento excesivo de las importaciones “con el riesgo que podría suponer tanto en el aspecto sanitario como en la alteración de la oferta en el mercado comunitario”.

La carta a la Comisión recuerda también “el método de producción del panga en Vietnam y los bajísimos salarios de las personas que producen este producto”, por lo que pide que se analice la posibilidad de implantar una tasa anti-dumping en la UE similar a la que ya existe en los Estados Unidos.

Las limitaciones para la entrada de panga en Estados Unidos no son nuevas. En el país norteamericano existe una industria de producción en acuicultura de “catfish”, la misma especie que el panga (*pangasius*), pero con unos métodos de producción más costosos y con mayores garantías de ca-

La tasa por cada kilo de panga en EE UU es de más de 4 dólares

En Norteamérica se frenaron los intentos de competencia desigual



Vietnam produce el panga en granjas de aguas salobres y pantanosas en el Delta del Mekong.

lidad. Esta fue la razón por la que las autoridades norteamericanas fueron las primeras en reaccionar para evitar la entrada de un producto que competía con el que ellos producían. En el caso de Europa, la estrategia de comercialización del panga fue la de competir directamente con los pescados blancos salvajes en las pescaderías, evitando informar al consumidor sobre las diferencias. [↴](#)