



INTERNATIONAL CONSULTANTS

---

# INFORME DE SEGUIMIENTO DEL MERCADO ESPAÑOL SECTOR PESCA – CONGELADO Y COSERVA

29 Marzo 2011

---



ACE

INTERNATIONAL CONSULTANTS

*Los contenidos de este informe reflejan la opinión de los consultores. Los consultores certifican que lo expresado es en base al mejor de sus conocimientos y creencias y es cierto y verdadero. Los análisis extraídos, opiniones y conclusiones están limitadas a los supuestos y condiciones establecidos y son imparciales y basadas en un análisis profesional e independiente. Los consultores no son responsables de la veracidad de los hechos aquí reflejados.*



Sagunto 17. Madrid 28010. SPAIN  
T: (+34) 91 435 15 67 F: (+34) 91 435 01 84  
[www.aceconsultants.eu](http://www.aceconsultants.eu)  
[aceconsultants@aceconsultants.eu](mailto:aceconsultants@aceconsultants.eu)

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

	página
1. INTRODUCCION	I
2. INFORMACIÓN DE LA DEMANDA	I
2.1 Información general estadística del mercado	I
2.2 Seguimiento de la demanda	I
3. INFORMACIÓN DE LA OFERTA	11
3.1 Pescado y marisco congelado	11
3.2 Conservas y preparados de pescado	12
4. COMERCIALIZACIÓN	15
5. ACTIVIDADES ANTENA	17
5.1 Oportunidades comerciales	17
5.2 Consultas	18
5.3 Entrevistas	18
5.4 Acciones de acompañamiento	19

**I INTRODUCCION**

El presente informe recoge el seguimiento puntual de información respecto al sector pesca en España correspondiente al mes de marzo de 2011, como continuación al informe presentado con fecha el 28 de febrero de 2011.

**2 INFORMACIÓN DE LA DEMANDA**

**2.1 INFORMACIÓN GENERAL ESTADÍSTICA DEL MERCADO**

**2.1.1. PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS**

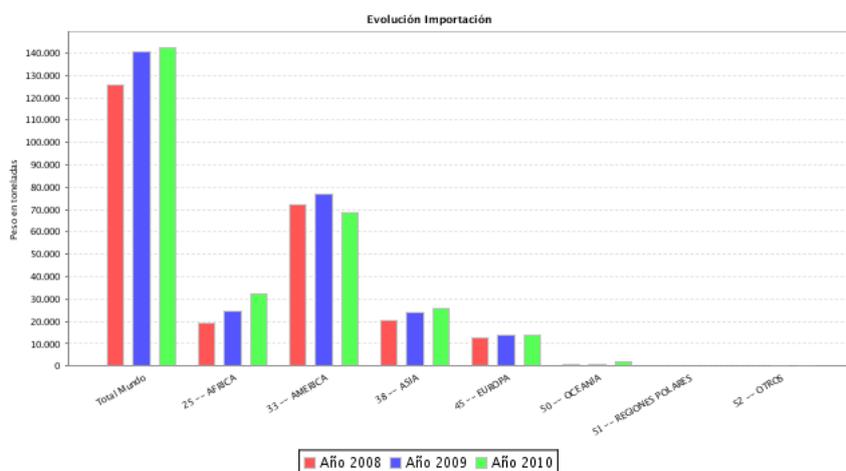
No se han producido novedades a destacar a nivel estadístico respecto al informe mensual entregado el pasado mes de febrero.

**2.1.2. CONSERVAS Y PREPARADOS DE PESCADO**

Tabla 2.1. Importaciones españolas de la partida 16.04 – Importaciones españolas de preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado)– CONSERVAS DE SARDINA PERUANA Y CONSERVAS DE ATUN (ATUN, MELVA Y BONITO)

Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
<b>Total Mundo</b>	<b>125.474,08</b>	<b>10.193</b>	<b>140.646,44</b>	<b>10.337</b>	<b>142.441,55</b>	<b>10.727</b>
AFRICA	19.500,82	1.834	24.815,22	2.360	32.526,82	2.778
AMERICA	72.010,05	2.346	77.069,30	2.315	68.555,55	2.158
ASIA	20.516,85	856	24.130,02	834	25.628,12	996
EUROPA	12.950,84	5.138	14.053,82	4.803	13.919,77	4.730
OCEANIA	495,51	19	555,9	19	1.810,34	56
REGIONES POLARES						
OTROS			22,17	6	0,95	9

Grafico 2.1. Evolucion de la importacion de la partida 16.04 (Periodo 2008-2010)



Como podemos apreciar en la tabla y gráficos anteriores, las importaciones en España de la partida de 16.04, en donde se clasificarían entre otros las conservas de sardina peruana y de atun, bonito y melva (productos objeto del estudio), el pasado año 2010 continuó la tendencia ascendente en el volumen y

número de operaciones. Concretamente, el volumen importado de todo el mundo el pasado año 2010, significó un aumento del 13,5% respecto al año 2008.

El continente africano ha sido el área geográfica que ha marcado esta tendencia al alza, seguido del asiático en menor medida. No así el área de América, de donde han disminuido las compras españolas de esta partida.

Ecuador, el país americano proveedor que más conservas de la partida 16.04 suministra a España ha visto como el volumen se reducía un 6% el pasado año 2010, después que en 2009 se había incrementado en un 4%. Lo mismo ha ocurrido con Salvador, que ha visto como el volumen de compras de España en la partida 16.04 se reducía el pasado 2010 en 31,15 respecto al año 2008.

Sin embargo, aunque el volumen no es muy alto, Guatemala ha manifestado una tendencia de crecimiento de hasta casi cuatro veces más en su volumen de exportación el pasado año 2010 respecto al año 2008.

En el caso de Perú, el volumen de compras españolas de la partida 16.04 se ha reducido en un 24,1% en los últimos dos años.

