

TENDENCIAS COMERCIALES EN LA ACTIVIDAD PESQUERA

Juan C. SURÍS REGUEIRO
M.^a Soledad OTERO GIRÁLDEZ

I. INTRODUCCIÓN (*)

TRAS un largo proceso histórico, y por diversas circunstancias, la pesca en España ha adquirido una gran relevancia económica, tanto por la aportación de valor añadido y empleo de la flota pesquera como por la articulación productiva que se ha generado en la economía de algunas zonas costeras en torno a este sector (construcción naval, aprovisionamiento de buques, fabricación de redes y efectos navales, industria transformadora y conservera, actividad portuaria, comercialización y distribución de productos de la pesca, etcétera).

Una de las piezas clave de este entramado pesquero se localiza en la parte de la distribución comercial, a pesar de lo cual apenas hay fuentes estadísticas y de información referidas a estos aspectos, ni existen estudios recientes aplicados al caso español.

Con este trabajo, pretendemos, por una parte, describir la situación general del mercado pesquero español desde la perspectiva de la distribución comercial y, por otra, señalar cuáles son las tendencias más relevantes que se observan en él.

Las transformaciones vividas en el mercado español de productos de la pesca deben ser contempladas dentro de un contexto mundial general, pues éste condiciona tanto la evolución de la distribución comercial interior como las relaciones comerciales internacionales. Por ello, comen-

zaremos analizando la situación del mercado pesquero mundial desde una perspectiva general, e incidiendo sobre la evolución y tendencias en la producción, el consumo y el comercio exterior de las principales potencias pesqueras. En el segundo apartado, damos cuenta tanto de los principales cambios en la estructura del consumo alimentario en España como de las transformaciones vividas en los canales de distribución comercial alimentaria, siempre haciendo especial referencia a los productos de la pesca. La situación y evolución reciente del comercio exterior pesquero español se aborda en el tercer apartado, así como se da cuenta de los nuevos acuerdos comerciales del GATT y su posible incidencia en el mercado español. Por último, se exponen unas conclusiones que intentan resumir los aspectos, tendencias y perspectivas más relevantes para la comercialización de productos de la pesca en España.

II. SITUACIÓN GENERAL DEL MERCADO PESQUERO MUNDIAL

Podemos describir la evolución de las características básicas del mercado mundial de productos de la pesca a través del análisis de datos referidos a la producción, consumo y comercio exterior de los principales países pesqueros. En este apartado, haremos especial mención a la información general sobre el consumo y el comercio exterior pesquero, pues la evolución de la producción y su estado actual

ya se han analizado en otros trabajos de este mismo número; por ejemplo, en el de M. M. Varela y X. A. Fernández (1). Además, dado que tan sólo se pretende ofrecer una visión global, consideramos suficientemente representativo trabajar en este apartado con datos referidos a la situación existente en los primeros años de las décadas de los sesenta y noventa.

Una de las características básicas del mercado pesquero mundial es su elevada concentración productiva en pocos países. En la actualidad, entre los seis primeros productores mundiales concentran aproximadamente la mitad de las capturas, y entre los 20 primeros, algo más del 80 por 100 de éstas. España, con una aportación cercana al 1,4 por 100 de los desembarques totales, se sitúa en el decimoséptimo lugar. Esta relación está condicionada tanto por la proximidad y accesibilidad de recursos naturales como por un conjunto de factores, entre los que podemos destacar la evolución histórica de los hábitos y pautas de consumo alimentario de los distintos países.

En líneas generales, la producción pesquera mundial ha crecido en las tres últimas décadas (según la FAO, desde los 36,6 millones de toneladas de 1961 a los 92,5 millones de 1991), pero este crecimiento no se ha distribuido de forma homogénea. Los mayores incrementos de capturas se han llevado a cabo en países en vías de desarrollo, entre los que podemos destacar a China, países latinoamericanos (Perú, Chile, México, Argentina, etc.), países del África Subsahariana (Namibia, principalmente) y otros países asiáticos (India, Indonesia, Tailandia, Corea del Sur, Filipinas, etc.). Por su parte, la mayoría de los países desarrollados han perdi-

do peso relativo en la producción pesquera mundial y, salvo algunas excepciones (caso de Estados Unidos y Canadá), casi todos han presentado tendencias descendentes en el volumen de capturas (entre los casos más significativos resaltan los de la Unión Europea y Japón).

En consonancia con el aumento de las capturas, en las últimas décadas el consumo de pescado en el mundo también se ha incrementado de forma significativa (desde una media anual de 9,1 kilogramos de pescado por persona en 1961 hasta los 13,3 en 1990). Entre los factores que pueden explicar la creciente importancia de los productos pesqueros en las dietas alimentarias de los países, podemos destacar la mayor variedad de productos y presentaciones que se ha desarrollado gracias a los avances tecnológicos aplicados a los procesos de captura y conservación, así como el conocimiento que actualmente se tiene de las cualidades alimenticias de estos productos. A esto hay que añadir que el pescado puede constituir un alimento relativamente barato para aquellas zonas del planeta que sufren de subalimentación, a la vez que ayuda a evitar los inconvenientes de las dietas de los países con sobrealimentación, ya que los productos de la pesca tienen características nutritivas muy interesantes, pues sus principales componentes son el agua y las proteínas animales; son ricos en vitaminas, sales minerales, hierro, sodio, potasio, yodo, calcio, magnesio, fósforo, etcétera; y aportan pocos hidratos de carbono y grasas, ambos elementos consumidos en exceso en las dietas de los países desarrollados (2).

Como en el caso de la producción, este incremento se ha distribuido de forma desigual desde el punto de vista espacial, exis-

tiendo países en los que apenas se utiliza el pescado para cubrir sus necesidades alimentarias. El primer dato significativo al respecto es la enorme diferencia existente entre los países desarrollados (PD) y aquéllos en vías de desarrollo (PVD) en relación con el consumo anual medio per cápita (ver cuadro n.º 1). A pesar de que en las últimas tres décadas esa diferencia se ha reducido (desde 1960 a 1990 el consumo anual medio per cápita se ha incrementado un 49 por 100 en los PD, frente a un 84 por 100 en los PVD), la distancia entre ambos grupos sigue siendo elevada.

Naturalmente, dentro de estos dos grandes grupos de países existen diferencias. Así, por ejemplo, en el área asiática del Pacífico (que incluye países desarrollados y otros que no lo son), casi el 50 por 100 de las proteínas animales consumidas proceden de productos de la pesca, mientras que en zonas de África y de América Central y del Sur el consumo medio de pescado es muy bajo. En los PD de Europa también se aprecian diferencias entre ciertos países nórdicos con elevados consumos medios y otros del centro y Sur con un consumo moderado o bajo.

Más detalles sobre la evolución del consumo medio personal en algunos países significativos se ofrecen en el cuadro n.º 1. De todos ellos podemos destacar la tendencia creciente en el consumo medio de China (en el período considerado triplicó el consumo medio per cápita de pescado en una población muy significativa en número, a pesar de lo cual sigue teniendo un consumo muy cercano a la media de los PVD) y el relativo estancamiento en el consumo personal de países que, como los del Norte de Europa (Noruega y Suecia,

por ejemplo), ya tenían consumos medios elevados.

Por su parte, dentro de la Unión Europea (UE-12), también existen diferencias significativas, pudiendo diferenciar tres grupos de países según su nivel de consumo medio por persona.

El primer grupo está formado por aquellos miembros que consumen pescado por encima de la media europea, como Portugal, España y Francia (el primero de ellos con escasas modificaciones en su consumo desde 1961, mientras que España y Francia han incrementado su consumo personal por encima de la media de la UE en el mismo período).

El segundo grupo está compuesto por los países que, aun teniendo un consumo personal por debajo de la media de la UE, no se alejan demasiado de esa cifra media. Estamos hablando de Dinamarca, Reino Unido, Italia, Grecia, Bélgica y Luxemburgo. Algunos de ellos con tendencias crecientes en sus consumos medios (Italia, Dinamarca y, en menor medida, Bélgica y Luxemburgo), y otros con pocos cambios en sus pautas de consumo de pescado (Reino Unido y Grecia).

El tercer grupo está formado por aquellos miembros de la Unión con muy bajo consumo per cápita, como: Irlanda, Alemania y Holanda. De los tres, Irlanda muestra claras tendencias hacia el incremento de la importancia relativa del pescado en su dieta, mientras que los otros dos países apenas muestran signos de cambio en las últimas décadas.

