



ASTORKIZA, Kepa; ASTORKIZA, Inmaculada; VALLE, Ikerne del: "La comercialización de la pesca en la Comunidad Autónoma Vasca", *Itsas Memoria. Revista de Estudios Marítimos del País Vasco*, 4, Untzi Museoa-Museo Naval, Donostia-San Sebastián, 2003, pp. 489-498.

U·M

UNTZI MUSEOA · MUSEO NAVAL

Donostia · San Sebastián



Gipuzkoako Foru Aldundia
Diputación Foral de Gipuzkoa

La comercialización de la pesca en la Comunidad Autónoma Vasca¹

Kepa Astorkiza

Inmaculada Astorkiza

Ikerne del Valle²

Universidad del País Vasco

Este trabajo realiza un estudio de la comercialización de pescado en la CAV. Se hace especial mención a la comercialización de las capturas de la flota de bajura, debido por una parte al arraigo social de dicho subsector en la CAV y por otro a la situación en que vive inmerso, atezado entre los intereses de las empresas pesqueras industriales y las grandes cadenas de distribución, en un escenario caracterizado por la aceleración de los procesos de internacionalización de los intercambios comerciales. Parte de los resultados y reflexiones que se presentan se basan en la información obtenida a partir de una doble encuesta, realizada tanto a una parte de los patrones de bajura (para así conocer en mayor detalle la situación del subsector y la primera venta de pescado) como a una muestra representativa de mayoristas, grandes superficies, conserveras y congeladoras, agentes que conforman el siguiente escalón comercial tras la primera venta. El sector de bajura debe plantearse la utilización de estrategias comerciales tales como el etiquetado del pescado que informe al consumidor de parámetros tales como el lugar y fecha de captura, artes empleadas y sostenibilidad; así como de medidas de control que faciliten su verificación.

1. EL SECTOR PESQUERO EXTRACTIVO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA

De los tres subsectores en los que habitualmente se divide el sector pesquero vasco (bajura, altura y gran altura) (Tabla nº 1), el de bajura constituye sin duda alguna el de mayor arraigo social. A pesar de no ser el de mayor relevancia económica (puesto que le corresponde a la subflota de atuneros congeladores perteneciente al sector de gran altura) engloba al mayor porcentaje de barcos y trabajadores, abarcando además a un amplio abanico de municipios del litoral vasco³.

Al igual que ha ocurrido con el resto de subsectores pesqueros, la evolución del sector de bajura puede resumirse en una continua reducción (que no ha cesado desde 1986) del número de embarcaciones, del empleo directo así como del valor de la producción y valor añadido⁴ en términos constantes⁵ (Gráfico nº 2).

Tabla nº 1. Peso relativo de cada subsector pesquero en Euskadi (1999) (Miles de €)

INDICADORES	BAJURA		ALTURA		GRAN ALTURA				TOTAL
	Valor	%	Valor	%	BACAL. ARR. CON		ATUN. CON		
					Valor	%	Valor	%	
PERSONAL OCUPADO	2.586	55	992	21	323	7	765	16	4.666
Nº BARCOS	340	76	63	14	13	3	29	7	445
VALOR DE LA PRODUCCION BRUTA	60.197	24	49.037	19	13.766	5	132.145	52	255.144
VALOR ANADIDO BRUTO	43.927	32	27.160	20	8.807	6	56.311	41	136.205

Fuente: EUSTAT.

1. Este trabajo se ha beneficiado de financiación del Ministerio de Ciencia y Tecnología MCYT (SEC2000-1177).

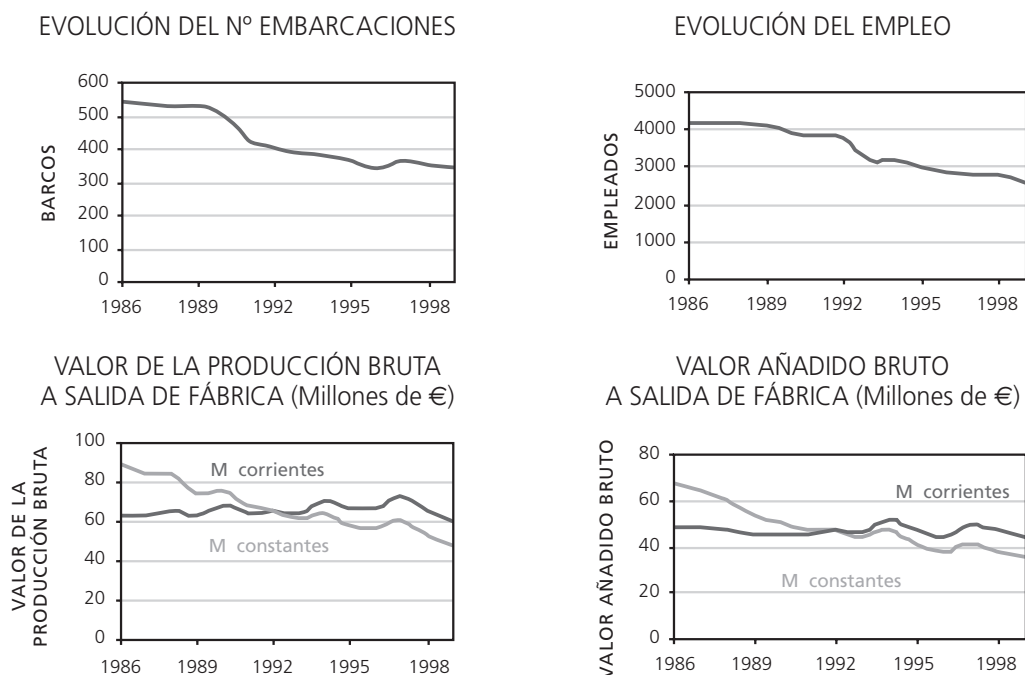
2. Los autores desean expresar su agradecimiento a todas las personas que en mayor o menor medida han hecho posible la finalización del mismo. En especial a los patrones de bajura y a los diferentes agentes implicados en la comercialización entrevistados, por su tiempo y desinteresada ayuda. Igualmente a Silvia Landeta y Josune Redondo por su enorme ayuda e inestimable colaboración.