Tabla 2.2. Evolución de las importaciones españolas (volumen y nº de operaciones) de la partida 16.04 en los últimos 3 años, procedentes de los países más relevantes como proveedores

Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
AMERICA	72.010,05	2.346	77.069,30	2.315	68.555,55	2.158
AMERICA DEL NORTE	1,62	6	11,59	7	0,39	12
ISLAS DEL CARIBE	1,99	1				
AMERICA CENTRAL	16.551,35	733	20.719,91	674	18.396,74	524
BZ -- Belice						
CR -- Costa Rica	42,83	5	39,5	5		
GT -- Guatemala	2.682,03	34	5.853,26	127	8.806,16	141
HN -- Honduras						
NI -- Nicaragua						
PA -- Panamá					0,96	2
SV -- El Salvador	13.826,49	694	14.827,15	542	9.589,63	381
AMERICA DEL SUR	55.455,09	1.606	56.337,80	1.634	50.158,42	1.622
AR -- Argentina	798,4	73	375,88	57	623,82	52
BO -- Bolivia						
BR -- Brasil	132,3	2	422,51	5	188,76	1
CL -- Chile	39,46	6	54,61	5	16,05	3
CO -- Colombia	681,17	9	692,51	36	462,37	10
EC -- Ecuador	49.639,58	1.253	51.114,11	1.281	45.599,28	1.321
FK -- Malvinas						
GF -- Guyana Francesa						
GY -- Guyana						
PE -- Perú	3.857,82	224	3.316,07	198	2.924,52	187
PY -- Paraguay						
SR -- Suriname						
UY -- Uruguay	306,36	39	362,11	52	343,62	48
VE -- Venezuela						

Tabla 2.2. Evolución de las importaciones españolas (volumen y nº de operaciones) de la partida 16.04 en los últimos 3 años, procedentes de los países más relevantes como proveedores (continuación)

Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
AFRICA	19.500,82	1.834	24.815,22	2.360	32.526,82	2.778
AFRICA DEL NORTE	12.047,07	1.483	13.568,64	1.737	14.404,70	1.879
DZ -- Argelia	37,79	4	5,01	1		
EG -- Egipto						
LY -- Libia						
MA -- Marruecos	11.994,64	1.477	13.530,81	1.729	14.382,91	1.872
TN -- Túnez	14,64	2	32,82	7	21,79	7
29 -- AFRICA CENTRAL						
30 -- AFRICA OCCIDENTAL	257,25	30	1.741,15	192	4.166,08	442
BF -- Burkina Faso						
BJ -- Benín						
CI -- Costa de Marfil	22,92	1			1.374,35	27
CV -- Cabo Verde	74,25	10	1.717,41	190	2.791,73	415
GH -- Ghana	159,48	18	23,74	2		
GM -- Gambia						
GN -- Guinea (Conakry)						
GW -- Guinea Bissau						
LR -- Liberia						
ML -- Mali						
MR -- Mauritania						
NE -- Niger						
NG -- Nigeria						
SL -- Sierra Leona						
SN -- Senegal	0,61	1				
TG -- Togo						
AFRICA ORIENTAL	1.750,31	100	1.750,43	120	1.314,82	71
AFRICA AUSTRAL	5.446,19	221	7.755,00	311	12.641,22	386
AO -- Angola						
BW -- Botswana						
IO -- Territorio Británico del Océano Índico						
KM -- Comoras						
LS -- Lesotho						
MG -- Madagascar					1.126,62	17
MU -- Mauricio	5.434,10	218	7.744,05	308	11.503,41	363
MW -- Malawi						
MZ -- Mozambique						
NA -- Namibia						
RE -- Reunión						
SC -- Seychelles						
SH -- Santa Elena Y Dep						
SZ -- Swazilandia						
YT -- Mayotte						
ZA -- Sudáfrica	12,09	3	10,94	3	11,19	6
ZM -- Zambia						
ZW -- Zimbabwe						

La tendencia a la baja que presentaba el área de America contrasta con el incremento del volumen de las importaciones españolas en Africa tal y como podemos apreciar en la tabla anterior. El pasado año 2010 el volumen de las compras de la 16.04 a los países africanos ha tenido un aumento del 66,6%. Según datos recogidos del ICEX Islas Mauricio ha sido el responsable de este fuerte incremento (112%) seguido de Marruecos (20%)

Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
ASIA	20.516,85	856	24.130,02	834	25.628,12	996
PROXIMO ORIENTE	3,61	10			0,01	1
PENINSULA ARABIGA	125	4				
ASIA CENTRAL						
ASIA DEL SUR	3.279,05	155	4.077,69	187	4.279,23	194
LEJANO ORIENTE	9.681,04	406	10.027,70	408	12.020,65	492
CN -- China	8.512,75	378	8.962,28	363	10.623,93	438
HK -- China-Hong Kong						
JP -- Japón	0	1				
KP -- Corea del Norte	111,72	3			67,24	1
KR -- Corea del Sur	1.056,57	23	1.065,41	45	1.329,48	53
MO -- Macao						
	0,01	1				
SUDESTE ASIATICO	7.428,15	281	10.024,63	239	9.328,23	309
BN -- Brunéi						
ID -- Indonesia						
KH -- Camboya						
LA -- Laos						
MM -- Myanmar						
MY -- Malasia	17,06	1				
PH -- Filipinas	0,41	1			4,16	2
SG -- Singapur						
TH -- Tailandia	6.991,50	245	9.662,14	212	9.155,87	283
TL -- Timor Oriental						
VN -- Vietnam	419,19	34	362,5	27	168,2	24

En el caso de Asia, Tailandia lidera el incremento de las compras españolas de la partida 16.04 a estos países, tras un incremento el pasado año 2010 de casi un 31%, seguido de China con un 20%

A continuacion podemos apreciar en los siguientes graficos la evolucion mensual del volumen de las compras españolas a todo el mundo en la partida 16.04, y destaca como el pasado año 2010, se estabiliza a

lo largo del año, desde el mes de marzo, tras una fuerte caída en el mes de febrero despues del volumen de enero, mes de mayor volumen de compras.

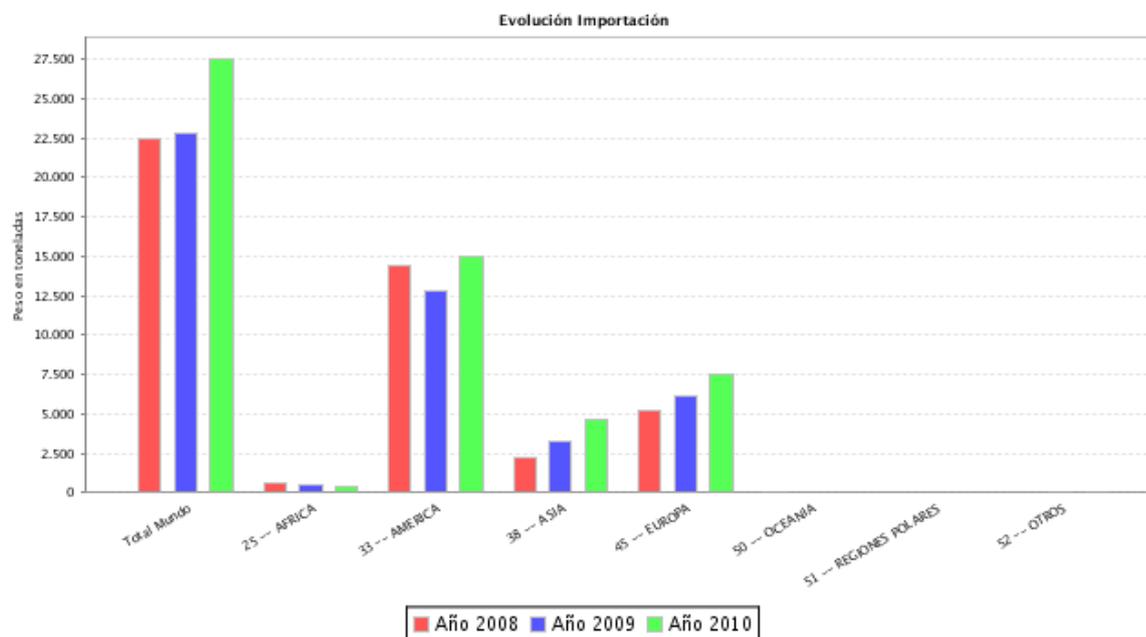
Gráfico 2.2. Evolución mensual de las importaciones españolas en la partida 03.03 durante los años 2008-2010