Como consecuencia de la combinación de la evolución de la producción y el consumo propio, países como Japón, USA y los de la Unión Europea (salvo Irlanda, Dinamarca, Suecia y el Reino Unido) han perdido ca-

pacidad de autoabastecimiento pesquero, y se ven obligados a recurrir a los mercados internacionales para satisfacer las necesidades de su consumo interno. Otros, como Noruega, Islandia, Canadá, países sudamericanos y gran parte de los asiáticos, se están consolidando como abastecedores de los mercados mundiales.

La conjunción de todas estas circunstancias ha configurado un mercado pesquero mundial caracterizado por una elevada concentración del comercio pesquero (entre Japón y la UE absorben más del 65 por 100 de las importaciones pesqueras mundiales), y por la tendencia a que los países en vías de desarrollo incrementen su importancia relativa sobre el conjunto total de las exportaciones (del 12,25 por 100 del valor total de las exportaciones mundiales en 1961 al 45,5 por 100 en 1991) mientras que la pierden en las importaciones (del 26,4 al 14,3 por 100 en el mismo período). Como se puede observar en el cuadro n.º 2, las ganancias relativas más significativas dentro de las exportaciones se producen en la zona de América Latina y en el conjunto englobado en «demás», grupo en el que, sobre todo, destacan países asiáticos exportadores como Tailandia, China, Indonesia e India. Los descensos relativos en el conjunto mundial de las importaciones básicamente se han localizado en América Latina y África.

Obviamente, los PD han evolucionado de forma inversa a los PVD, descendiendo su participación en las exportaciones mundiales e incrementándola en las importaciones. El menor peso relativo de los PD respecto al conjunto de las exportaciones pesqueras mundiales se debe, en gran parte, a los descensos de Norteamérica (Estados Unidos y

Canadá) y, muy especialmente, de Japón (las demás zonas, incluida la UE-12, han conservado, e incluso aumentado ligeramente, su importancia relativa). Por el lado de las importaciones, ocurre lo contrario, pues su evolución está muy influida por el aumento en la zona norteamericana y Japón, mientras que el grupo de demás países descende su participación (el peso relativo de la UE en el conjunto de las importaciones pesqueras mundiales inicialmente mostró una tendencia descendente, evolución que se invirtió en la década de los ochenta).

Una información más detallada por países se puede observar en el cuadro n.º 3, que nos muestra los principales países exportadores e importadores a escala mundial y la evolución de su peso relativo en el comercio pesquero desde 1961 a 1991.

III. TENDENCIAS GENERALES EN EL MERCADO PESQUERO ESPAÑOL

Dentro del contexto general descrito, en los últimos años, el mercado interior español de productos de la pesca también ha vivido transformaciones significativas, en gran parte condicionadas por la evolución económica general y por las tendencias en la estructura del consumo y en la distribución comercial de los alimentos.

1. Cambios en la estructura del consumo

A lo largo de los años setenta y buena parte de los ochenta, dentro de la economía española se observó una tendencia al crecimiento de la porción de ren-

ta de los individuos dedicada al consumo (sobre todo, de aquella destinada a la adquisición de servicios de salud, transporte, cultura, ocio y otros). En los años noventa, y como resultado del contexto económico general, esa tendencia parece no tener continuidad, estabilizándose la parte del gasto destinada a servicios en torno al 37 por 100 del gasto total (ver cuadro n.º 4).

Por su parte, en correspondencia con la evolución normal en un país desarrollado, el gasto personal medio destinado al grupo de alimentación ha seguido una trayectoria descendente a lo largo de todo el período (desde 1980 a 1994, la partida de alimentos ha perdido algo más de ocho puntos porcentuales en el peso relativo del consumo personal). Inicialmente, el descenso del gasto medio en el grupo alimentario podría inducirnos a pensar que, por término medio, los españoles dedican menor parte de su presupuesto a la alimentación. Sin embargo, si consideramos los cambios en los hábitos de consumo alimentario, podremos observar cómo una parte significativa de las compras a minoristas se han sustituido por gasto en alimentación fuera del hogar, por lo que esta tendencia descendente no sería tan acusada.

A su vez, dentro del grupo de alimentos, los gastos se distribuyen de forma desigual, destinándose la mayor parte al consumo de carnes, pan y cereales, pescados, lácteos, frutas, y hortalizas y legumbres (ver cuadro número 5).

Como se puede observar, en esta estructura del consumo alimentario sólo dos partidas han ganado peso relativo de forma significativa en los últimos años: los productos de la pesca, y el pan y los cereales. Además, es-

tos datos también parecen mostrar que los hábitos de consumo alimentario de los españoles tienen una tendencia a sustituir el gasto en productos cárnicos por consumo de productos pesqueros, que actualmente representan en España algo más del 12 por 100 del gasto anual por persona en alimentación.

Como consecuencia de lo dicho, podemos afirmar que el descenso relativo del gasto en alimentos en el período considerado no está afectando tanto al grupo de los pescados. Para poder contrastar esta afirmación, en el cuadro n.º 6 se muestra la comparación de la evolución reciente en España del gasto medio personal con aquel destinado a alimentos y, dentro de éste, con el gastado en productos de la pesca.

Como se puede ver, desde el año 1985 hasta 1994, el gasto medio real por persona en España se había incrementado un 25,72 por 100, mientras que el destinado al grupo de alimentos sólo lo había hecho en un 6,77 por 100. Sin embargo, la parte del gasto alimentario destinado a la adquisición de productos de la pesca siguió una evolución más acorde con la media del gasto general, incrementándose en el mismo período un 20,02 por 100.

Esta particular evolución nos indica que, probablemente, la elasticidad renta del consumo en productos pesqueros en España difiere respecto al caso del grupo alimentario en su conjunto. Es decir, ante incrementos de la renta media disponible para el gasto, los españoles tienden a incrementar en similar medida su gasto con destino al consumo de pescado, mientras que lo hace en menor cuantía en el destinado al consumo alimentario en general. Así, dadas estas pautas de comportamiento, parecía previsi-

ble que, en el futuro inmediato, la demanda de productos de la pesca para el consumo alimentario se mantuviese o incluso se incrementase. No obstante, estimaciones recientes del Fondo de Regulación y Ordenación del Mercado (FROM) para el año 1995 parecen arrojar un descenso del consumo medio per cápita de pescado (que se situaría en torno a los 30 kilogramos por habitante al año), así como del gasto medio por persona, lo que vuelve a mostrarnos la especificidad del sector productivo y de las condiciones de los mercados pesqueros.

2. Las transformaciones en los canales de distribución comercial

Los cambios en la estructura del consumo alimentario en España fueron acompañados por el desarrollo de interesantes modificaciones en los canales y formas de distribución de los alimentos, transformaciones que también tienen sus repercusiones en la comercialización de los productos de la pesca.

En el conjunto de la distribución comercial de bienes y servicios, a través de la que se canaliza el gasto alimentario, se pueden destacar dos fenómenos tendenciales claros: aquel que se refiere a los cambios en las cuotas de participación de los establecimientos distribuidores, y aquel que se refiere a la cada vez mayor complejidad de los circuitos comerciales (complejidad vinculada a las características propias de los productos y a la continua innovación técnica, la segmentación del mercado y el progresivo proceso de internacionalización, principalmente).

Dada la variedad de productos pesqueros generados en España, los numerosos lugares de

desembarco existentes, y la diversidad de especies y presentaciones posibles para el consumo, también existen unos circuitos muy complejos para la distribución y comercialización de los mismos. En general, se distinguen tres eslabones fundamentales en el proceso comercial: primera venta o mercado en origen, mercado mayorista y mercado detallista. El mercado en origen es aquel que se sitúa en el lugar de producción o desembarco de los productos de la pesca, y los agentes fundamentales que intervienen son los productores o pescadores y los compradores mayoristas y minoristas, que adquieren los productos negociando directamente con los productores o a través de la subasta en lonja. El segundo gran eslabón comercial es el que se produce en los mercados mayoristas centrales, situados en lugares cercanos a los consumidores finales, donde se llevan a cabo distintos procesos de intercambio entre los mayoristas en origen, los mayoristas situados en los mercados centrales y los comerciantes detallistas. Por último, el tercer gran eslabón de la cadena distribuidora está compuesto por aquellos comercializadores (mayoristas y minoristas) que ofertan los productos pesqueros a los consumidores finales. Evidentemente, no todos los productos de la pesca tienen que seguir cada una de las fases descritas, siendo posibles otros canales de comercialización basados en la integración vertical de todo el proceso. Además, los agentes que participan en este proceso de distribución serán diferentes y tendrán distintas pautas de comportamiento dependiendo del tipo de producto pesquero que comercialicen (fresco o congelado).