3. El subsector de bajura se halla disperso por prácticamente la totalidad de puertos pesqueros vascos. Bermeo (con un 30% de las embarcaciones) es el principal puerto de bajura. Le siguen en importancia Hondarrabia (14%), Getaria (10%), Donostia (7%), Ondarroa (7%), Lekeitio (5%), Orío (5%), Plentzia (4%), Mutriku (3%), Santurtzi (3%), Mundaka (2%) y Elantxobe, Zierbana, Portugalete y Zumaia con apenas el 5% entre los cuatro puertos. Las embarcaciones del resto de subsectores se concentran en Ondarroa y Pasajes (altura al fresco y arrastreros congeladores) y en Bermeo (atuneros congeladores).

4. Valor de la producción – consumos intermedios (materias primas, otros materiales y gastos diversos).

5. La única excepción a esta afirmación la constituye la flota de atuneros congeladores.

Gráfico nº 2. Evolución del sector vasco de bajura (1986-1999)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del *Anuario Estadístico del Sector Agroalimentario* (Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco).

La importancia relativa del subsector de bajura y su merma tendencial son razones suficientes como para justificar un análisis más exhaustivo de dicho subsector. Con este fin se realizó una encuesta socio-económica⁶ a una muestra representativa de patrones que perseguía un mayor entendimiento sobre los factores de producción implicados en la actividad (características de la población pesquera y de los útiles empleados en la actividad –trabajo y capital–), la estructura de ingresos y costes y la forma en que se realiza la primera venta de pescado.

Lo cierto es que la flota de bajura recoge a un amplio abanico de embarcaciones que pueden agruparse en diferentes tipologías (naseros, palangreros, rederos, atuneros pequeños, cerqueros y embarcaciones de cebo vivo) atendiendo a los artes de pesca que mayoritariamente emplean así como a las especies objetivo que persiguen. La actividad de pesca de las tipologías con los barcos más pequeños («naseros⁷» y «palangreros⁸») se encuentra diversificada entre un amplio abanico de especies objetivo de alto valor económico⁹, descargadas en cantidades relativamente pequeñas. En el caso de los «rederos¹⁰» y de los «pequeños atuneros¹¹», a medida que el tamaño de las embarcaciones se incrementa la actividad de pesca deviene más dependiente de los dos oficios de pesca principales (costeras de verdel y de bonito), mientras que los otros oficios de pesca¹² constituyen una actividad complementaria durante el resto del año. Completan la flota de bajura las embarcaciones de mayores dimensiones («cerqueros¹³» y «embarcaciones de cebo vivo¹⁴») cuyas principales campañas son la de la anchoa y la del bonito¹⁵, aunque también destacan (sobre todo en relación a la cantidad) las capturas de verdel y chicharro.

6. Las encuestas socio-económicas se han realizado sobre una muestra de 114 patrones de embarcaciones de bajura, lo que representa algo más del 33% de la población objetivo. El año de referencia de la encuesta es 1999. El procedimiento de elección de la muestra fue el muestreo aleatorio estratificado.

7. El naseiro medio es una embarcación de alrededor de 8 metros de eslora (ESL), 50 kw de potencia (KW) y 7 toneladas de registro bruto (TRB). La tripulación media (TRIP) es de dos tripulantes.

8. Las dimensiones medias de los palangreros son ESL=10 m, KW=77, TRB=15; TRIP = 3.

9. Pulpo, pequeños crustáceos, lubina, merluza y congrio fundamentalmente.

10. Las dimensiones medias de los rederos son ESL=11 m, KW=75, TRB=15; TRIP = 3.

11. Las dimensiones medias de los pequeños atuneros son ESL=17 m, KW=190, TRB=40; TRIP = 6.

12. Merluza, salmonete y lenguado fundamentalmente.

13. ESL=17 m, KW=225, TRB=45; TRIP = 10, como media.

14. ESL=25 m, KW=410, TRB=115; TRIP = 15, como media.

15. Para más información sobre las flotas de cerco/cebo vivo implicadas en las pesquerías del bonito del norte y de la anchoa pueden consultarse ASTORKIZA, et al. (1997) y DEL VALLE, et al. (1998).

Respecto al perfil medio del patrón de bajura (varón, 45 años, originario de la CAV (90%), y con estudios específicos de pesca (43%)) es prácticamente en la totalidad de los casos el propietario/copropietario del barco. El 70% de los patrones declara no tener planeada la sucesión en la actividad, cifra que se eleva hasta incluso 75-85% en el caso del segmento de la flota que contiene a las embarcaciones de dimensiones menores.

El sistema de remuneración *a la parte* es el único que se practica en el subsector. En consecuencia, los salarios brutos presentan una alta correlación con los ingresos por capturas. Aunque hay que resaltar que existen diferencias muy significativas entre el volumen medio de ingresos entre las diferentes tipologías e incluso entre barcos de dimensiones similares dentro una misma tipología, son las embarcaciones pertenecientes a las tipologías que cuentan con las embarcaciones de mayores dimensiones las que lógicamente obtienen un mayor volumen de ingresos brutos. No obstante, cabe mencionar que dichas embarcaciones también obtienen mayores ingresos brutos por tripulante embarcado¹⁶. La media de ingresos brutos por tripulante de una embarcación de bajura ascendió a 25.000 € en 1999. Dicha cifra ha de interpretarse con mucha precaución, en tanto que la desviación típica es de 11.000 € y además existen diferencias importantes entre barcos y tipologías.