Tabla 2.3. Importaciones españolas de la partida 16.05 – Importaciones españolas de crustaceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos preparados o conservados – CONSERVAS DE POTA Y RABASIANILLAS REBOZADAS

Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
Total Mundo	22.498,44	2.993	22.771,14	2.839	27.534,10	3.099
AFRICA	638,4	64	533,42	80	374,59	63
AMERICA	14.383,07	926	12.840,87	807	15.004,28	983
ASIA	2.222,19	210	3.205,12	266	4.644,08	347
EUROPA	5.254,65	1.792	6.178,73	1.685	7.510,94	1.704
OCEANIA	0,13	1				
REGIONES POLARES						
OTROS			13	1	0,21	2

Grafico 2.3. Evolucion de la importacion de la partida 16.05 (Periodo 2008-2010)



El volumen de las compras españolas a todo el mundo de la partida 16.05, en donde enmarcan las conservas de pota y los preparados de rabas y anillas rebozadas se ha incrementado el pasado el pasado año 2010 en un 22,7% respecto al año 2008. Las compras realizadas a Asia y a Europa han sido las responsables de este incremento. Las el volumen de compras a Asia casi se ha duplicado, y en el caso de Europa se ha incrementado en un 43% en 2010 respecto a 2008.

Sin embargo, el área de América es el que presenta un mayor volumen, y se ha incrementado el pasado año 2010 respecto al 2009, año en que el volumen de compras había caído en un 14% respecto al año anterior.

Vietnam es en el caso de Asia y Países Bajos en el caso de Europa, son los países responsables de este fuerte incremento de ambas áreas geográficas, tal y como podemos observar en las siguientes tablas.

En el caso de área de América es Chile el país con mayor volumen de ventas a España de la partida 16.05, y al mismo tiempo fue el responsable de la caída de este dato el pasado año 2009, el cual se ha recuperado el pasado año 2010.

Perú refleja un volumen constante en los tres últimos años en sus ventas a España en esta partida. .

Tabla 2.4. Evolución de las importaciones españolas (volumen y nº de operaciones) de la partida 16.05 en los últimos 3 años, procedentes de los países más relevantes como proveedores

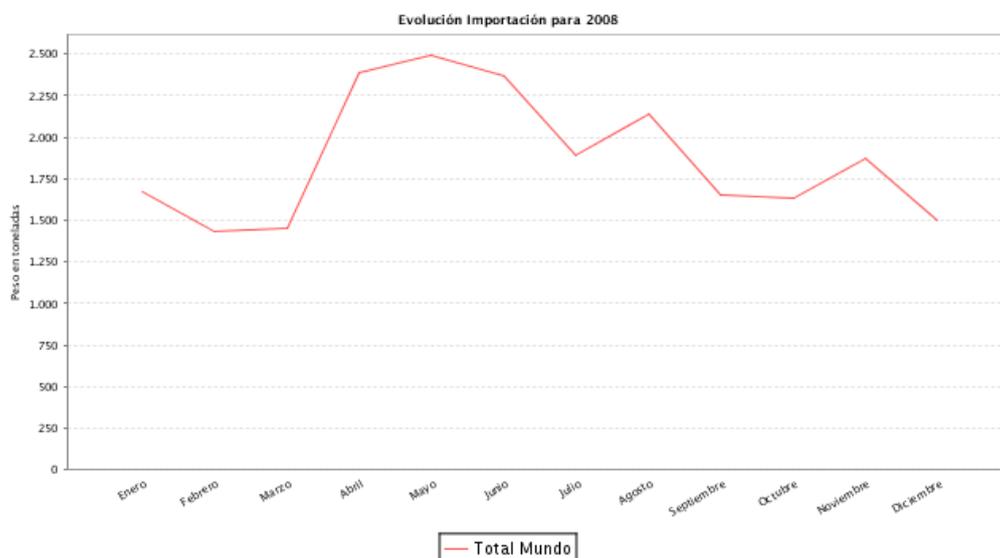
Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
<b>EUROPA</b>	5.254,65	1.792	6.178,73	1.685	7.510,94	1.704
<b>UNION EUROPEA</b>	5.059,11	1.770	6.002,72	1.664	7.321,36	1.690
AT -- Austria			0,01	1		
BE -- Bélgica	947,76	68	796,1	73	222,13	80
BG -- Bulgaria						
BL -- Bélgica Y Luxemburgo						
CY -- Chipre						
CZ -- República Checa					0,56	1
DE -- Alemania	138,95	188	200,41	173	167,2	209
DK -- Dinamarca	295,11	165	353,25	156	234,19	112
EE -- Estonia						
ES -- España						
FI -- Finlandia						
FR -- Francia	443,53	359	651,77	371	780,68	440
GB -- Reino Unido	1.566,01	255	1.533,42	192	1.983,16	135
GR -- Grecia			0,06	1	21,6	1
HU -- Hungria						
IE -- Irlanda	24,46	25	16,42	22	26,85	20
IT -- Italia	17,28	67	30,08	66	119,19	91
LT -- Lituania						
LU -- Luxemburgo						
LV -- Letonia						
MT -- Malta						
NL -- Países Bajos	1.535,61	479	2.338,49	492	3.398,80	480
PL -- Polonia	0,07	1			31,34	1
PT -- Portugal	50,91	22	54,73	25	305,41	28
RO -- Rumanía						
SE -- Suecia	39,42	141	27,98	92	30,25	92
SI -- Eslovenia						
SK -- Eslovaquia						