Entre los distintos fenómenos que están modificando paulatina-

mente los canales de comercialización alimentaria en España, podemos destacar la aparición de nuevas formas comerciales que implican, entre otras cosas, significativos cambios en las relaciones de poder de mercado, tanto entre los diferentes canales de distribución detallista como entre proveedores y grandes distribuidores; en ocasiones, estos cambios han provocado conflictos como el existente entre los fabricantes y grandes distribuidores alimentarios en relación con las condiciones de pago exigidas por unos y otros (3).

El primer dato significativo al respecto está relacionado con las tendencias que se observan en el peso relativo de los diferentes sectores institucionales en relación con la demanda de productos alimentarios. Tal como se puede observar en el cuadro número 7, la mayor parte de los productos de la alimentación siguen teniendo su destino principal en los hogares, frente a la hostelería y restauración y a las instituciones, mostrándose una tendencia general decreciente en la participación relativa de los hogares. No obstante, en el caso del pescado, y para el mismo período, es el segmento de hostelería y restauración el que pierde peso relativo en favor del consumo con destino a los hogares, dato que vuelve a afirmarnos en la peculiaridad de estos productos respecto al conjunto de la alimentación.

Otra de las transformaciones interesantes, sobre todo para el caso de los productos frescos, ha sido la creación de una red de mercados centrales pertenecientes a la empresa nacional Mercasa. Estos «mercados» se han instalado en lugares cercanos a los principales centros de consumo con el fin de garantizar el suministro, desplazando de forma ostensible a las tradicionales pla-

zas de abastos y otros mercados centrales, e incrementando paulatinamente su cuota de mercado. Así, por ejemplo, la propia empresa nacional estima que, en la actualidad, en torno al 50 por 100 del pescado fresco consumido en España pasa por algún centro de la red, elevándose este porcentaje al 90 por 100 en las zonas de influencia directa de los «mercados».

Los cambios señalados dentro de la demanda alimentaria han tenido escasa repercusión en comparación con las variaciones vividas en la forma en que los hogares satisfacen su aprovisionamiento. La aparición de nuevas formas comerciales detallistas (supermercados, centros comerciales, etc.) y, sobre todo, la implantación de los primeros hipermercados en la segunda mitad de los años setenta, encendieron la mecha de los profundos cambios que se desarrollaron de forma vertiginosa en los años ochenta.

En poco tiempo, las cuotas de mercado de las diferentes formas comerciales cambiaron drásticamente, proceso en el que el comercio detallista tradicional (formado por pequeños establecimientos de propiedad y gestión familiar, y por mercados municipales de abastos) ha ido perdiendo protagonismo. Los datos son más que elocuentes y, a pesar de que a finales de los años ochenta gran parte del proceso ya se había cristalizado, la cuota de mercado de las tiendas tradicionales de alimentación siguió bajando (en tan sólo cinco años, desde 1988 a 1993, perdieron algo más de doce puntos porcentuales), siendo absorbida en su totalidad por el grupo de los hipermercados y por el de los autoservicios y supermercados (4).

En el caso de los productos pesqueros, también se está ob-

servando esta pérdida progresiva de protagonismo del pequeño comercio detallista tradicional, pero de una forma tardía respecto al grupo de los demás alimentos. No obstante, es previsible que en años venideros esto pueda cambiar, dado el ritmo al que las pescaderías tradicionales están perdiendo cuotas de mercado (ver cuadro n.º 8).

Las cuotas de mercado de las ventas a la hostelería y restauración son significativamente diferentes a las de los hogares. En la alimentación general, tanto las tiendas tradicionales como los mayoristas están perdiendo cuota en favor de los autoservicios, supermercados e hipermercados, y sobre todo en favor de otras formas, como las compras directas a los productores. La misma tendencia se observa para los productos de la pesca, aunque, nuevamente, con cierto retraso en relación con el grupo general de alimentos y con alguna peculiaridad (ver cuadro número 9). Así, las tiendas detallistas tradicionales, que casi acaparaban este tipo de suministros hasta hace poco tiempo, están dejando paso a otras figuras proveedoras como los mayoristas de pescado (tanto en origen como los de los mercados centrales) y otras formas de adquisición, como la adquisición directa a los productores (compras de pescado directamente en lonjas o a las empresas armadoras de buques congeladores).

Además de los cambios en la participación relativa dentro del comercio, también se están llevando a cabo transformaciones estructurales de interés relacionadas con la aplicación de innovaciones técnicas en la distribución alimentaria, con la segmentación del mercado alimentario y con el progresivo proceso de internacionalización. Cambios que están afectando y afectarán

a la distribución del pescado en el mercado español.

En los últimos años, en España, se están introduciendo importantes mejoras tecnológicas en el sector de la distribución, entre las que podemos destacar: las nuevas técnicas de gestión y dirección (como el *just in time*), el desarrollo de nuevos sistemas logísticos y de transporte de los alimentos, la extensión de avances de la microelectrónica que favorecen formas de adquisición diversas (telecompra, encargos por ordenador, etc.), la incorporación de avances en la simbolización y codificación de los productos, adaptación a los de sistemas de pago a través de tarjetas (dinero de plástico), etcétera.

Otros cambios estructurales están relacionados con los procesos de organización empresarial dentro de la distribución alimentaria (desarrollo de las marcas, procesos de fusión e integración, fuerte internacionalización, etc.). En los últimos años, se ha consolidado el mercado marquista (tanto de distribuidor, como de establecimiento y de productor), ya poderoso en la venta de productos significativos (tomate frito, leche, conservas, etc.) y que en muchos casos tiende a aumentar el poder de mercado del distribuidor. Otro fenómeno a destacar es el de las centrales de compra y servicio, que muestran claras tendencias hacia la integración con el fin de obtener economías de escala que les permitan competir en un mercado cada vez más globalizado. Los movimientos de absorción y fusión de empresas distribuidoras son fuertes, y están en estrecha relación con la progresiva implantación de eurocentrales de compra (5).

Por último, debemos señalar que gran parte de los anterior-

res fenómenos están provocados por los procesos de apertura de mercados y de internacionalización de la distribución. A la expansión de cadenas de hipermercados de origen francés se les han unido otras cadenas de grandes almacenes y superficies especializadas de diferente origen nacional, así como cadenas de distribución alimentaria alemana de descuento fuerte. Todo esto se debe ligar a la progresiva tendencia de las empresas hacia la diversificación en la oferta de productos y servicios, de tal forma que la distribución alimentaria constituye un ámbito de creciente interés para los grupos y corporaciones empresariales y financieros que tradicionalmente no habían mostrado mucho interés por este sector.

IV. SITUACIÓN Y PERSPECTIVA DEL COMERCIO EXTERIOR PESQUERO

En las últimas décadas, España se ha situado entre los mayores productores pesqueros mundiales, pero también entre los países de mayor consumo medio de este tipo de productos. Los desembarcos de la flota pesquera española mostraron tendencias decrecientes, lo que no parece haber modificado significativamente las pautas de consumo interno de este tipo de productos. Todo ello ha provocado que en el mercado español la producción propia sea claramente insuficiente para abastecer las necesidades de la demanda interna, teniendo por lo tanto que recurrir al mercado internacional. En este apartado, daremos cuenta de la evolución y situación reciente del comercio exterior pesquero español para después valorar las perspectivas inmediatas en el contexto libera-

lizador de los nuevos acuerdos del GATT.

1. El comercio exterior pesquero en España

A estos efectos, el primer dato relevante del mercado español de productos pesqueros está relacionado con su elevada dependencia externa. La tasa de cobertura externa pesquera no alcanza el 40 por 100, reducida si la comparamos con los valores cercanos al 80 por 100 correspondientes al comercio exterior de mercancías en España. Estas tasas de cobertura implicaron en el año 1995 un déficit comercial global de unos 2,9 billones de pesetas, frente a un saldo pesquero también negativo de unos 235.000 millones de pesetas. Es decir, los productos de la pesca son responsables de algo más del 8,1 por 100 del déficit comercial de la economía española, dato que nos ofrece una idea de la importancia relativa de este comercio.

