

COMERCIALIZACIÓN DE LA ACUICULTURA

1 Pescado de acuicultura

1.1 Producción

En la actualidad existen dos grandes grupos comercializadores de pescado de acuicultura en Canarias: "Acuicultura Marina de Canarias (Acuimarca)", cuya central se localiza en Tenerife, y "Doradas y Lubinas de Canarias (Dylcan)", cuya central comercializadora se localiza en Gran Canaria. Entre ambas se comercializa la producción de 14 empresas, distribuidas paritariamente entre ambas provincias canarias. Según datos del POSEICAN (PESCA), en el año 2004 la producción superaba las 2.800 toneladas de productos de acuicultura en Canarias, y para el año 2005 se acercaría a las 5000 toneladas obtenidas por 15 empresas. En relación a la producción del producto de acuicultura a nivel nacional, Canarias representa menos de un 1% de la producción total, situándose en cuarto lugar por detrás de Galicia, Andalucía o Murcia, pero si sólo se tuviera en cuenta la producción de dorada y lubina, Canarias estaría produciendo alrededor del 20% de la obtenida en España. En la actualidad se crían en Canarias, por el sistema de cultivo intensivo, principalmente doradas y lubinas. La producción de la dorada representa un 63.2% de la producción canaria, seguida de la lubina que representa un 34.7%. De forma residual se encuentra una producción de túnidos de algo más de 50 toneladas, y que representa apenas un 2.1% de la producción total. La producción de pescado de acuicultura en Canarias es superior a la demanda interior, de manera que la mayoría del producto de acuicultura se produce para la exportación, bien al mercado peninsular o bien al extranjero, como por ejemplo al Reino Unido, Portugal, Alemania o Estados Unidos, alcanzando el 77% de la producción.

1.2 Control de calidad

Las granjas de acuicultura de Canarias están sometidas a estrictos controles de calidad del proceso productivo, desde la llegada del alevín hasta la entrega del producto final. Algunas grandes superficies de distribución, establecen unos controles de calidad propios que garantizan los requerimientos establecidos para que el producto de acuicultura que comercializan bajo su marca propia tengan una garantía de calidad adicional. En estos casos, se trata del único pescado fresco presentado en las pescaderías con una marca o etiquetado específico, en forma de stick, que aporta información añadida al consumidor sobre su origen.

1.3. Transformación

Hasta la fecha las empresas comercializadoras de acuicultura de Canarias no están transformando el producto en salas de elaboración propias. La transformación del producto pesquero en el caso de la dorada y la lubina pueden ser a un nivel de eviscerado, listo para preparar "a la sal" o en el microondas o, como marcan las nuevas tendencias en las últimas Ferias Internacionales Seafood, a un nivel de fileteado y embandejado. La comercialización en las grandes superficies del producto de acuicultura tiene idéntico tratamiento al producto pesquero fresco, y como tal, en muchas ocasiones se presenta, además de entero en la pescadería tradicional, transformado y expuestos en los lineales para el libre servicio. En estos casos, son intermediarios, o incluso las mismas cadenas de distribución con sus propias salas de elaboración las que transforman el producto fresco de acuicultura. La elaboración del producto fresco de acuicultura y su presentación en formatos de ración, sería un paso más en la comercialización, y aportaría un valor añadido respecto a la creciente competencia de producto de acuicultura, tanto a nivel nacional como internacional. En este sentido, las dos empresas que comercializan el producto de acuicultura criado en Canarias, están proyectando la incorporación de salas de elaboración propias para transformar el producto.

1.4. Empaquetado y etiquetado

En la actualidad el producto se comercializa con un formato industrial, cajas de unos 10 kilos orientados a un consumo al por mayor, ya sea en hostelería o alimentación. Las cajas están perfectamente etiquetadas y tienen su código de trazabilidad del producto, gracias al cual es



posible conocer, no sólo el origen del pescado desde el alevín, sino también los lotes de pienso con los que se ha alimentado a lo largo de la vida del producto, la fecha de la pesca, etc. Sin embargo, al igual que sucede con el producto congelado, una vez que el producto es vendido por las comercializadoras, salvo en el caso de las marcas propias de determinadas cadenas de alimentación, es imposible identificar y diferenciar a simple vista el producto de acuicultura canario en las pescaderías. Este hecho se agrava en los casos en los que las etiquetas de la pescadería de las grandes cadenas de distribución, obligatorias por normativa nacional y comunitaria, son comunes para todo el territorio nacional, y en el indicativo de zona de producción tan solo se figura: "España".