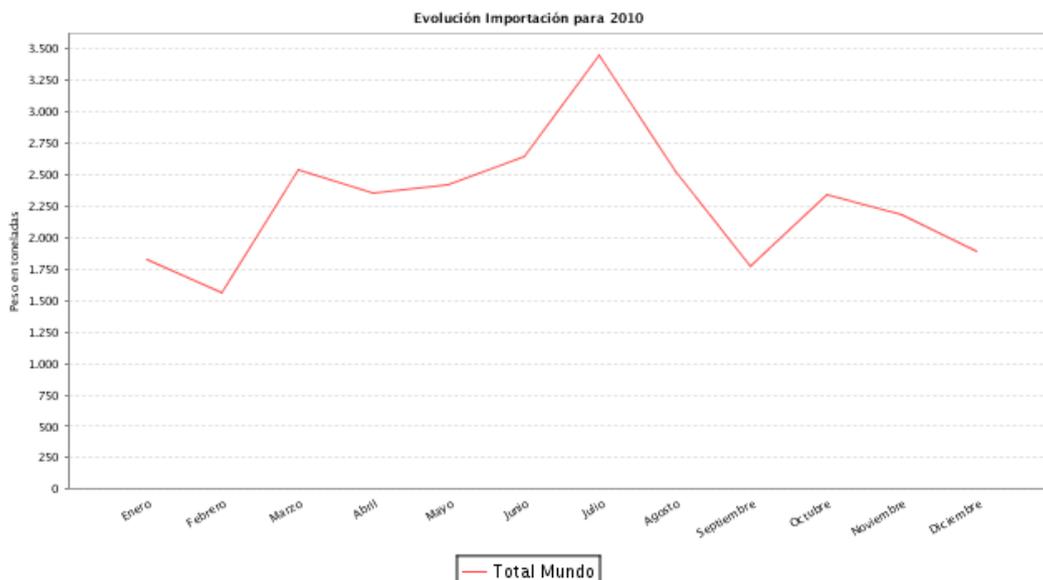
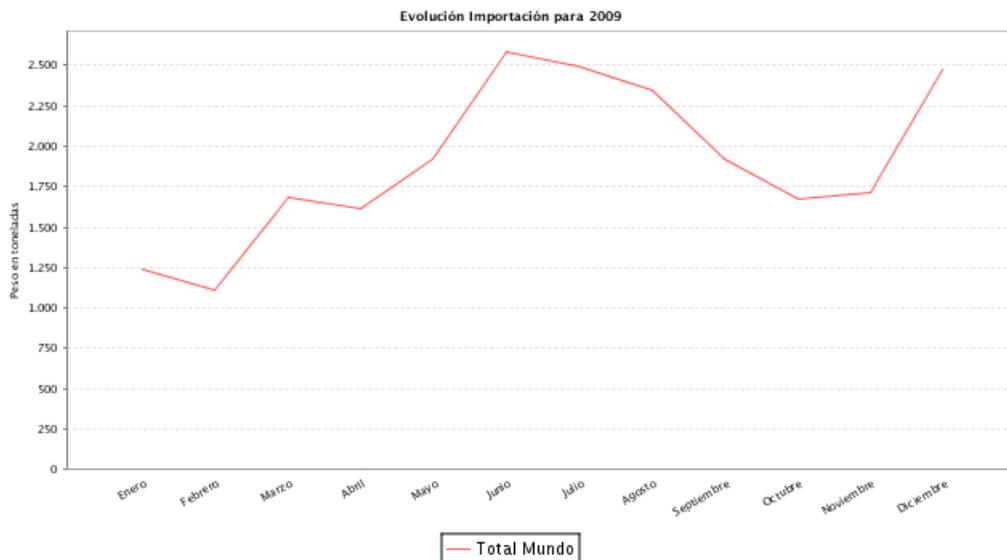
Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
ASIA	2.222,19	210	3.205,12	266	4.644,08	347
PROXIMO ORIENTE						
PENINSULA ARABIGA						
ASIA CENTRAL						
ASIA DEL SUR	22,5	3	3,37	5	41,77	5
LEJANO ORIENTE	438,22	39	203,48	23	331,46	29
SUDESTE ASIATICO	1.761,47	168	2.998,27	238	4.270,85	313
BN -- Brunéi						
ID -- Indonesia	196,23	30	107,76	13	97,77	14
KH -- Camboya						
LA -- Laos						
MM -- Myanmar						
MY -- Malasia					0	1
PH -- Filipinas	1,24	1				
SG -- Singapur			0,01	1	0,18	1
TH -- Tailandia	448,33	70	454,03	80	622,43	96
TL -- Timor Oriental						
VN -- Vietnam	1.115,67	67	2.436,48	144	3.550,47	201

Países	Año 2008		Año 2009		Año 2010	
	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones	Peso - toneladas	Nº Operaciones
<b>AMERICA</b>	14.383,07	926	12.840,87	807	15.004,28	983
AMERICA DEL NORTE	1,56	4	35,51	14	13,27	14
ISLAS DEL CARIBE	2,54	4	7,14	3	1,3	3
AMERICA CENTRAL	23,96	11	17,97	7	6,35	2
AMERICA DEL SUR	14.355,01	907	12.780,25	783	14.983,36	964
AR -- Argentina	11,48	5	2,71	1		
BO -- Bolivia						
BR -- Brasil						
CL -- Chile	13.055,53	747	11.479,67	665	13.822,11	841
CO -- Colombia	10,92	10			1,5	1
EC -- Ecuador	168,08	29	29,65	9	44,29	12
FK -- Malvinas						
GF -- Guyana Francesa						
GY -- Guyana						
PE -- Perú	1.096,99	114	1.268,23	108	1.110,93	108
PY -- Paraguay						
SR -- Suriname						
UY -- Uruguay	12,01	2			4,53	2
VE -- Venezuela						

A continuación recogemos la evolución mensual de las compras españolas de la partida 16.05 a todo el mundo, y vemos como el pasado año 2009 se ha producido un pequeño cambio en la tendencia y comportamiento mensual del último trimestre, pero el pasado 2010 ya ha vuelto a la línea del 2008.

Gráfico 2.4. Evolución mensual de las importaciones españolas en la partida 16.05 durante los años 2008-2010





## 2.2 SEGUIMIENTO DE LA DEMANDA

Tradicionalmente el sector conservero español ha suministrado al resto de países de la UE, pero sin embargo la amenaza asiática continúa y los diferentes agentes en España actúan para hacer frente a su avance. Por ejemplo ANFACO, cuyos responsables se han reunido con responsables de parlamento Europeo para poner de manifiesto su malestar ante las ventajas que reciben países asiáticos como Papúa Nueva Guinea o Fidji, cuyos acuerdos permiten la introducción de productos sin aranceles ni cumplimiento de las normas de origen.