El salario bruto¹⁷ anual medio del sector pesquero de bajura para el año 1999 ascendió a 15.000 €, aunque nuevamente hay que resaltar que el peculiar sistema de remuneración a la parte implica que el nivel salarial de cada una de las embarcaciones sea diferente y dependa del volumen de ingresos obtenidos por cada embarcación. De ahí que haya importantes diferencias salariales dependiendo de la tipología¹⁸ e incluso entre embarcaciones similares dentro de cada tipología¹⁹.

La totalidad de patrones y pescadores del sector de bajura pertenecen a la Cofradía de Pescadores²⁰. Entre otras competencias, la Cofradía organiza y controla la primera venta del pescado en la lonja, mediante el procedimiento de subasta a la baja. Cabe destacar que el pescado no sufre ninguna manipulación específica desde que es capturado hasta que se realiza la primera venta (se descarga en fresco, entero y dispuesto en cajas). Por término medio el 77% de los ingresos que las embarcaciones obtienen de la primera venta proceden de las subasta realizada en dichas lonjas, mientras que éstas son utilizadas en mayor o menor cuantía por un 88% de los barcos encuestados. Cabe mencionar que mientras prácticamente la totalidad de la primera venta del pescado que capturan las embarcaciones de mayores dimensiones (embarcaciones de cerco y cebo vivo especializadas en las capturas de anchoa y bonito) se realiza en la lonja de la Cofradía, las embarcaciones de menores dimensiones (naseros, palangresos, rederos) realizan una parte significativa de sus ventas (en torno al 25%) al margen de la Cofradía.

Tabla nº 2. % de barcos que venden en cada destino

Lonja	Gran Distribución	Pescadería	Restauración	Mayorista	Particular	Venta directa
88	14	11	6	10	3	12

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta socioeconómica.

Nota: Cada barco puede vender en varios destinos a la vez.

2. ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PESCADO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA

Una vez que las capturas han sido desembarcadas en puerto, el sistema de comercialización de pescado tiene dos eslabones de distribución fundamentales: las lonjas y los mercados mayoristas.

Las Organizaciones de Productores (OP) y las Cofradías organizan la primera venta en sus respectivas lonjas mediante el sistema de subastas a la baja (denominadas también subastas holandesas) a las que

16. El ingreso por tripulante [Ingreso bruto / nº de tripulantes], que no hay que confundir con el salario, es más indicativo que el ingreso, ya que lógicamente las embarcaciones de mayores dimensiones obtienen unos ingresos brutos mucho mayores pero también embarcan a más tripulantes.

17. Los salarios brutos fueron estimados sustrayendo de los ingresos por venta de las capturas los gastos comunes (víveres, cebo, hielo, envases, etc.); la cantidad resultante así obtenida, se reparte entre la tripulación y los armadores en proporciones que varían según los puertos (45/55 o 50/50 normalmente). Por tanto, los salarios brutos recogerán aquel porcentaje que se destina al pago de los tripulantes por su trabajo, a los que habrá de restar las cargas sociales (entre el 25-30% del salario bruto) para obtener los salarios netos.

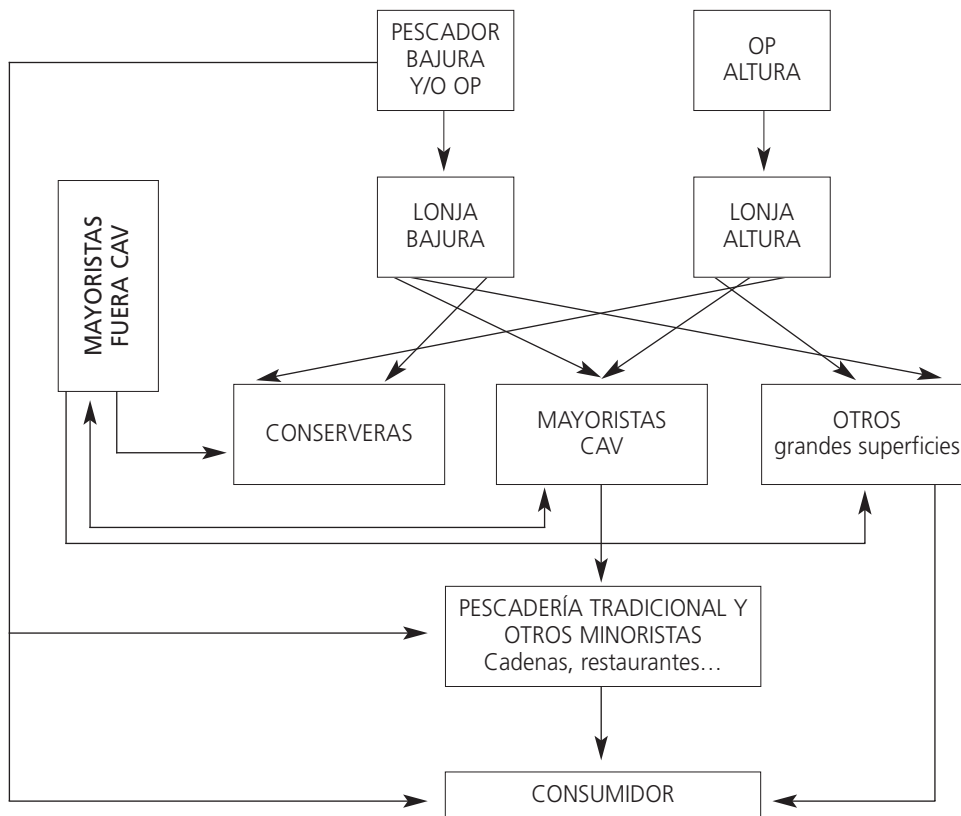
18. Por ejemplo, el nivel salarial medio de los palangresos y de los rederos más pequeños está en 5.000 € por debajo de la media del sector.