Como se puede observar en el cuadro n.º 10, la necesidad de abastecer la demanda interna de productos de la pesca ha provocado un incremento de los flujos comerciales pesqueros procedentes del resto del mundo, alcanzando en 1995 una cifra superior a los 385.000 millones de pesetas (representa el 2,69 por 100 del valor total de las mercancías importadas en ese año por España). Por su parte, las exportaciones de productos de la pesca también han logrado cifras relevantes cercanas a los 150.000 millones de pesetas en el año 1995 (algo más del 1,3 por 100 del valor total de las mercancías vendidas por España al exterior en ese año).

En términos generales, las exportaciones pesqueras españo-

las se dirigen principalmente al resto de los países pertenecientes a la Unión Europea (cerca del 70 por 100 del valor total de las exportaciones en 1995). Además, desde la incorporación al escenario europeo se ha incrementado la importancia de este destino en el conjunto de las exportaciones pesqueras españolas, ganando en tan sólo diez años unos 22 puntos porcentuales respecto a otros posibles destinos (ver cuadro n.º 11). Con las importaciones pesqueras españolas ocurre casi la situación inversa, pues mayoritariamente proceden de terceros países (el 65,84 por 100 del valor total de las importaciones en 1995). En este caso, la tendencia general no está tan clara, pues, aunque se han producido algunos altibajos en el período 1986-95, la importación de productos desde el resto de los países no comunitarios ha oscilado dentro del intervalo comprendido entre el 57 y el 66 por 100.

Tanto en el caso de la balanza comercial pesquera intracomunitaria como en la extracomunitaria, se registran fuertes déficits. Además, en ambos casos las tasas de cobertura externa del comercio pesquero siguieron una tendencia general decreciente desde 1986 a 1992, pero desde entonces parecen mostrar signos de recuperación.

A partir de los datos del cuadro n.º 12, podemos señalar algunas características básicas sobre la distribución del comercio pesquero español por grandes partidas arancelarias y su evolución reciente. Las exportaciones pesqueras españolas básicamente se concentran en tres grandes grupos, que representan más del 70 por 100 del valor total de las exportaciones pesqueras españolas en el período 1986-96: el pescado congelado, los crustáceos y moluscos, y las

conservas de pescado, crustáceos y moluscos.

Por su parte, también las importaciones se concentran en pocos grupos arancelarios, ya que aproximadamente el 80 por 100 del valor total de las importaciones pesqueras españolas son de crustáceos y moluscos, pescado fresco y pescado congelado. En este caso, la evolución de la importancia relativa de cada gran grupo sobre el total de las importaciones no ha sufrido grandes modificaciones en el período 1986-1995.

En la actualidad, los clientes exteriores de los productos pesqueros españoles están muy concentrados en pocos países. En 1995, los cuatro primeros países compradores (Italia, Portugal, Japón y Francia) acumularon en torno al 74 por 100 del valor total de las exportaciones pesqueras españolas, y entre los diez primeros países importadores acumulan más del 87 por 100 del mismo (ver cuadro n.º 13). En general, los productos con mayor volumen de exportación son los túnidos (fundamentalmente hacia Italia, Francia, Portugal y Japón), calamares y potas (hacia Italia, Portugal y Francia), pulpos (básicamente a Japón), merluza (hacia Portugal), y conservas de túnidos (a Italia).

El origen de las importaciones pesqueras españolas se localiza mayoritariamente en países no comunitarios, y hay una menor concentración por países que en el caso de las exportaciones. Entre los diez primeros proveedores del mercado español en 1995 acumularon el 53,8 por 100 de las compras exteriores españolas (ver cuadro n.º 14). Entre ellos se encuentran seis miembros de la Unión Europea (Francia, Reino Unido, Holanda, Dinamarca, Italia y Portugal, representando el 31,4 por 100 del

valor total de las importaciones), dos países sudamericanos (Argentina y Ecuador, con el 11,3 por 100 del total) y dos africanos (Marruecos y Namibia, con el 11,1 por 100). Los países de la UE, básicamente Dinamarca y Portugal, nos suministran bacalao; Francia exporta anchoas, merluza, túnidos y sepia; Holanda nos vende conservas de moluscos, lenguados, calamar y pota; Italia, merluza y anchoas, y el Reino Unido, una mayor variedad de productos como gallos, cigalas, langostinos, merluza, rape, calamar y pota. Otros países europeos, como Noruega e Islandia, nos venden principalmente bacalao. En cuanto a los países americanos, Argentina nos suministra merluza, langostino, calamar y pota; Ecuador, langostino y conservas de túnidos; Chile, merluza y conservas de moluscos, y Estados Unidos, calamar y merluza. Por último, países africanos como Marruecos nos suministran pulpo, calamar, langostino, sepia y gamba; por su parte, Namibia está más especializada en la exportación de merluza y rape.

2. Los nuevos acuerdos del GATT y su posible incidencia

El comercio exterior de productos de la pesca y sus transformados está sujeto al ámbito general de la política comercial común, pero con alguna especificidad relacionada con la existencia de una política pesquera común. Así, para los productos pesqueros y de la acuicultura se consideran dos mecanismos de protección en frontera frente a los productos del exterior: los precios de referencia y las cláusulas de salvaguardia. El primero es un sistema de vigilancia del mercado de importación basado en el precio, y las segundas con-

sisten en una serie de medidas que van desde el sometimiento a unos precios mínimos que respeten el de referencia hasta la no autorización a realizar dicha importación, pasando por la posibilidad de imponer una tasa o gravamen compensatorio o por la suspensión de los privilegios o beneficios arancelarios (6). El comercio de preparados y conservas de pescado, crustáceos y moluscos está sometido al régimen general también, con algunas excepciones que afectan fundamentalmente a las conservas de atún, bonito y sardinas (en algunos casos, se contempla la posibilidad de aplicar restricciones cuantitativas a la importación). Por otra parte, con el fin de garantizar el abastecimiento de productos de la pesca, la UE, con base en los acuerdos preferenciales y autónomos, y de acuerdo con el GATT, gestiona unos contingentes para determinados productos pesqueros (principalmente, bacalao y arenque), cantidades para las que existe una suspensión parcial y temporal del derecho autónomo de arancel aduanero común.

La política comercial de la Unión Europea ha avanzado hacia la liberalización comercial internacional con la entrada en vigor, en enero de 1995, de los acuerdos alcanzados en la Ronda Uruguay del GATT, cuya tarea principal consistía en adecuar las normas y reglamentaciones a la cambiante y cada vez más compleja realidad del comercio internacional. Las negociaciones, en general, tuvieron un carácter multilateral y global, lo que implica la aceptación del paquete completo de resultados por parte de los firmantes. Estas características, unidas a la amplitud y complejidad de la materia tratada, explican el largo proceso de la negociación (iniciado en septiembre de 1986 en Uruguay).

El sector de productos de la alimentación ha sido uno de los grandes centros de interés en las negociaciones, pues se pretendía avanzar en la liberalización del comercio, flexibilizando el acceso a los mercados, reforzando la libre competencia (con eliminación de subvenciones) y eliminando trabas artificiales impuestas a través de reglamentaciones diversas (7). Sin embargo, el Acuerdo sobre Agricultura explícitamente excluye al pescado y los productos de la pesca, productos que son regulados por los acuerdos generales sobre el comercio de mercancías no agrarias ni textiles. Para este grupo de mercancías, los principios generales de las negociaciones que afectaron a los productos de la pesca se pueden resumir en dos puntos:

- Recorte de las crestas arancelarias (aranceles iguales o superiores al 15 por 100) en un 50 por 100, con ciertas excepciones.
- Reducciones arancelarias medias de al menos un 33 por 100 para el resto de los productos.

Conforme a esto, la UE presentó, en las listas anejas a los acuerdos del GATT, una oferta que contemplaba el principio de reducción de crestas arancelarias en un 50 por 100 para los productos de la pesca, reducción arancelaria que se está llevando a cabo en cinco etapas anuales iguales a partir de 1995. Esta oferta afecta a 88 posiciones del total de 355 existentes para productos pesqueros dentro del Arancel Aduanero Común, la mayor parte de ellas llevadas a cabo en partidas del capítulo 03. Entre los productos afectados por estas reducciones arancelarias, podemos señalar algunos pescados frescos y congelados, como las gallinetas nórdicas, marucas, bacaladilla, congriaba-

dejo rosado, bacalaos, pintarrijas, gallineta nórdica y merlanes; algunos pescados congelados o fileteados como la merluza, fletán y pez espada; crustáceos y moluscos como las langostas, langostinos, cangrejos y bueyes; y conservas como las de sardinas y caviar.