Tailandia sigue siendo el primer elaborador a nivel mundial de conservas y a finales de 2010 anuncio su entrada directa en la UE. En estas fechas el grupo Thai Union Frozen Products (TUF) ha recibido luz verde para la adquisición del 100% de la conservera MW Brands, empresa británica propietaria de marcas como John West o Petit Navire. La operación se valoró en 680 M€ y supuso su incorporación al mercado europeo con marcas líderes. De este modo la empresa tailandesa ha encontrado la fórmula para acceder a uno de los mayores mercados mundiales, superando las barreras a la importación, como ya han hecho las empresas españolas para acceder a EEUU a través de Sudamérica.

Los países miembros de la UE continúan siendo los principales destinos de las exportaciones españolas de conservas de pescado, con Italia y Francia a la cabeza, y Ecuador y Marruecos el principal origen de las importaciones realizadas.

### 3 INFORMACIÓN DE LA OFERTA

#### 3.1 PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS

### EL MERCADO MUNDIAL DE PESCADO SE RECUPERA EN 2010 CON CRECIMIENTOS EN VOLUMEN Y EN VALOR (INFORME FAO – SEGUNDO SEMESTRE 2010)

El informe de la FAO sobre las perspectivas alimentarias refleja una recuperación del mercado internacional de productos del mar en 2010, un año que, según el mencionado informe, “deja atrás la tendencia negativa de finales de 2008 y 2009 y en el que los principales países productores y exportadores prevén incrementar sus ventas”

Las importaciones de productos pequeños también vieron incrementadas sus cifras, tanto en mercados tradicionales de países desarrollados (USA, un 16%, UE un 5,5% y Japón con un 5%) como en los mercados emergentes. Países como Brasil, China, India o Malasia “han incrementado sus compras domésticas” debido a la Fortaleza de su moneda frente al dólar y su rápido crecimiento económico.

La acuicultura aumentó su cuota en la producción mundial y ya se sitúa en el 39%, mientras que la pesca extractiva disminuyó.

Tabla 3.1.- EL mercado mundial del pescado

(MILLONES TON)	2009	2010 *	VARIACIÓN
<b>PRODUCCION</b>	145,1	147,0	1,3%
PESCA EXTRACTIVA	90,0	89,8	-0,2%
ACUICULTURA	55,1	57,2	3,8%
VALOR COMERCIALIZADO	71,5	76,4	6,8%
(miles mill euros)	54,9	55,3	0,7%
<b>UTILIZACION</b>			
CONSUMO HUMANO	117,8	119,5	1,5%
PIENSOS	20,1	20,1	0,0%
OTROS	7,2	7,4	2,8%
<b>CONSUMO PER CAPITA (Kg por año)</b>	17,2	17,3	0,5%
DE PESCA EXTRACTIVA	9,2	9,0	-2,0%
DE ACUICULTURA	8,1	8,3	2,6%

Fuente FAO, \* Previsión

### CEFALÓPODOS

Según datos de la FAO los mercados internacionales de cefalópodos se han visto influenciados por las decepcionantes capturas de pota. Con una demanda en ascenso los precios se han incrementado rápidamente, mientras hay una preocupación por el estado de la biomasa tras dos temporadas seguidas de poca captura.

La situación del pulpo no es mucho mejor que la pota. La veda de dos meses en el caladero de Marruecos está limitando el suministro e incrementando los precios.

Por todo ello, las perspectivas de los cefalópodos, que han registrado una reducción de su producción a lo largo de la última década, no son muy positivas. Aunque las capturas de algunas especies de cefalópodos han incrementado variaciones cíclicas, la FAO afirma que muchos observadores temen que la principal causa (de la escasez de biomasa) sean las inadecuadas medidas de gestión de los caladeros. Las perspectivas para los cefalópodos son inciertas y la previsión es que los precios sigan subiendo.

## LA RENTABILIDAD DEL PESCADO CONGELADO

Durante los últimos años hemos venido constatando la creciente pérdida de rentabilidad y el estrechamiento de los márgenes en el sector del pescado congelado.

Durante el 2009 y los tres primeros trimestres de 2010, este proceso se ha enfatizado con la pérdida de valor del negocio, relacionada con la aceleración del descenso del precio medio del producto en las categorías de mayor consumo, unido al deterioro del mix de las ventas, personificado en el sector pesquero en referencias como el panga.

El precio medio en 2009 del producto pesquero caía en España un 3,88% frente a un 2,02 que retrocedía un año antes, según datos del ministerio de pesca – MARM – español, mientras que en distribución organizada esta reducción se acentuaba hasta un 4,21%, según datos de Iri España.

Sin embargo estos datos en la caída de precios han favorecido una desaceleración del retroceso del consumo en volumen, que durante 2009 perdió un 0,27%. Este descenso en precio estuvo liderado por las categorías de productos de mayor consumo. En cabeza la gamba o langostino de acuicultura, cuyo precio descendió un 7,9%. La merluza, segundo producto de consumo nacional reducía 0,5% su precio, mientras que los cefalópodos, el tercer producto de pesca congelado en consumo, remitían en su precio medio el 1,21% en el caso del calamar y de 5% el pulpo.

Destaca asimismo que continuó muy activo el flujo de la transferencia industrial de los operadores españoles a los países de origen, con proyectos como los de Pescapuerta o Marfrio e Namibia, Eduardo Vieira en Perú o Frigoríficos Fandiño en Senegal y Argentina, todas ellas instalando capacidad productiva propia.

Pescanova por su parte sigue consolidando su presencia con adquisiciones en Perú.

## 3.2 CONSERVAS Y PREPARADOS DE PESCADO

### CONSERVAS DE PESCADO: PESIMISMO ANTE UN FUTURO INCIERTO

Tal y como se desprende del informe de Alimarket, las trabas continúan acumulándose en el sector conservero español, mientras los operadores luchan por encontrar la fórmula que garantice su viabilidad. Empresas como Garavilla, Calvo o Jealsa-Rianxeira, han puesto en marcha fuertes planes inversores que abren una brecha aún mayor para las pequeñas y medianas empresas. Por otro lado, el pasado año 2010 se vio marcado por el cese de la producción de uno de los grandes en España, Bernardo Alifageme, ahogado por una mala gestión que derivó en concurso de acreedores. Como señalamos más adelante, el Consorcio Conservero Español acaba de comprar esta empresa.