19. La desviación típica del nivel salarial dentro de la misma tipología llega incluso a 6.000 €.

20. Para obtener mayor información sobre las Cofradías de Pescadores en el País Vasco puede consultarse ASTORKIZA, et al. (2001).

pueden acudir y pujar por el pescado los operadores encargados de la compra y distribución de las capturas entre los diferentes demandantes de las mismas. Los operadores más importantes en este segundo nivel de intermediación son los mayoristas, los conserveros y eventualmente agentes de grandes superficies y cademas de distribución. Aunque de hecho una parte de las capturas se comercializa sin pasar por lonja, cabe mencionar que la mayor parte de las mismas pasan por la misma.

Diagrama nº 1: Los canales de comercialización del pescado fresco en la CAV



Fuente: elaboración propia.

Posteriormente, una parte importante de la pesca subastada se comercializa y distribuye a través de los MERCAS²¹, en los cuales se gestiona la distribución mayorista de los productos alimentarios (en especial la de los alimentos perecederos) y se pone a disposición de sus usuarios medios para asegurar las actividades complementarias (almacenamiento, conservación, logística de carga y descarga, el control sanitario etc). A los MERCAS acuden los comercios especializados, los restauradores, las pequeñas y grandes superficies de distribución etc. En la CAV existen dos MERCAS: uno generalista en Bilbao (Mercabilbao)²² y otro específico para la pesca en Gipuzkoa (Merka-Oiartzun)²³.

A pesar de la existencia de los MERCAS, en la CAV numerosas empresas mayoristas se ubican al margen de los mismos; así, 12 municipios gipuzkoanos albergan 58 empresas mayoristas y en Bizkaia 26 mayoristas tienen su central localizada en tres municipios distintos a Basauri. Los productos pesqueros de los que se abastecen proceden tanto de los desembarcos realizados en los puertos del País Vasco como de la

21. El sistema de los MERCAS se organiza a través de la Empresa Nacional MERCASA, empresa ésta que fue creada con el objetivo de evitar los costes de la dispersión de la oferta y la demanda, facilitar y clarificar la formación de los precios, así como reducir los costes de transacción derivados de las dificultades de concentración de la oferta y la demanda, y a través de la cual se organiza en la práctica la política alimentaria del gobierno.

22. Mercabilbao (inaugurado en 1971) contaba en 1999 con 24 empresas mayoristas en el mercado de pescados. Se comercializaron 38.000 toneladas de productos pesqueros por un valor de unos 140 millones de €.

23. En 1990 se creó en Gipuzkoa Merka-Oiartzun (centro de distribución específico para el pescado) en el que se encuentra una red de 40 mayoristas que en 1999 habían comercializado aproximadamente 20.000 toneladas de pescado.

UE y de terceros países. (Ver Diagrama nº1 para una visión panorámica de la cadena de comercialización de la pesca en la CAV).

Cuadro nº 3. Valor (miles €) de los flujos comerciales* de productos pesqueros de la CAV (1999)

PESCADO FRESCO**				PESCADO CONGELADO**			
EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)		EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)	
DESTINO	VALOR	ORIGEN	VALOR	DESTINO	VALOR	ORIGEN	VALOR
Francia	14.683	Francia	65.468	Ecuador	14.154	Ecuador	5.118
Italia	2.254	Dinamarca	14.112	R. Unido	3.338	EE.UU	4.110
Portugal	1.369	R. Unido	12.888	Francia	2.431	Francia	1.499
Grecia	362	Irlanda	12.320	Italia	2.371	Dinamarca	1.139
R. Unido	355	Namibia	11.443	Portugal	2.285	China	1.083
P. Bajos	136	Noruega	6.510	Colombia	1.921	Chile	906
Dinamarca	37	Sudáfrica	5.826	Dinamarca	69	Sudáfrica	728
Finlandia	8	Grecia	2.518	EE.UU	61	Noruega	575
Cuba	5	Italia	1.824	Marruecos	21	N. Zelanda	456
Alemania	0.4	P. Bajos	1.270	México	7	Madagascar	416
-	-	Otros	3.754	Otros	6	Otros	2.272
TOTAL	19.208	TOTAL	137.932	TOTAL	26.665	TOTAL	18.303
TC***	14%	TC	146%				
TOTAL PESCADO***				CONSERVAS			
EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)		EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)	
DESTINO	VALOR	ORIGEN	VALOR	DESTINO	VALOR	ORIGEN	VALOR
Francia	30.043	Francia	821.603	Francia	21.403	Ecuador	12.898
Ecuador	14.154	R. Unido	260.739	Italia	17.945	Dinamarca	11.325
Portugal	6.794	Ecuador	213.675	Alemania	4.001	P. Bajos	5.120
Italia	6.108	Dinamarca	158.445	R. Unido	2.880	Islandia	4.348
R. Unido	3.825	Irlanda	146.192	Suiza	1.663	Argentina	1.786
Colombia	1.921	Namibia	116.279	Marruecos	1.517	Noruega	1.577
Dinamarca	907	Noruega	71.484	Grecia	1.336	Marruecos	1.097
Grecia	800	Sudáfrica	70.145	Portugal	1.113	EE.UU	1.046
P. Bajos	146	EE.UU	64.700	EE.UU	817	Francia	840
EE.UU	115	Italia	53.507	México	807	Canadá	792
Otros	169	Otros	258.622	Otros	6.686	Otros	2.816
TOTAL	64.984	TOTAL	2.235.391	TOTAL	60.166	TOTAL	43.644
TC	29%	TC	138%				

Fuente: ICEX.