Además, para dieciséis productos pesqueros considerados sensibles, la Unión Europea ha ofrecido la posibilidad de reducir sus derechos arancelarios a la importación para productos procedentes de países que oferten derechos de pesca en sus aguas para la flota comunitaria. Básicamente, se trata de especies de interés como el fletán, la merluza, el rape, el abadejo y el bogavante en sus diversas presentaciones (fresco, congelado, fileteado o preparado).

A pesar de que las negociaciones comerciales del GATT implican cambios en los derechos arancelarios comunitarios, en términos generales, creemos que tendrán poca incidencia en el mercado pesquero europeo. Podemos diferenciar algunos argumentos básicos interrelacionados para apoyar esta afirmación:

- Antes de la firma de los acuerdos del GATT, las necesidades de abastecimiento interno en Europa (tanto de la demanda final como intermedia de las industrias transformadoras y conserveras) condicionaron el comportamiento de las autoridades comunitarias en relación con el comercio exterior pesquero. Así, generalmente, la liberalización y la apertura comercial han sido la norma de actuación, política que ha convertido al mercado pesquero europeo en el más importante del mundo, con aproximadamente el 20 por 100 de las exportaciones mundiales y cerca del 40 por 100 de las importaciones.

- El desarme arancelario real existente en la Comunidad para los productos de la pesca es bastante elevado, pues existe un sistema de contingentes con derechos arancelarios reducidos o nulos para las importaciones de algunos productos significativos, y una serie de medidas de exención arancelaria temporal para determinados productos en función de las necesidades del mercado interior comunitario.

- Algo más del 60 por 100 de las importaciones pesqueras comunitarias proceden de países que gozan de algún beneficio arancelario ligado al cumplimiento de los acuerdos comerciales internacionales en el marco de las políticas comerciales autónoma y convencional de la Unión Europea.

- Con la oferta europea de reducir los derechos convencionales a la importación a cambio de obtener derechos de pesca, se persigue que los pescadores comunitarios puedan ejercer su actividad en aguas de jurisdicción de los países exportadores de pescado hacia el mercado europeo. De esta forma, parte de la flota comunitaria se vería compensada de las posibles repercusiones negativas que puedan derivarse del descenso arancelario y del incremento de las importaciones de algunos productos.

En general, creemos que estos argumentos también son de aplicación a España, por lo que las repercusiones sobre nuestro mercado serán reducidas, aunque se pueden matizar algunas cuestiones de interés.

Como ya hemos comentado, el mercado pesquero español es fuertemente dependiente de los suministros procedentes de países no comunitarios, por lo que, en principio, las reducciones de derechos aplicables podrían

afectarnos de forma más significativa. A pesar de esto, creemos que el impacto de dichas medidas no será tan traumático dado el contexto internacional en el que se producen.

Por una parte, se puede constatar que la oferta europea de reducciones arancelarias en productos pesqueros no supone grandes cambios respecto a los niveles de protección existentes en el anterior sistema arancelario común, que se siguen situando en torno al 12 por 100 para los productos del capítulo 03 y cerca del 25 por 100 para las conservas (aranceles notablemente superiores a los que mantienen otros países supuestamente competidores, como Estados Unidos, Canadá o Noruega, con tipos medios que oscilan entre el 0 y el 5 por 100).

Por otra parte, es bien conocido que, en los últimos años, una parte significativa de la flota española pasó a formar parte de empresas pesqueras mixtas establecidas con países que disponían de recursos pesqueros comercialmente explotables. A pesar de que los productos procedentes de estas empresas mixtas técnicamente sean considerados como importaciones al entrar en el mercado español, al menos en parte, siguen siendo empresas de capital propio. Como hemos observado en el cuadro n.º 14, las principales fuentes de suministro de productos pesqueros coinciden con los países donde existen empresas pesqueras mixtas (Reino Unido, Argentina, Namibia, Chile, Panamá, etcétera).

La posición de los exportadores españoles en los mercados internacionales tampoco parece que vaya a sufrir cambios importantes tras los acuerdos del GATT, pues las exportaciones pesqueras se están dirigiendo

cada vez en mayor medida hacia el propio mercado europeo, tendencia que tiene visos de continuidad. A nuestro entender, el único aspecto que puede sufrir cambios significativos es el relativo al comercio hacia terceros países no europeos, que, como señalamos anteriormente, supone algo más del 30 por 100 del volumen total de las exportaciones pesqueras españolas. Dentro de este grupo destacan aquellos países con los que la Unión Europea no tiene un trato comercial preferencial (USA, Japón, Taiwan, etc.), lo que implica la aplicación del arancel convencional y la posibilidad de que se produzcan leves descensos de las exportaciones hacia esos destinos.

V. CONCLUSIONES

La evolución reciente del contexto pesquero mundial está condicionada por diversos factores fuertemente interrelacionados entre sí, tanto del lado de la oferta como del lado de la demanda. En lo que se refiere a la oferta de productos pesqueros a escala mundial, podemos destacar, por una parte, la tendencia generalizada hacia el incremento de la presión sobre los *stocks* naturales de peces (en gran medida facilitado por el desarrollo tecnológico aplicado a la pesca) y, por otra, el profundo proceso de redefinición de los derechos de acceso y explotación de dichos recursos pesqueros (extensión de las zonas económicas exclusivas a 200 millas). En lo que se refiere a la demanda, es importante resaltar la gran diversidad existente por países en relación con el papel que están jugando los productos de la pesca en las dietas alimentarias (estos hábitos de consumo alimentario están condicionados por la relativa proximidad a los recursos,

por factores como la escasez relativa de otras fuentes alternativas para el suministro de proteínas animales, por factores de tipo cultural y religioso, o incluso por cuestiones de tipo tecnológico).

La combinación de este conjunto de factores ha dado lugar a la configuración de un contexto pesquero mundial caracterizado por la elevada concentración productiva en determinados países y zonas (donde los países en vías de desarrollo están ganando peso relativo) que no necesariamente se corresponden con la distribución geográfica del consumo (por regla general, el pescado sigue siendo más apreciado en las dietas de los países desarrollados). Si enfrentamos la evolución de los datos de producción con las respectivas necesidades de consumo, lógicamente se nos empiezan a dibujar las tendencias en el comercio pesquero internacional por países. Tendencias que se dirigen hacia la pérdida de importancia relativa de los países desarrollados en el conjunto de las exportaciones y hacia un aumento de la dependencia de estos países respecto de los suministros externos.

Naturalmente, este contexto general condicionó el desarrollo reciente del sector pesquero español, tanto en su vertiente extractiva (descenso en las capturas, desajustes en las flotas, formación de empresas mixtas, etcétera) como en los aspectos comerciales referidos al mercado interior y al comercio internacional de pescado.

En lo que respecta a la evolución del mercado interior pesquero, es importante señalar las tendencias generales observadas, ligadas tanto a la evolución de la economía en su conjunto como a los cambios en la estruc-

tura del consumo alimentario y los canales y formas de distribución comercial.

Los cambios más relevantes dentro de la estructura del consumo están ligados al descenso relativo del gasto anual medio en alimentación dentro del presupuesto de los consumidores españoles. No obstante, el consumo de productos pesqueros, al menos hasta 1995, ha seguido pautas más cercanas a la evolución general de la renta media disponible para el gasto que a la evolución del gasto alimentario, implicando entonces un incremento de la importancia del pescado dentro del consumo alimentario global.

Estos cambios en el consumo han ido acompañados de transformaciones significativas en los canales de distribución comercial. Por una parte, se observan tendencias hacia modificaciones importantes en las cuotas de mercado de los distintos establecimientos, que han significado una pérdida sustancial del peso relativo de los detallistas tradicionales (pescaderías, mercados municipales de abastos, etc.) en favor de otras formas comerciales (supermercados, hipermercados, etc.). Por otra, también son significativos los cambios estructurales relacionados con la aplicación de innovaciones técnicas en la distribución comercial, con procesos de reorganización empresarial del sector comercial alimentario (tendencia a la concentración y fusión de empresas, desarrollo del mercado franquista, etc.), y con la progresiva tendencia hacia la apertura e internacionalización de los mercados.

En lo que respecta al comercio exterior pesquero, en los últimos años, el mercado español se ha configurado como altamente dependiente de los suministros ex-

ternos de pescado. El mantenimiento de un elevado consumo medio, unido al descenso y posterior estabilidad de los desembarcos, han provocado la necesidad de recurrir a las importaciones para satisfacer las necesidades de la demanda interna.