### FRANCISCO GIL COMES

En el segmento de semiconservas, Francisco Gil Comes dio un impulso durante 2010 a su presencia fabril y adquirió por 15,5 M€ un saladero de anchoa en Mar del Plata (Argentina), cuya gestión caerá en manos de la empresa de nueva constitución Gil Comes Argentina. Durante 2011 la matriz se concentrará en sus

plantas marroquies, donde invertira 2 M€ en la construcción de un Nuevo almacén para la material prima y la remodelación de las instalaciones.

## JEALSA-RIANXEIRA

Los planes de Jealsa no se limitan al mercado nacional, donde han concentrado su negocio en la elaboración de marca del distribuidor como proveedor de la cadena MERCADONA, y a mediados del pasado año 2010 anunció un desembolso de 20 M€ a través de su filia brasileña Crusoe Foods. El grupo tiene previsto reforzar su presencia en este Mercado liderado actualmente por la marca Gomes da Costa, propiedad del también español Grupo CALVO. Asimismo baraja la puesta en marcha de una segunda planta que se sumaría a la ubicada en Rio Grande do Sul (Brasil).

## CONSERVAS GARAVILLA

Conservas Garavilla, tercer operador español según Alimarket también afronta la situación con planes de inversión. Tras encontrar un nuevo socio, la compañía de capital riesgo MCH Private Equity la empresa estaría buscando adquirir una conservera en el extranjero que completase sus planes de expansión. Por el momento, Garavilla ha anunciado un desembolso de 30 M€ que contempla la ampliación de su flota pesquera el desarrollo de su proyecto “Naturfresh” y las acciones de marketing. Esta empresa – propietaria de la conocida marca ISABEL, continuará apostando fuerte por la innovación y a la diversificación durante 2011, y seguirá sumando nuevos lanzamientos de productos a su catálogo, que el año pasado se amplió con albóndigas de atún y una nueva gama de bol calentables. Las novedades se verán ampliamente reforzadas por una fuerte campaña de comunicación, como viene siendo habitual.

## CONSERVAS CALVO – AMPLIA SUS MIRAS DE NEGOCIO

Líder indiscutible en conservas de pescado dentro del mercado español y propietario de la enseña con más reconocimiento del sector, Grupo CALVO abre sus miras a nuevas oportunidades ante el colapso vivido en su negocio tradicional.

Con una facturación que rondó los 500 M€ el pasado ejercicio 2010, la empresa ha extendido sus brazos a más de 65 países y se propone ser mucho más que una conservera con la introducción de refrigerados y platos preparados.

El desarrollo de un buen plan de Marketing también es una constante en este grupo, que destina un 7% de su facturación a este área. En 2011 la compañía ya ha presentado una nueva campaña con el fin de mantener la notoriedad y el reconocimiento de sus conservas y donde incluye un spot de tv. El resto de gamas de su catálogo también estarán apoyadas publicitariamente y así impulsar su posicionamiento en el sector de la alimentación.

Cabe destacar que en 2010 este grupo gallego ha realizado una arriesgada apuesta con su entrada en platos preparados a temperatura ambiente a través de su gama “cocina de mercado” (fabada asturiana, callos con garbanzos, lentejas y caldo gallego). Este ha resultado ser un paso más en su proyecto de diversificación, que ya incluía el desarrollo de una línea de patés y otra de refrigerados dirigidos al consumidor infantil (hamburguesas y salchichas de atún)

## OTROS OPERADORES QUE APUESTAN POR LA INVERSIÓN

No solo los grandes apuestan por la inversión para afrontar la crisis. IGNACIO GONZALEZ MONTES acunulará a finales de 2011 un desembolso de 2,5 M€ que le permitirá, entre otras cosas, la adquisición y

reacondicionamiento de unas naves destinadas a centro logístico y cámaras en la localidad de Corrubedo (Galicia-España).

CONSERVAS ANTONIO ALONSO también planea para este año 2011 una inversión de 700.000 €, que se sumarán a los 800.000 € desembolsados en 2010 para la consolidación de sus lanzamientos, entre los que destacan los nuevos formatos para el bonito y la ampliación de su gama de mariscos. La empresa está modernizando sus instalaciones y reforzando su red de ventas para potenciar las marcas propias.

UBAGO tampoco ha parado su expansión y ha inaugurado una filial en cabo verde. A nivel de producto presentará en 2011 nuevos formatos para hostelería que se suman a la reciente presentación de referencias de fácil apertura y a la ampliación de su gama de cardiovasculares, e invertirá un total de 1,3 M€.

CONSERVAS HIJOS DE RAMON PEÑA ha cambiado de propiedad en 2010. Actualmente es propiedad en un 60% de la compañía Mexgo Inversiones, empresa que ha llegado con nuevos objetivos y ha establecido un proyecto a corto plazo para impulsar la línea gourmet “RAMON PEÑA” a nivel nacional e internacional. Por el momento la conservera ha cerrado acuerdo para suministrar la cadena de tabernas “Gorki” y formar parte del rincón del Gourmet que tienen previsto incorporar a sus locales.

#### **EL CONSORCIO CONSERVERO ESPAÑOL COMPRA ALFAGEME Y MANTENDRÁ LOS 150 EMPLEOS**

**El grupo cántabro pasará a controlar las plantas de Ribadumia y Vilaxoán, que estaban en proceso de liquidación.**



BERNARDO ALFAGEME propietaria de la marca MIAU ha sido la mayor conservera afectada por la falta de financiación a través de subvenciones estatales o autonómicas y con problemas de acceso a créditos bancarios, problemas que se han sumado a una mala gestión interna. Así tras entrar en concurso de acreedores, el reflotamiento de su actividad ha sido una tarea dura y difícil de lograr, porque eran muy pocos los interesados en aprovechar el periodo de liquidación para adquirir las plantas que podrían volver a operar (localizadas en O Grove, Ribadumia y Vilaxoan).

Finalmente, el Instituto Gallego de Promoción Económica del Gobierno de Galicia ha aceptado la oferta presentada por el Consorcio Conservero Español para la adquisición del grupo Alfageme, en proceso de liquidación, con el que ha suscrito un acuerdo para el mantenimiento de los 150 puestos de trabajo de la factoría .