* El cuadro sólo recoge los 10 países origen / destino más importantes. El resto se han englobado en otros.

** No se incluyen ni los moluscos ni los crustáceos.

*** Se incluyen todos los pescados, moluscos y crustáceos, frescos y congelados.

**** Tasa de cobertura = (X/M)*100.

Con el fin de profundizar en el estudio de los pasos seguidos por el pescado una vez desembarcado y conocer más de cerca a los agentes implicados en la segunda venta de pescado, se realizó una encuesta a una muestra representativa de mayoristas²⁴, grandes superficies, conserveras y congeladoras.

Las grandes superficies, las conserveras y las congeladoras son las que presentan un mayor índice de concentración empresarial. Las *grandes superficies* destacan sobre las demás figuras comerciales mencionadas tanto por el número medio de trabajadores (358) como por el volumen medio de facturación de su pescadería (60,9 mill euros). Éstas vienen seguidas de las *conserveras* que tienen por término medio 116

24. En realidad hay tres tipologías de mayoristas: los localizados dentro de los «mercados», fuera de los «mercados» y los localizados tanto dentro como fuera. Cada una de las tipologías representa el 21%, 63% y 16% respectivamente de los mayoristas encuestados.

trabajadores y 12,5 mill. de euros de facturación. Las *congeladoras* se sitúan en el extremo opuesto y presentan un menor volumen de trabajadores y facturación (8 y 1,6 mill. euros respectivamente). Los *mayoristas*, que (sobre todo en Gipuzkoa) presentan una mayor atomización, declaran tener por término medio 11 trabajadores y 6,4 mill. de € de facturación anual.

Una gran parte de los mayoristas entrevistados (89%) realizan operaciones de importación y exportación de pescado. Todas las conserveras exportan sus productos a otros países y el 60% de los mismos dice importar pescado del extranjero para utilizarlo como materia prima de sus conservas. Por otro lado, las grandes superficies entrevistadas únicamente tienen actividad importadora de pescado (no lo exportan) y las congeladoras por el contrario sólo tienen actividad exportadora.

El Cuadro 3 muestra la balanza comercial de productos pesqueros de la CAV. En dicho cuadro se observa que la tasa de cobertura (TC) de pescado fresco es muy pequeña (14%), y, además, las exportaciones totales de pescados, moluscos y crustáceos –tanto en fresco como en congelado– sólo suponen el 29% de las importaciones de dichos productos. Únicamente el pescado congelado (sin incluir moluscos ni crustáceos) y las conservas de pescado presentan una balanza comercial positiva (TC igual a 146% y 138% respectivamente).

En términos generales, nuestros proveedores y clientes más importantes son los países europeos (Francia, Reino Unido, Dinamarca, Irlanda, Noruega, Italia, Grecia, etc.). Francia destaca entre todos ellos, ya que, sólo ella, abastece el 37% de las necesidades totales de nuestro mercado de productos pesqueros frescos y congelados. A pesar de que este país es también nuestro principal cliente, nuestras exportaciones totales a su territorio representan un pequeño porcentaje (37%) respecto a nuestras importaciones totales de sus productos. Los terceros países más importantes de los que nos abastecemos de productos pesqueros frescos son Namibia y Sudáfrica y en los productos congelados irrumpen con fuerza Ecuador, EEUU, China, Chile, Sudáfrica, Nueva Zelanda y Madagascar.

Los mayoristas vascos encuestados dicen importar una gran variedad de especies de «pescado blanco» en fresco, fundamentalmente de países europeos; aunque, según sus respuestas, Marruecos abastece el 40% de sus importaciones de calamar y el 20% de las de cabracho, y Túnez un 20% de sus importaciones de almejas. La mayoría de sus importaciones llegan en camión frigorífico (98%) y sólo una parte pequeña es transportada de manera combinada avión-camión (2%). Las grandes superficies entrevistadas importan también, fundamentalmente, pescado blanco fresco de países europeos, aunque en el caso de la merluza declaran importarla de Chile y Sudáfrica (las importaciones de esta especie ascienden al 80% de sus ventas). El camión frigorífico es el medio de transporte más utilizado en las importaciones que realizan las grandes superficies (82%), mientras que la combinación avión-camión es utilizado en el 18% de sus importaciones. Las conserveras importan bonito del norte y otros túnidos en fresco (Francia y otros países de la Europa atlántica) y congelado (Ecuador, Sudáfrica, Senegal, etc.). Los túnidos que se importan congelados llegan en barco a la CAV (75% de las importaciones) y en camión frigorífico en el resto de los casos.

En lo referente a la fuente de abastecimiento de sus productos, un elevado porcentaje de mayoristas 74% se abastece exclusivamente en las subastas de Lonja y sólo el 5,3% lo hace en otros mercados *mayoristas* con carácter exclusivo. El 21% de los mayoristas, por el contrario, dice abastecerse de ambas fuentes (lonja + mercados mayoristas). Si descendemos a la flota que abastece las necesidades de dichos mercados mayoristas, vemos que la flota artesanal y de bajura vasca abastece el 27% de sus ventas anuales, la flota de arrastre vasca el 30% y las flotas de otras comunidades autónomas abastecen el 18% de las mismas. El 25% restante se importa de flotas de otros países, el 20% de Europa y el 5% de flotas de terceros países no europeos.

En las grandes superficies domina la compra a mayorista, aunque una parte de su abastecimiento se hace directamente en lonja. Debido a ello, en la mayoría de los casos los operadores encuestados en este estrato dicen desconocer (o conocer sólo parcialmente) la flota que captura el pescado que venden.