En términos generales, se importa pescado fresco, congelado, crustáceos y moluscos, mientras que las exportaciones se localizan en el grupo de pescado congelado, en el de moluscos y en las conservas. El destino principal de las exportaciones pesqueras se sitúa en el resto de los países comunitarios (Portugal e Italia de forma destacada), mientras que el origen de las importaciones es mucho más variado (Argentina, Namibia, Reino Unido, Portugal, Chile, etcétera).

A pesar de los saldos comerciales pesqueros negativos, que suponen tasas de cobertura próximas al 40 por 100, esta dependencia externa necesariamente debe ser matizada, dado el papel que juegan en el conjunto de las importaciones aquellos productos que proceden de las empresas pesqueras mixtas.

Recientemente, con la negociación y firma de los nuevos acuerdos del GATT, el panorama del comercio mundial puede vivir cambios importantes. Sin embargo, para el caso de la pesca, entendemos que las transformaciones en los mercados pesqueros seguirán estando más vinculadas a otros aspectos distintos de las modificaciones puramente arancelarias (como el estado de los recursos naturales, los cambios institucionales y jurisdiccionales o los avances técnicos aplicados a la pesca).

NOTAS

(*) La elaboración de este trabajo ha sido posible gracias al apoyo de la Fundación Caixa Galicia a través de la financiación del proyecto «Impacto en el sector pesquero gallego de las nuevas tendencias comerciales».

(1) Más información sobre el estado mundial de las pesquerías se puede obtener en BJØRNDAL (1992) y anuarios estadísticos de pesca de la FAO.

(2) Detalles sobre la composición y el valor nutritivo de especies comerciales de pescado se puede encontrar en SANTOS y NÚÑEZ (1994).

(3) Sobre el comportamiento y la competitividad de la industria y las empresas alimentarias españolas, se puede consultar a JORDANA (1994) y VILADOMÍU *et al.* (1995).

(4) Debemos señalar que dentro de este amplio grupo de minoristas existen comportamientos muy dispares dependiendo del área geográfica y del grado de especialización de cada uno de ellos. Así, dentro de esta tendencia decreciente, también se pueden constatar ciertos sectores detallistas muy dinámicos, capaces de competir especializándose en productos que no pueden absorber otras formas comerciales de mediano y gran tamaño, ofreciendo atención personalizada

o aprovechando sus ventajas de localización en lugares próximos a su posible clientela.

(5) Así, de las 15 grandes centrales de compra de productos de gran consumo existentes a principios de los noventa tan sólo quedan tres, que se reparten un mercado de unos 3 billones de pesetas al año, y agrupan a más de 20.000 tiendas (entre los últimos procesos de fusión más significativos, se pueden destacar el de Selex, Centra y Spar para formar Euromadi, y la integración de Vivó y Maesa para formar Vima, empresa que fue integrada en Euromadi y que se ha convertido en el líder del mercado por delante de IFA y Plataforma Detallista), Mercasa (1995).

(6) También es posible aplicar cláusulas de salvaguardia en casos de perturbaciones graves en los mercados provocados por importaciones que amenacen o causen daños graves a los productores internos.

(7) En SUMPSI y BARCELÓ (1996) se tratan con detalle los resultados de las negociaciones del GATT y sus posibles efectos sobre el sector agroalimentario español.

BIBLIOGRAFÍA

BJØRNDAL, T. (1992), «La gestión de las zonas de pesca como recursos de propiedad común», *Revista de Estudios Agro-Sociales*, n.º 160.

FAO (varios años), *Anuario estadístico de pesca*, Roma.

INE (varios años), *Anuarios estadísticos*, Instituto Nacional de Estadística, Madrid.

JORDANA, J. (1994), «La competitividad de la industria agroalimentaria española», *PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA*, n.º 60-61.

MERCASA (varios años), *Informe anual*, Empresa Nacional Mercasa, Madrid.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (varios años), *La alimentación en España*, Madrid.

SANTOS, L., y NÚÑEZ, J. F. (1994), *Fundamentos de pesca*, Fondo Editorial de Ingeniería Naval del Colegio Oficial de Ingenieros Navales, Madrid.

SUMPSI, J. M., y BARCELÓ, L. V. (1996), *La Ronda Uruguay y el sector agroalimentario español*, editado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y por el Ministerio de Comercio y Turismo, Madrid.

VILADOMÍU CANELA, L. *et al.* (1995), «Aproximación a los factores microorganizativos de la competitividad de las empresas de la alimentación», *Revista Española de Economía Agraria*, n.º 174.

CUADRO N.º 1

DISPONIBILIDAD DE PESCADO EN EL MUNDO EN KILOS POR PERSONA AL AÑO (1961-1990) (*)

PAÍS O ZONA	1961	1990	1990/61
TOTAL MUNDIAL	9,1	13,3	146
PAÍSES DESARROLLADOS	17,5	26,1	149
PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO.....	5,1	9,4	184
Japón	49,5	71,2	144
Noruega	38,7	39,1	103
Finlandia	17,5	29,3	167
Suecia	25,8	26,7	103
Ex-URSS.....	14,0	25,3	181
UE (12)	17,6	23,4	133
USA.....	14,0	21,6	154
China.....	3,1	9,9	319
Austria.....	7,0	9,4	134
PAÍSES DE LA UE (12)			
— Portugal	55,8	58,2	104
— España	26,7	38,0	142
— Francia	18,8	31,9	170
— Dinamarca	16,6	21,8	131
— Reino Unido	19,7	20,8	106
— Italia	12,7	20,6	162
— Grecia	19,1	20,6	108
— Bélgica + Luxemburgo	17,7	19,9	112
— Irlanda	7,1	16,2	228
— Alemania	11,6	13,3	115
— Holanda	10,7	10,9	102

(*) Kilos de pescado en peso vivo.

Fuente: FAO.

CUADRO N.º 2

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS POR GRANDES ÁREAS. 1961-1991
(En miles de dólares norteamericanos)

	1961		1991		1961		1991	
	Exportaciones	Porcentaje	Exportaciones	Porcentaje	Importaciones	Porcentaje	Importaciones	Porcentaje
TOTAL MUNDO	557	100,0	38.873	100,0	387	100,0	43.601	100,0
PAÍSES DESARROLLADOS	489	87,8	21.178	54,5	285	73,6	37.374	85,7
— UE (12)	95	17,0	8.350	21,5	186	48,1	16.320	37,4
— Japón.....	178	32,0	848	2,2	16	4,1	12.085	27,7
— USA + Canadá	129	23,2	5.450	14,0	19	4,9	6.675	15,3
— Demás	87	15,6	6.530	16,8	64	16,5	2.294	5,3
PAÍSES EN DESARROLLO	68	12,2	17.695	45,5	102	26,4	6.228	14,3
— América Latina.....	24	4,3	4.078	10,5	35	9,1	556	1,3
— África Norte	7	1,2	932	2,4	11	2,9	346	0,8
— África Sub-Sahariana	16	2,9	782	2,0	23	5,9	624	1,4
— Demás	21	3,8	11.903	30,6	33	8,5	4.702	10,8

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos SOFA-95 de la FAO.