1.5. Exportación

El producto de acuicultura canario se exporta en su mayoría al resto del territorio nacional, y de forma residual a otros países como Reino Unido, Portugal, Alemania o Estados Unidos. Las empresas comercializadoras de acuicultura canaria se plantean una estrategia de exportación intensiva, compitiendo con producto de acuicultura de todo el mundo. Los países en los que se está desarrollando en mayor medida el consumo de producto de acuicultura son aquellos con menos tradición pesquera y con menos cultura gastronómica por el pescado, principalmente Europa Central y Estados Unidos. En los mercados tanto nacionales, como internacionales la acuicultura canaria compite fuertemente con la acuicultura de Grecia, Turquía y Croacia que producen las mismas especies y venden a menor precio. En este sentido, existe la sospecha de que determinados países productores con excedente de producción están introduciendo producto en el mercado por debajo del precio de producción, con el fin de cubrir al menos los costes fijos de las granjas. Estas razones están empujando a los productores canarios a tratar de buscar nichos de mercado donde no hayan penetrado estos operadores internacionales.

1.6. Importación: precio vs. fresca

La producción de acuicultura canaria es superior a la demanda interior. A pesar de ello, en la actualidad se está importando producto de acuicultura de otras regiones o países, principalmente de otros puntos de península o de Grecia, principalmente por motivo de precios. Las grandes cadenas de distribución establecidas en las islas, compran producto de acuicultura habitualmente a las granjas canarias a través de sus comercializadoras. Aún así y en ocasiones, importan producto de fuera comprado a través de plataformas de aprovisionamiento nacionales a otros proveedores más competitivos en precio. La importación de producto de acuicultura antepone el precio a la frescura del producto. Las comercializadoras de acuicultura de granjas canarias ponen el producto en el mercado, listo para su compra o consumo en un máximo de 24 horas tras la matanza, mientras que un producto importado tarda de 5 a 7 días en llegar al punto de venta o consumo. La práctica imposibilidad, en la mayoría de los casos, de conocer la procedencia del producto, hace muy difícil valorar el factor frescura del producto canario, entre los compradores o consumidores.

1.7. Distribución interior

Las comercializadoras de acuicultura de granjas canarias distribuyen principalmente a través de cuatro canales:

- . Distribuidores
- . Mayoristas
- . Grandes superficies y cadenas de supermercado.
- . Distribución directa: restauración y pescaderías.

Los distribuidores son el principal cliente de las empresas de comercialización de acuicultura. La cobertura geográfica de estos intermediarios garantiza la penetración del producto en un gran número de puntos de venta en todo el archipiélago, así como en numerosos establecimientos de hostelería. Los mayoristas representan un porcentaje de negocio pequeño dentro



de la producción canaria. Estos mayoristas en ocasiones se encargan de la transformación y elaboración del producto para su venta bajo otros formatos o preparaciones. Las grandes superficies se abastecen, por lo general y siempre que no compren a través de la plataforma en península, unas tres veces por semana, por lo que siempre cuentan con producto fresco de acuicultura canaria. Por último, la distribución directa es minoritaria en el subsector de la acuicultura. Los formatos bajo los que se comercializa el producto directamente desde las comercializadoras son grandes, y por ello no son accesibles directamente para el pequeño comerciante o restaurador.

1.8. Compra y consumo

Una de las principales ventajas de la acuicultura es que permite planificar la producción en función de las previsiones de consumo realizadas en cada momento, tanto de especies como de tamaños dentro de cada especie. Si bien existen todavía algunas barreras al pescado de acuicultura en Canarias, lo cierto es que cada vez más las empresas distribuidoras consideran que la información con la que cuentan los consumidores es cada vez mayor, y como respuesta la aceptación del producto aumenta. Se trata de un producto muy cómodo y fácil de cocinar, con mucho producto aprovechable y poca espina. Se comercializan doradas y lubinas, principalmente, de diferentes tamaños que permiten cocinar según las raciones.