Sólo el 40% de las conserveras se abastece en exclusiva de lonja, el resto (60%) dice abastecerse de lonja y mayorista. La materia prima que utilizan las *conserveras* entrevistadas procede en un 73% de capturas domésticas (18% de la flota artesanal y de bajura vasca, 50% de la de atuneros congeladores y 5% de flotas de otras regiones del Estado). Finalmente, la materia prima importada de flotas de otros países representa el restante 27% de su volumen de ventas (17% de flotas europeas y 10% de flotas de terceros países).

Las congeladoras son las únicas que se abastecen totalmente de la primera venta realizada en la subasta de lonja. El 99% de sus ventas proceden de la flota artesanal y de bajura vasca y el 1% restante de flotas de otras comunidades autónomas.

Una gran mayoría de mayoristas (89,5%) y el 50% de las grandes superficies entrevistadas responden negativamente a la pregunta de si realizan algún tratamiento tal como fileteado, despiezado, etc., al pescado en sus instalaciones. En cambio, todas las conserveras y congeladoras afirman tratar el pescado en sus instalaciones. La mayoría de las conserveras entrevistadas están especializadas en el tratamiento de túridos; así, todas ellas (100%) preparan atún blanco en escabeche y en aceite, mientras que «al natural» es fabricado por el 80% de los conserveros entrevistados. Sólo el 40% dice fabricar otros preparados a partir del atún. Las anchoas en salazón son a cierta distancia la siguiente especialidad de nuestras *conserveras* pues son fabricadas por el 60% de las mismas.

La mayor parte de los operadores considerados (*mayoristas, grandes superficies y congeladoras*) responde que una mayoría de sus ventas van orientadas al gran consumo. Las *conserveras*, por el contrario, diferencian mejor su producción y manifiestan orientar un 81% de su producción y venta al producto de calidad y el otro 19% al producto de consumo masivo.

Todos los operadores comerciales encuestados (100%) opinan que las capturas procedentes de la flota artesanal y de bajura poseen una imagen de mayor calidad. Las razones que se esgrimen para esa mayor calidad radican fundamentalmente en la forma artesanal en que ha sido capturado y tratado el pescado, su frescura, la tradición, aunque el peso que les concede cada operador varía en cada caso. Las respuestas más divergentes al respecto están en el estrato de las *conserveras*, las cuales dan un peso importante en su mejor imagen a la tradición (50%) así como al marketing y a la publicidad (25%). También existe un elevado consenso al afirmar que las especies capturadas por la flota de bajura perciben un precio más elevado.

Los compradores habituales del pescado fresco comercializado por los mayoristas y capturado por la de bajura son en primer lugar otros mayoristas del Estado 81% y 19% de otros países europeos, a continuación las pescaderías tradicionales (86% del País Vasco y 14% del resto del Estado), en tercer lugar las cadenas de supermercados y grandes superficies (87% de todo el Estado y 13% de países europeos) y finalmente las *conserveras* y fábricas de transformación (75% del Estado y 25% de otros países europeos). Merece la pena reseñar que el sector de la restauración no es un cliente de relevancia para los *mayoristas* ya que un elevado porcentaje de las necesidades de abastecimiento de este sector se satisfacen de compras directas a la flota artesanal vasca.

Los mejores clientes del pescado en conserva capturado por la flota artesanal y de bajura vasca son las empresas de distribución (estatales 55%, europeas 40% y de terceros países 5%), la restauración (del estado 87%, de Europa 8% y de otros países 5%), las cadenas de supermercados y *grandes superficies* (del estado 92% y europeas 8%) y finalmente la pescadería tradicional.

3. LOS RETOS DEL SECTOR ANTE LAS CONSECUENCIAS DE LA LIBERALIZACIÓN DE LOS MERCADOS Y LAS NUEVAS PAUTAS DE CONSUMO

Una primera fase del proceso de liberalización de los productos y mercados pesqueros para la flota de la CAV (y lógicamente para el resto de comunidades) se remonta a la incorporación de España a la UE, con la consiguiente eliminación de los aranceles entre los intercambios comerciales entre los países miembros y la creciente rivalidad por las capturas entre las distintas flotas europeas.

Una nueva fase del proceso de liberalización se ha producido con la aceleración y la puesta a punto de nuevas tecnologías de la información (internet, telefonía móvil, etc.), hecho que ha posibilitado una mayor interrelación de los mercados en general y de los pesqueros en particular. Al igual que ha ocurrido con prácticamente la totalidad de los sectores económicos, se han abaratado enormemente los costes que conlleva la interacción entre demandantes y oferentes. Actualmente es factible, e incluso económicamente rentable, estar conectado simultáneamente con lonjas y mercados mayoristas de pescado distantes, y organizar el transporte para colocar en nuestro mercado la pesca descargada en puertos relativamente lejanos (Bretaña, Normandía, etc.).

Simultáneamente se ha producido un considerable abaratamiento de los costes de transporte aéreo. En consecuencia, se han reforzado las relaciones entre mercados muy distantes, y el comercio masivo de bienes perecederos, que pocos años atrás parecía poco factible, se ha convertido en habitual, aumentando además, tanto en volumen como en valor, a un ritmo exponencial. Además de las crecientes importaciones de pescado que inyectan pescado capturado por flotas muy lejanas (EE.UU, Perú, Ecuador, etc.) por vía aérea, algunas empresas pesqueras vascas (a este y al otro lado del Bidasoa) han diversificado su escala de actividades, hasta el punto que tienen a sus barcos pescando en el box irlandés, descargan sus cap-

turas en los puertos de aquellas latitudes y las transportan en camión hasta las subastas de Pasajes u Ondarroa. Ciertamente este último fenómeno está vinculado, además de con la disminución relativa del tiempo y del coste del transporte, con el hecho de que la gran demanda de pescado que existe en nuestros mercados hace que los precios que se consiguen en la CAV sean sensiblemente mayores.