Así lo ha anunciado el conselleiro de Economía del Gobierno de Galicia, Javier Guerra, quien ha destacado la «magnífica noticia» que representa este acuerdo para toda la comarca del Salnés, donde están emplazadas las plantas de Ribadumia y Vilaxoán, que pasarán a ser propiedad del grupo cántabro. Ha indicado que el acuerdo establece una inversión por parte del comprador de 2 M€ en capital social y de otros 9 M€ para «activos fijos tangibles», que serán financiados con un crédito del Banco Europeo de Inversiones (BEI) gestionado por el Igape (Xunta de Galicia)

4 COMERCIALIZACIÓN

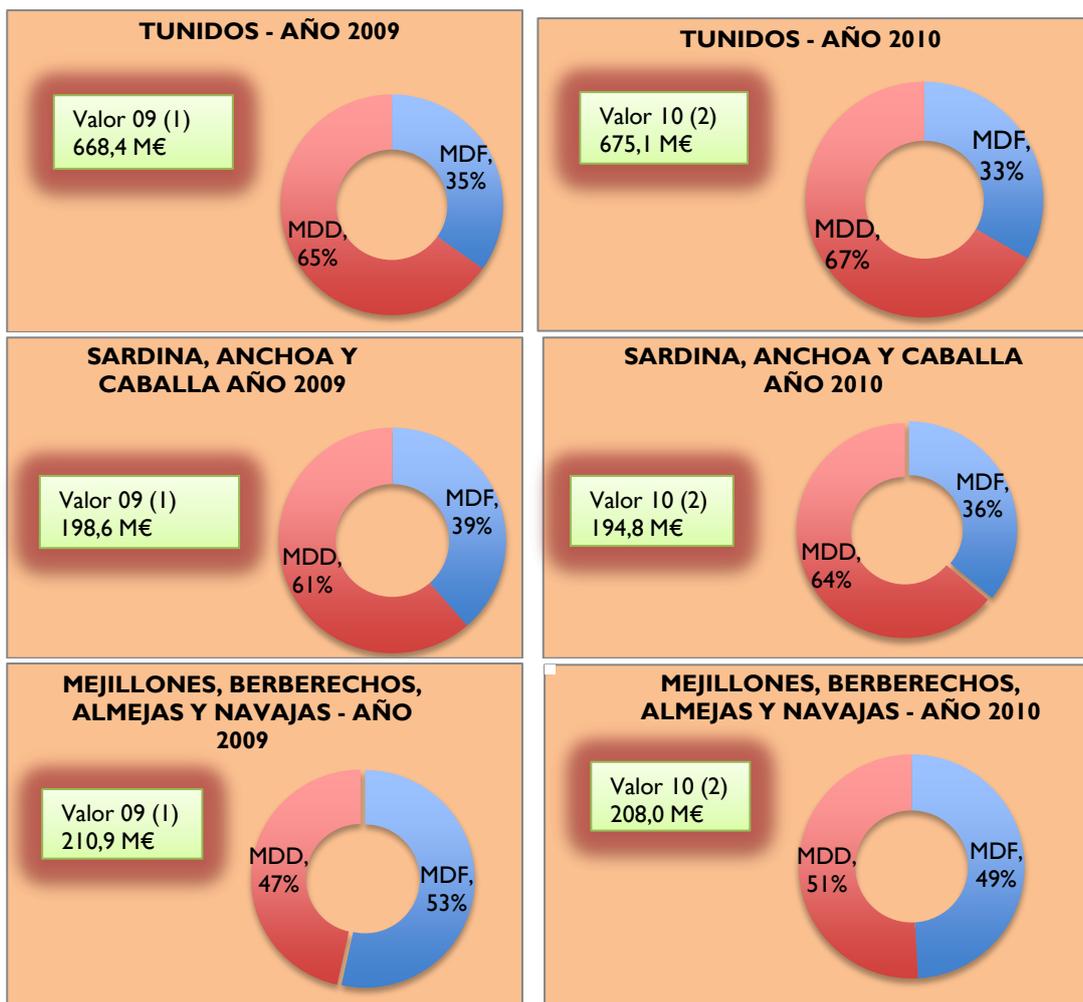
A pesar de que los datos de consumo en el hogar recogidos por el MARM para el año móvil concluido en septiembre de 2010, reflejan que las conservas no han obtenido resultados negativos en el conjunto, con un crecimiento en volumen del 5,4% y en valor de 1,7%, una nueva caída en los precios medios y el imparable ascenso de la marca de distribución, perfilan que el futuro de las marcas del fabricante no es muy esperanzador.

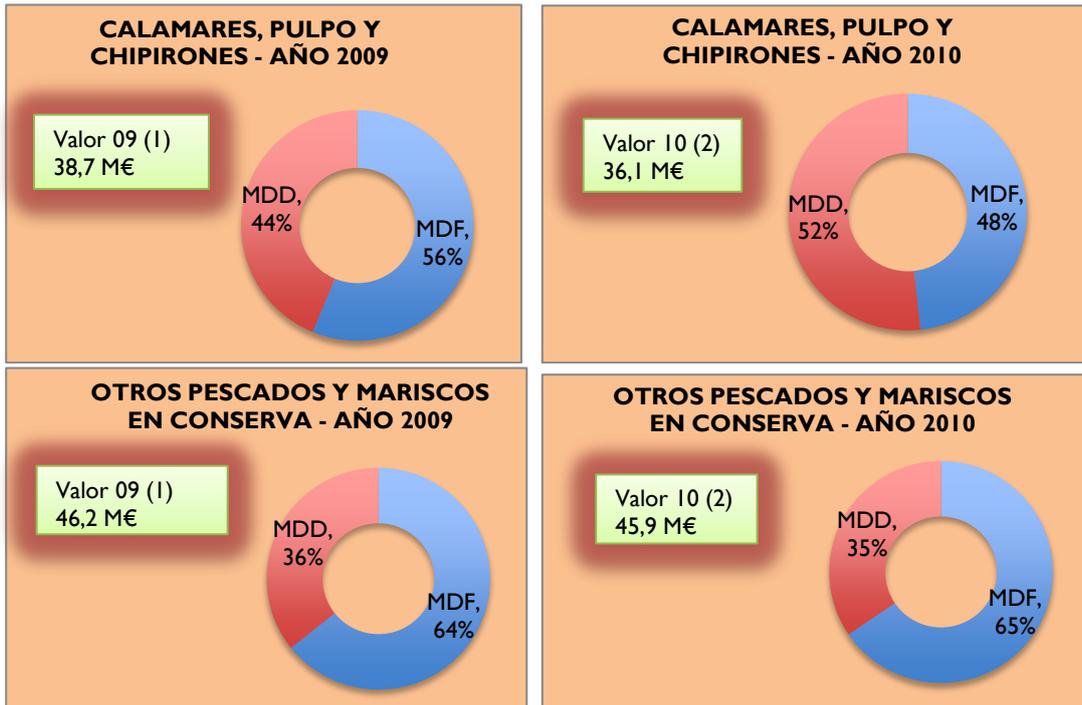
Mientras los grandes operadores se dirigen a la diversificación hacia otros lineales o a la producción para terceros, las pequeñas conserveras tratan de sobrevivir con el desarrollo de productos con cierto valor añadido, que finalmente se encuentran con ciertas dificultades para situarse en el canal.