CUADRO N.º 3

RANKING DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES E IMPORTADORES PESQUEROS. 1961-1991

TOTAL EXPORTADORES				TOTAL IMPORTADORES			
1961	Porcentaje	1991	Porcentaje	1961	Porcentaje	1991	Porcentaje
1. Japón	32,0	Estados Unidos	8,4	Francia	20,4	Japón	27,7
2. Canadá	23,2	Thailandia	7,5	Italia	18,1	Estados Unidos	13,8
3. Dinamarca	12,0	China	7,0	Australia	5,9	Francia	6,7
4. Islandia	11,7	Dinamarca	5,9	Dinamarca	5,2	España	6,3
5. Francia	3,4	Noruega	5,9	Canadá	4,9	Italia	6,2
6. Islas Feroe	2,5	Canadá	5,6	Brasil	4,1	Alemania	4,9
7. Angola	1,8	Corea del Sur.....	3,9	Japón	4,1	Reino Unido	4,4
8. Australia	1,4	Holanda	3,5	Hong Kong	3,6	Hong Kong	2,8
9. Bangladesh	1,3	Islandia	3,3	Sri Lanka	3,6	Dinamarca	2,6
10. El Salvador	1,1	Indonesia	3,1	Checoslovaquia	3,6	Thailandia	2,4
11. India	1,1	Reino Unido	2,9	Ghana	3,4	Holanda	2,2
12. Chile.....	1,1	Chile	2,7	Austria	3,1	China	2,1
13. Groenlandia.....	0,7	Francia	2,4	Grecia	2,3	Bélgica-Luxemburgo..	1,8
14. Chad	0,7	Japón	2,2	Argelia	1,8	Portugal	1,7
15. Hong Kong.....	0,7	URSS	2,2	Jamaica	1,8	Canadá	1,5
16. Irlanda	0,5	España	2,0	Finlandia	1,6	Corea del Sur	1,3
17. Irán.....	0,5	Alemania	1,8	Israel	1,0	Singapur	1,1
18. Ecuador	0,5	Hong Kong	1,7	Bélgica-Luxemburgo ..	1,0	Suecia	1,0
19. Argelia	0,5	Marruecos	1,6	Cuba	1,0	Suiza	0,9
20. Brasil	0,5	Ecuador	1,5	Egipto	0,8	Australia	0,8
21. Guyana	0,4	Australia	1,5	Irlanda	0,8	Noruega	0,7
22. Grecia	0,4	India	1,5	Angola	0,5	Brasil	0,4
23. Italia	0,4	Nueva Zelanda	1,4	R. Dominicana	0,5	Nigeria	0,4
24. Bélgica-Luxemburgo ..	0,2	Singapur	1,3	Hungría	0,5	Grecia	0,4
25. Cuba	0,2	Perú	1,3	Indonesia	0,5	Malasia	0,4
Demás países	0,2	Demás países	17,9	Demás países	5,9	Demás países.....	5,5

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de datos SCFA-95 de la FAO.

CUADRO N.º 4

EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO ANUAL POR PERSONA EN ESPAÑA

	1980	1985	1990	1994
Pesetas corrientes	237.694	396.494	645.248	844.793
1. Alimentos	31,91	30,09	26,84	23,88
2. Vestido	8,48	10,21	10,02	7,70
3. Vivienda	18,80	19,47	19,98	25,51
4. Menaje	7,48	6,62	6,44	6,00
5. Salud.....	2,35	2,11	2,39	2,70
6. Transporte.....	13,60	11,90	13,13	13,26
7. Cultura y ocio	6,72	6,19	6,31	6,41
8. Otros	10,66	13,41	14,89	14,54

Fuente: Estadísticas de encuestas de presupuestos familiares, INE.

CUADRO N.º 5

ESTRUCTURA DEL GASTO ANUAL MEDIO POR PERSONA EN ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

	1980	1985	1990	1994
En pesetas corrientes	72.724	113.923	164.905	189.860
— Pan, pastas y cereales	10,80	11,50	12,00	13,38
— Patatas, hortalizas, legumbres	8,60	7,70	8,30	8,56
— Frutas	8,60	7,80	8,60	8,08
— Carnes	28,70	28,90	28,40	26,93
— Pescados	10,60	10,80	11,60	12,14
— Huevos	2,90	2,80	1,90	1,46
— Leche, queso, mantequilla	11,80	12,20	11,50	11,43
— Aceites	4,90	4,80	4,00	3,89
— Azúcar y dulces	3,20	3,60	3,30	3,63
— Café e infusiones	2,60	2,50	1,50	1,27
— Bebidas alcohólicas	4,60	4,00	4,00	3,84
— Bebidas no alcohólicas	1,50	1,50	2,00	2,31
— Otros	1,20	1,90	2,90	3,01

Fuente: Estadísticas de encuestas de presupuestos familiares. INE.

CUADRO N.º 6

GASTO MEDIO POR PERSONA EN ESPAÑA: TOTAL, ALIMENTOS Y PESCADO (1985-1994)

AÑOS	TOTAL		ALIMENTOS		PESCADO	
	Plas. ctes. 85	N.º ind.	Plas. ctes. 85	N.º ind.	Plas. ctes. 85	N.º ind.
1985	396.303	100,00	119.268	100,00	12.881	100,00
1986	394.254	99,48	119.712	100,37	12.689	98,51
1987	412.373	104,05	120.550	101,07	13.140	102,01
1988	417.927	105,46	118.260	99,15	13.482	104,67
1989	448.551	113,18	120.811	101,29	13.652	105,99
1990	470.437	118,71	125.240	105,01	14.528	112,79
1991	488.026	123,14	125.872	105,54	15.079	117,06
1992	507.203	127,98	128.100	107,41	15.705	121,92
1993	505.729	127,61	128.886	108,06	15.917	123,57
1994	498.233	125,72	127.345	106,77	15.460	120,02

Fuente: Estadísticas de encuestas de presupuestos familiares. INE.

CUADRO N.º 7

**ALIMENTOS Y PRODUCTOS DE LA PESCA COMPRADOS EN ESPAÑA SEGÚN DESTINO
(HOGARES, HOSTELERÍA E INSTITUCIONES) (1988 Y 1993)
(En millones de pesetas corrientes)**

	1988		1993	
	Valor	Porcentaje	Valor	Porcentaje
TOTAL ALIMENTACIÓN	5.929.866	100,00	7.792.842	100,00
— Hogares	4.720.264	79,60	5.943.974	76,28
— Hostelería y restauración ..	1.069.206	18,03	1.675.803	21,50
— Instituciones	140.396	2,37	173.065	2,22
Productos de la pesca	701.411	100,00	906.008	100,00
— Hogares	556.744	79,37	742.506	81,95
— Hostelería y restauración ..	128.643	18,34	146.138	16,13
— Instituciones	16.023	2,29	17.364	1,92

Fuente: La alimentación en España, MAPA.

CUADRO N.º 8

**CUOTAS DE MERCADO DE LOS DISTINTOS ESTABLECIMIENTOS EN VENTAS DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN
Y PRODUCTOS DE PESCA A HOGARES EN ESPAÑA. 1988 Y 1993**

	ALIMENTACIÓN		PESCA	
	1988	1993	1988	1993
TOTAL ALIMENTACIÓN	100,00	100,00	100,00	100,00
1. Tiendas tradicionales	51,88	39,60	72,87	50,55
2. Autoservicios y supermercados	30,08	37,80	16,41	31,12
3. Hipermercados	4,52	14,10	3,51	12,72
4. Demás formas	13,52	8,50	7,21	5,61
— Economatos y cooperativas	2,09	1,60	1,27	1,17
— Mercadillos	2,09	2,00	2,10	2,35
— Venta domiciliaria	0,68	0,40	0,50	0,05
— Autoconsumo	3,95	1,90	0,86	0,38
— Compra directa	1,42	1,30	0,29	0,55
— Otras formas de adquisición	1,29	1,30	2,19	1,11

Fuente: La alimentación en España, MAPA.

CUADRO N.º 9

CUOTAS DE MERCADO DE LOS DISTINTOS ESTABLECIMIENTOS EN VENTAS DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN Y DE LA PESCA A LA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ESPAÑA. 1988 Y 1993

	ALIMENTACIÓN		PESCA	
	1988	1993	1988	1993
TOTAL ALIMENTACIÓN	100,00	100,00	100,00	100,00
1. Tiendas tradicionales	25,66	5,70	67,36	26,10
2. Autoservicios y supermercados	4,65	7,20	3,30	9,90
3. Hipermercados	1,15	2,60	1,28	2,40
4. Mayoristas	63,74	51,50	21,50	24,60
5. Economatos, cooperativas y otros	4,80	33,00	6,56	37,00

Fuente: La alimentación en España. MAPA.

CUADRO N.º 10

**ESPAÑA: COMERCIO EXTERIOR PESQUERO
(En miles de millones de pesetas corrientes)**

AÑOS	COMERCIO EXTERIOR PESQUERO			Cobertura	PESCA/TOTAL	
	Exportación	Importación	Saldo		Porcentaje exportación	Porcentaje importación
1986	55.426	101.180	-45.754	55,7	1,46	2,07
1987	58.888	161.199	-102.311	36,5	1,40	2,67
1988	66.923	185.689	-118.766	36,0	1,43	2,64
1989	92.200	215.775	-123.575	42,7	1,75	2,55
1990	74.689	240.231	-165.542	31,5	1,34	2,70
1991	78.425	262.115	-183.690	29,9	1,29	2,72
1992	72.816	295.616	-222.800	24,6	1,09	2,90
1993	93.958	290.898	-196.940	32,3	1,17	2,77
1994	136.382	353.131	-216.749	38,6	1,39	2,86
1995	149.304	385.065	-235.761	38,8	1,31	2,69

Nota: En el comercio exterior pesquero, se incluyen el capítulo 03 del Arancel de Aduanas, las partidas números 16.04 y 16.05, y otras subpartidas menores de aceites y harinas de pescado.