A las circunstancias anteriormente mencionadas hay que añadir las profundas y progresivas transformaciones que a escala mundial se han venido produciendo en los modelos alimentarios y hábitos de consumo que impulsan los nuevos estilos de vida. Las nuevas exigencias del mundo laboral (que imponen cada vez más la comida fuera del hogar) y la incorporación de ambos cónyuges al mercado de trabajo son (entre otros) factores que han propiciado un paulatino alejamiento de los modelos alimentarios de décadas precedentes. Lo cierto es que el tiempo que se dedica a la cocina es cada vez menor, y ésto ha fomentado la demanda de «productos servicio» (productos que llevan incorporado algún tipo de proceso de elaboración) en detrimento de los alimentos frescos no elaborados²⁵. Estos cambios en los patrones de consumo han venido además acompañados por una progresiva transformación del modelo de comercialización tradicional que ha supuesto un aumento de la importancia de las grandes superficies (que cuentan con una estructuración y organización apropiada para la comercialización masiva de productos) en detrimento de las tiendas tradicionales.

Como una especificidad a tener en cuenta, cabe mencionar que aunque el pescado fresco está muy arraigado en la dieta alimentaria de nuestro entorno, el consumo de los productos pesqueros no ha escapado a la tendencia creciente de los «productos servicio», que en sus diversas modalidades (fileteados, precocinados, congelados, surimi, sucedáneos de angulas etc.) están en general impulsando una disminución relativa del consumo de pescado en fresco.

Ante los efectos que el fenómeno de la «mundialización» de los intercambios comerciales está teniendo sobre los productos y mercados pesqueros, los pescadores artesanales se han visto en muchos casos obligados a adaptar sus estrategias productivas, tecnológicas y organizativas, pero lo cierto es que parecen haber relegado a un segundo nivel las cuestiones relacionadas con la comercialización de sus capturas. Se observa además que los diferentes actores implicados en el proceso de comercialización (mayoristas, industrias conserveras, grandes superficies, minoristas, etc.) se están adaptando con mayor velocidad a las condiciones del mercado globalizado, ya que muchos de ellos están adoptando medidas de concentración empresarial, acuerdos de integración vertical y horizontal entre empresas y decisiones de diversificación de las inversiones en diferentes modalidades de los procesamientos del pescado que están configurando un panorama del sector acorde con las condiciones del mercado globalizado (GOUIN y FADY, 2000).

La flota de bajura (especialmente la artesanal) no puede competir ni en cantidad ni en precio con las capturas de las flotas industriales (tanto próximas como distantes) y tiene por ello pocas posibilidades de introducirse, incluso como materia prima, en los «productos de servicio» que las grandes superficies y las empresas de transformación ofertan. Tampoco le resultará fácil enfrentarse a las estrategias comerciales de las grandes superficies y conglomerados empresariales que se están configurando. Ante estas circunstancias, la estrategia de comercialización de sus capturas debería orientarse hacia la *diferenciación de producto* incidiendo sobre todo en la *calidad*, estrategia que parece avalar la imagen dominante de «producto de calidad» que ha tenido y tiene en nuestro entorno la pesca desembarcada por la flota de bajura y que se resume en el dicho «del mar a la mesa».

Sin embargo, la apuesta por la calidad no es suficiente. Como norma general, el consumidor de productos pesqueros no conoce, a menos que sea convenientemente informado, ni el origen y ni el procedimiento extractivo de los productos pesqueros que consume. Por lo tanto, sería conveniente desarrollar *etiquetas* que cumplan el papel de *marcas colectivas*, y que faciliten a los consumidores información sobre las cualidades del pescado. Las etiquetas deberían contener aspectos diversos con el fin de captar a consumidores potenciales: una Certificación Azul indicando que no ha tenido manipulación artificial alguna, una Certificación de las Aguas en las que se ha realizado la captura, una Certificación del Lugar de Procedencia de la captura, una Certificación de Pesca Responsable, etc. Todo ello diseñado con el objetivo de convertirse en una especie de certificado de calidad y de trazabilidad, aún teniendo en cuenta todas las dificultades que tiene la aplicabilidad de esa noción en el medio marino, y de sobra comentadas en la literatura especializada. Así mismo, para garantizar la credibilidad de las etiquetas, debería establecerse un

25. El gasto en comida fuera del hogar (que actualmente representa en torno al 25% del presupuesto familiar destinado a alimentación) ha crecido en la última década el 109% (DÍAZ C. y GÓMEZ B. (2001)).

riguroso control de la veracidad de lo que se señala en dichas certificaciones, lo que a su vez requiere de inversiones que sostengan la red de instalaciones adecuadas tanto en el barco como en el puerto²⁶.

Además de la apuesta por resaltar la calidad de las especies de mayor valor comercial (en las que normalmente no se recomienda manipulación alguna), el sector tampoco debería resignarse a dejar en manos de terceros el tratamiento y manipulación de algunas especies de menor valor comercial. De la encuesta realizada a los patrones de bajura se ha podido concluir que los pescadores no realizan ninguna operación de procesado con sus capturas. Se limitan a seleccionar el pescado por tamaños y disponerlo en cajas con hielo. Sin embargo, con unas mínimas inversiones, los propios pescadores podrían abordar la puesta en práctica de las fases más elementales del procesado del pescado (dejando el pescado eviscerado, sin espinas o eventualmente incluso fileteado) pudiendo así beneficiarse del valor añadido generado y en última instancia ver así aumentados sus ingresos.