Tal y como podemos apreciar en los gráficos que recogemos a continuación, en cuanto al ascenso de la penetración de la marca de distribución – MDD – frente a la marca del fabricante MDF -, es más notoria en las conservas de calamares, pulpo y chipirones, con un 8% de incremento en 2010 frente al año anterior.

Los tunidos es el producto de mayor valor en ventas y el que mayor incremento en valor ha puesto de manifiesto en los resultados del último año. Le siguen en valor los mejillones, las sardinas, los calamares, y otros..

Gráfico 4. 1 – Penetración de la MDD en hipermercados y supermercados





Fuente: Alimarket

(1) Periodo de 52 semanas concluido el 22 de noviembre de 2009

(2) Periodo de 52 semanas concluido el 21 de noviembre de 2010

Tabla 4.1. Segmentación del mercado de conservas de pescado en España – Volumen y Valor, Años 2009 y 2010

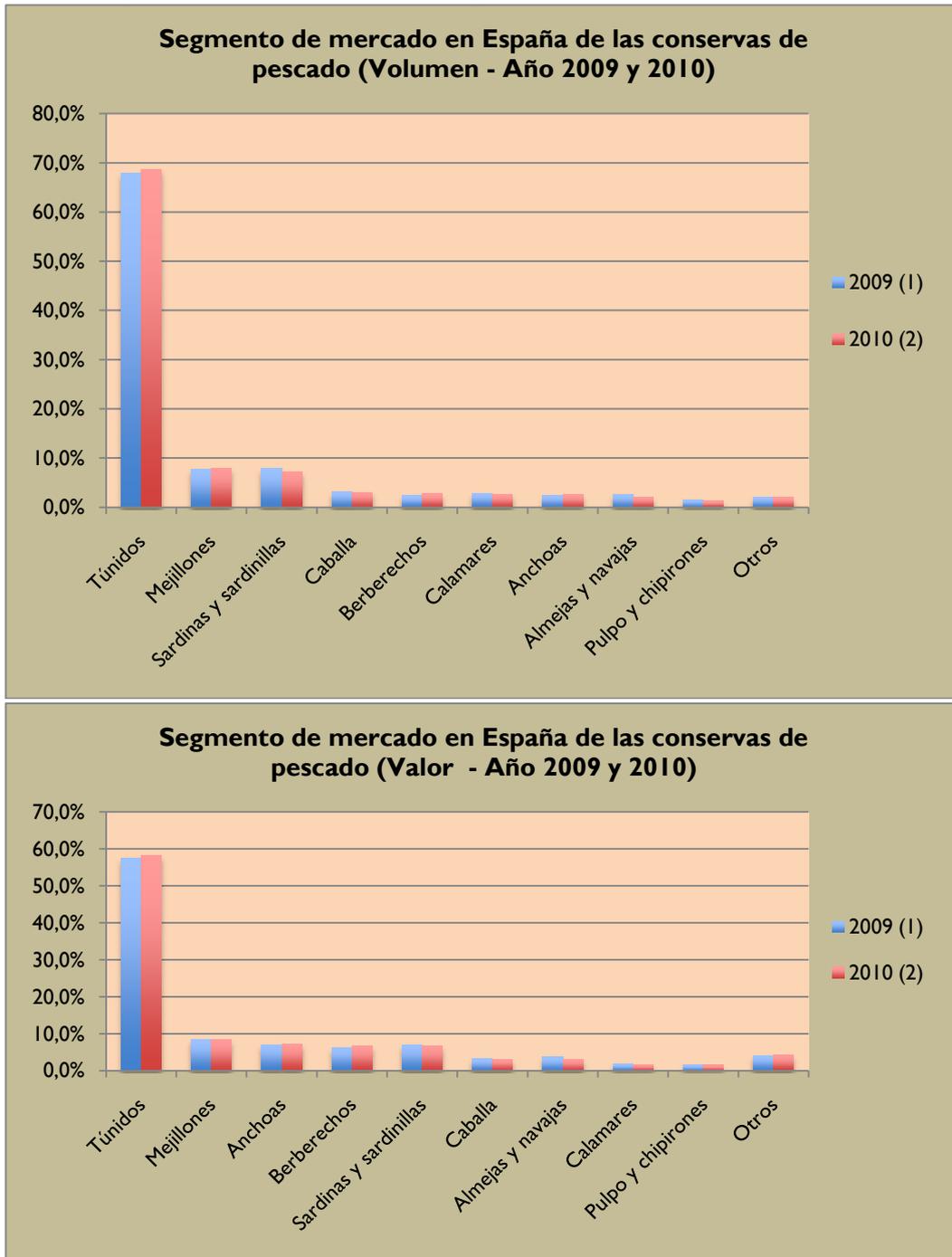
VOLUMEN	2009 (1)	2010 (2)
Túridos	67,8%	68,7%
Mejillones	7,7%	7,9%
Sardinias y sardinillas	7,8%	7,2%
Caballa	3,1%	3,0%
Berberechos	2,3%	2,7%
Calamares	2,8%	2,6%
Anchoas	2,4%	2,5%
Almejas y navajas	2,5%	2,1%
Pulpo y chipirones	1,5%	1,3%
Otros	2,1%	2,0%
<b>Total</b>	<b>151.831,2</b>	<b>155.583,2</b>
VALOR	2009 (1)	2010 (2)
Túridos	57,5%	58,2%
Mejillones	8,3%	8,3%
Anchoas	7,0%	7,1%
Berberechos	6,2%	6,6%
Sardinias y sardinillas	6,9%	6,6%
Caballa	3,2%	3,1%
Almejas y navajas	3,6%	3,0%
Calamares	1,8%	1,6%
Pulpo y chipirones	1,5%	1,4%
Otros	4,0%	4,1%
<b>Total</b>	<b>1.162,7</b>	<b>1.159,8</b>

Fuente: Alimarket

(1) Periodo de 52 semanas concluido el 22 de noviembre de 2009

(2) Periodo de 52 semanas concluido el 21 de noviembre de 2010

Grafico 4.2. Segmento de mercado de las conservas en España



Como podemos apreciar en los gráficos anteriores los segmentos de mercado en volumen y en valor están liderados por los túnidos y los mejillones, que son las conservas que más consumo presentan en España. Sin embargo resiguen en valor las anchoas y los berberechos, pero en volumen son las sardinas y la caballa los productos que ocupan el tercer y cuarto puesto en el ranking.