Fuente: Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO N.º 11

ESPAÑA: COMERCIO EXTERIOR PESQUERO CON PAÍSES DE LA UE

AÑOS	Porcentaje exportación con UE	Porcentaje importación con UE	Cobertura con UE	Cobertura resto mundo
1986	47,68	42,78	61,06	50,09
1987	56,56	35,65	57,97	24,66
1988	54,81	36,05	54,80	25,47
1989	66,82	36,68	77,84	22,39
1990	61,06	36,47	52,05	19,06
1991	62,51	39,27	47,63	18,47
1992	62,75	37,93	40,75	14,78
1993	66,58	41,15	52,26	18,34
1994	64,04	39,13	63,21	22,82
1995	69,27	34,16	78,63	18,10

Fuente: Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO N.º 12

DISTRIBUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES POR GRANDES PARTIDAS
(En porcentaje sobre valor total de las exportaciones e importaciones de productos pesqueros)

AÑOS	PESCADO FRESCO		PESCADO CONGELADO		DEMÁS PESCADO		CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS		CONSERVAS	
	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación
1986	12,3	22,8	15,7	15,6	14,0	12,1	38,4	43,2	19,4	6,1
1987	12,9	19,2	19,2	20,5	15,0	9,2	31,7	45,2	21,2	5,9
1988	12,7	22,0	30,4	24,1	9,3	7,2	28,8	39,4	18,6	7,2
1989	9,7	20,6	42,0	16,5	11,2	12,4	21,5	44,0	15,5	6,5
1990	15,6	21,6	27,1	18,4	16,6	13,6	24,6	39,2	17,1	7,0
1991	12,6	24,5	24,5	13,7	18,2	13,6	25,8	40,4	18,9	7,8
1992	14,3	24,4	21,1	13,5	13,8	14,3	30,1	39,3	20,4	8,4
1993	12,2	23,0	24,8	14,3	12,2	13,9	30,3	41,4	20,6	7,2
1994	12,7	22,5	26,2	15,0	8,5	14,1	32,1	41,6	18,5	6,8
1995	13,0	20,9	26,5	14,2	11,1	13,2	27,3	44,4	22,1	6,9

Nota: El pescado fresco corresponde al capítulo arancelario 03.02; el pescado congelado al 03.03; demás pescados corresponde a los capítulos 03.01+03.04+03.05+otros; crustáceos y moluscos al 03.06+03.07; y conservas corresponde a los 16.04+16.05.

Fuente: Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales, Ministerio de Comercio y Turismo, Dirección Territorial de Comercio en Galicia.

CUADRO N.º 13

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES PESQUERAS ESPAÑOLAS (1995)
(Millones de pesetas)

PAÍSES	Peces, crustáceos y moluscos	Conservas	Total	Porcentaje s/exp.	Porcentaje acumulado
Italia	27.560	13.552	41.112	27,5	27,5
Portugal	30.794	2.766	33.560	22,5	50,0
Japón	20.232	129	20.361	13,6	63,7
Francia	11.750	3.677	15.427	10,3	74,0
Alemania	3.306	2.319	5.625	3,8	77,8
Thailandia	4.427	—	4.427	3,0	80,7
Reino Unido	2.804	1.047	3.851	2,6	83,3
USA	137	2.611	2.748	1,8	85,1
Suiza	345	1.438	1.783	1,2	86,3
Andorra	1.018	378	1.396	0,9	87,3
Grecia	1.229	153	1.382	0,9	88,2
Costa de Marfil	1.293	—	1.293	0,9	89,1
Senegal	1.276	—	1.276	0,9	89,9
Taiwan	1.002	—	1.002	0,7	90,6
Holanda	706	269	975	0,7	91,2
Dinamarca	541	181	722	0,5	91,7
Ecuador	796	—	796	0,5	92,3
China	720	—	720	0,5	92,7
Hong Kong	645	—	645	0,4	93,2
ACUMULADO	110.581	28.520	139.101	93,2	
TOTAL PAÍSES	116.364	28.041	149.304	100,0	
Países de la UE (12) (*)	78.690	23.964	102.654	68,8	

(*) Sólo se consideran aquellos países de la Unión Europea que aparecen entre los principales clientes de los productos pesqueros españoles.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales; Ministerio de Comercio y Turismo. Dirección Territorial de Comercio en Galicia.

CUADRO N.º 14

ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES PESQUERAS ESPAÑOLAS (1995)
(Millones de pesetas)

PAÍSES	Peces, crustáceos y moluscos	Conservas	Total	Porcentaje s/importaciones	Porcentaje acumulado
Francia	33.717	940	34.657	9,0	9,0
Reino Unido	31.259	384	31.643	8,2	17,2
Argentina	25.932	49	25.981	6,7	24,0
Marruecos	22.003	645	22.648	5,9	29,8
Namibia	20.016	—	20.016	5,2	35,0
Ecuador	14.709	3.063	17.772	4,6	39,7
Holanda	9.800	6.695	16.495	4,3	43,9
Dinamarca	12.800	1.200	14.000	3,6	47,6
Italia	12.813	95	12.908	3,4	50,9
Portugal	10.230	908	11.138	2,9	53,8
Chile	9.111	1.844	10.955	2,8	56,7
Noruega	8.776	24	8.800	2,3	59,0
Islandia	7.641	39	7.680	2,0	60,9
Irlanda	6.950	—	6.950	1,8	62,8
India	5.697	—	5.697	1,5	64,2
Corea del Sur	—	5.627	5.627	1,5	65,7
Mauritania	5.277	—	5.277	1,4	67,1
Mozambique	5.232	—	5.232	1,4	68,4
Thailandia	2.933	2.032	4.965	1,3	69,7
Nueva Zelanda	4.799	22	4.821	1,3	71,0
Panamá	4.814	—	4.814	1,3	72,2
Guinea Bissau	4.572	—	4.572	1,2	73,4
Colombia	3.416	1.091	4.507	1,2	74,6
Sudáfrica	4.426	—	4.426	1,1	75,7
Honduras	4.066	—	4.066	1,1	76,8
USA	3.500	23	3.523	0,9	77,7
Túnez	3.237	—	3.237	0,8	78,5
China	2.775	272	3.047	0,8	79,3
Malasia	2.725	123	2.848	0,7	80,1
Angola	2.461	—	2.461	0,6	80,7
Cuba	1.665	721	2.386	0,6	81,3
Perú	2.001	—	2.001	0,5	81,8
Malvinas	1.969	—	1.969	0,5	82,4
Senegal	1.967	—	1.967	0,5	82,9
ACUMULADO	287.352	25.797	313.149	82,9	
TOTAL PAÍSES	357.024	28.041	385.065	100,0	
Países de la UE (12) (*)	117.569	10.222	127.791	33,2	

(*) Solo se consideran aquellos países de la Unión Europea que aparecen entre los principales proveedores.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales; Ministerio de Comercio y Turismo. Dirección Territorial de Comercio en Galicia.

Resumen

La distribución comercial es una de las piezas fundamentales dentro del importante entramado productivo que ha generado la pesca en algunas zonas costeras españolas. En este trabajo, se estudian las tendencias en la comercialización de los productos de la pesca en España. Primero, se enmarca la cuestión en el contexto general del mercado pesquero mundial. Después, se analizan las transformaciones más relevantes en el consumo y los canales de distribución dentro del mercado interior español. Más adelante, se aborda la evolución reciente del comercio exterior de estos productos. Por último, se avanzan perspectivas de evolución futura.

Palabras clave: mercado pesquero mundial, comercialización productos pesqueros. España, países desarrollados, países en desarrollo.

Abstract

Commercial distribution is one of the fundamental pieces in the important productive mechanism which fishing has generated in some of the Spanish coastal areas. In this work the tendencies of the commercialisation of the products of fishing in Spain, are studied. Firstly, it puts the question in the general context of the world-wide fishing market. After, the more relevant changes in the usage and distribution channels within the Spanish interior market, are analysed. Further on, the recent developments of the foreign trade of these products is tackled. Finally a perspective on the future development of this market is given.

Key words: world fishing market, commercialization of fishing products, Spain, developing countries, developed countries.

JEL classification: Q21, Q22.