Aunque el principal objetivo de la batalla por la diferenciación del producto en base a la calidad sea el consumo al fresco, hay que recordar que una parte importante de las capturas de la flota de bajura (especialmente en lo que respecta a la anchoa y el bonito) va destinada a la industria de transformación (conservas). En este caso, se trataría de apostar por hacer resaltar el diferencial de calidad de la materia prima frente a otros transformados de presentación similar, incidiendo en la óptica de las presentaciones y producciones de productos de gama alta.

4. CONCLUSIONES

El sector pesquero de la CAV en general y el de bajura en particular han padecido un continuo proceso de reconversión que no ha cesado desde mediados de los años 80. Prueba de ello es la manifiesta disminución en el número de embarcaciones y efectivos embarcados así como del valor añadido del sector, sin olvidar los síntomas de sobreexplotación que se han venido detectando en algunas especies objetivo.

A ello hay que añadir la mayor competencia que ejercen las importaciones crecientes de pescado (de procedencias cada vez más lejanas) como consecuencia de la liberalización de los mercados, las nuevas tecnologías y la disminución relativa del coste de los transportes. Tampoco hay que olvidar la paulatina transformación de las pautas de consumo en favor de los llamados «productos de servicio», aunque los mercados autóctonos siguen siendo fieles al consumo de pescado fresco.

Además, de cara al futuro, prácticamente todas las instituciones implicadas en la gestión y conservación de los recursos pesqueros parecen estar comprometidas en la búsqueda de fórmulas que garanticen la sostenibilidad de los *stocks* y las estrategias de pesca responsable, reduciendo considerablemente (e incluso eliminando) las ayudas directas para fomentar la sostenibilidad de los ingresos de los pescadores.

Consecuentemente, las posibilidades de mantener al subsector en los niveles de ingresos y rentabilidad comparables a otros sectores económicos, no van a venir del aumento de sus capturas, ni de subvenciones, sino de la obtención de un mayor valor monetario por el pescado desembarcado. Por lo tanto, la única forma de impulsar los ingresos es consiguiendo que a similares niveles de capturas, se obtenga un mayor volumen de ingreso por las mismas, dando siempre por sentado que éstas se obtienen a mínimos costes.

Una estrategia factible para conseguir el objetivo señalado es la búsqueda de métodos que pongan de relieve los valores intrínsecos de las capturas procedentes de la flota de bajura: la frescura y calidad por un lado y (fuertemente ligada a la misma) el procedimiento selectivo empleado para capturar el pescado. En esa dirección, una vía interesante es la política de diferenciación del producto mediante etiquetas que fortalezcan los aspectos antes mencionados.

Una vía alternativa (especialmente indicada para las especies de menor valor comercial) sería la puesta en práctica de políticas dirigidas a asumir como propias algunas de las labores básicas de valorización del pescado (eviscerado, deshuesado u otros) que actualmente se realizan por agentes ajenos al sector extractivo y podrían conducir a incrementar el valor de las capturas.

En cualquiera de las opciones señaladas serían necesarias inversiones que el sector debería evaluar e implementar, preferiblemente de manera colectiva, ya que de esta forma además de verse disminuidos los

26. Existen ya experiencias puntuales de etiquetado de certificación de pescado capturado mediante artes selectivas. La más cercana es la del bonito del norte que en su día fue bien acogida por los consumidores y los pescadores.

costes de transacción, se consiguen economías de escala y mayor poder de negociación ante los demás interlocutores implicados en la comercialización, quienes cuentan con fuertes niveles de concentración empresarial y sectorial.

Indiscutiblemente, las Cofradías de pescadores, han jugado y aún juegan un papel fundamental en la primera fase de la comercialización de los productos pesqueros, organizando y controlando la primera venta de pescado en las lonjas. En el momento actual podrían implicarse, junto con la Administración, en al menos parte de las exigencias que plantea este reto. Cuentan para ello con la experiencia de haber mediado, y en muchas ocasiones con éxito, en la resolución cooperativa de problemas cruciales relacionados con la extracción y la comercialización del pescado.

BIBLIOGRAFÍA

- Anuario Estadístico del Sector Agroalimentario* (varios años), Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- ASTORKIZA, K; DEL VALLE, I.; ASTORKIZA, I. (1997): «La flota del Cantábrico en la pesquería del atún blanco del Atlántico Norte», *Papeles de Economía Española*, nº 71, pp. 252-263.
- ASTORKIZA, K.; DEL VALLE, I.; ASTORKIZA, I. (2001): «Posibilidades de Pervivencia de la Cogestión en las Pesquerías de la Unión Europea: El Caso de las Flotas Artesanales de la C.A.V.», en *Zainak*, nº 21, Eusko Ikaskuntza, pp. 49-62.
- ASTORKIZA, K; DEL VALLE, I; ASTORKIZA, I. (2000): «The regulatory capacity of the Cofradías in the Cantabric region», *Management Institutions and Governance systems in European Fisheries*, CEMARE Miscellaneous Publication, pp. 196-210.
- DEL VALLE, I.; ASTORKIZA, I.; ASTORKIZA, K. (1998): «La Pesquería de la Anchoa del Cantábrico: Evolución y Perspectivas», *Ekonomiaz*, nº 41, pp.225-247.
- DÍAZ, C. y GÓMEZ, B. (2001): «Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación», *Distribución y Consumo*, Noviembre-Diciembre.
- GOUNG, S. y FADY, A (2000): «Seafood products enhancement: the case of artisanal fishing in France», IIFET 2000, Corvallis (Oregón).
- PUENTE, E. (1993): *La pesca artesanal costera en aguas vascas*, Colección Itxaso nº 11, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria.
- Páginas de EUSTAT (www.eustat.es), ICEX (www.icex.es), MERKA BILBAO (www.mercabilbao.es), MERKA OIARTZUN (www.sarenet.es).