

Empresas españolas en Bruselas



José Manuel Pita, director general de Kabat



Alejandro Alonso, gerente de Paquito (izqda.), Paula Pernas, Quality manager y Marcelo Chamblas, gerente de Paquito Chile

CEFALÓPODOS

Pota argentina (*Illex argentinus*)

José Manuel Pita, director general de **Kabat**, señala que la disponibilidad de material prima de *Illex* es "muy abundante".

"Hay abundancia no solo en Argentina sino también en China y otros países. Se está pescando bien en aguas territoriales de Argentina y también en Malvinas, cosa que hace muchos años que no ocurría".

En cuanto a precios de la material prima, indica que "han bajado en torno al 10% en estos últimos meses pero ya han entrado en un nivel en el que no pueden bajar mucho más".

La demanda en el mercado europeo es "muy estable" a pesar de la subida del dólar frente al euro.

"Ha afectado a todos los productos que se compran en dólares y el cliente lo tiene más asumido. Si sube la materia prima son más reacios pero si sube el dólar, entonces lo aceptan mejor".

Entre los objetivos para 2015, señala "la inversión en materia prima y encontrar financiación. Afortunadamente los tipos de interés han bajado considerablemente y hay más facilidad de crédito hoy que el año pasado".

Alejandro Alonso, gerente de **Paquito**, indica que el precio del *Illex* en origen "está descendiendo ligeramente pero al convertirlo en euros el precio es más alto que el año pasado. Tenemos el 'handicap' de la subida del dólar y como trabajamos en euros, nos va a subir los costos".

Las exportaciones representan el 55% de sus ventas, principalmente en Alemania, Holanda, Bélgica, Francia e Italia.

En cuanto a las ventas de la compañía en el primer cuatrimestre del año, "se mantienen estables pero de cara a la campaña de verano confío en que se incrementen".

Potón (*Dosidicus gigas*)

Luis Cabaleiro, CEO de **Interatlantic**, explica que "el suministro es irregular pero el fuerte descenso en las compras del mercado chino

está haciendo tambalear la industria. Si persiste el desequilibrio China-Chile-Perú, ocasionará gravísimos problemas".

En cuanto al balance del primer cuatrimestre para la compañía, señala que "a pesar de las dificultades que supone la fortaleza del dólar, el arranque del año ha sido positivo. Se percibe una mejoría en la península ibérica y la demanda en países como Tailandia o Japón es firme. Otros países, como Rusia o Brasil sí se están viendo seriamente afectados por la devaluación de su moneda".



De izqda. a dcha., Jesús Martínez, Commercial manager, Andrés Álvarez, International trader, Luis Cabaleiro, CEO, Meila Liu, International Purchasing coordinator, Elena Grebneva, Russian trader y Vanessa Salomao, Brazilian trader

Además del potón, "el salmón de Alaska, la hueva de bacalao y el calamar sudafricano" son otros productos destacados de la empresa. "Cada día es más conocido nuestro loligo gahi peruano en el mercado italiano y durante la feria tuvimos una fortísima demanda de este producto".

Cabaleiro destaca que "este año ampliamos nuestra superficie expositora en la feria por los excelentes resultados obtenidos en la pasada edición".

Emilio Cividanes, CEO de **Pesciro**, explica que en el primer cuatrimestre "mejoró bastante la disponibilidad de materia prima, no sólo en Perú sino también en Chile".

La disminución de los precios, que cifra "en torno a un 30%", ha sido contrarrestada por la depreciación del euro frente al dólar y no ha tenido un efecto sobre el coste final del producto".

De cara al segundo semestre, considera que "debemos ser prudentes tanto por la variable incontrolable de la divisa como por la posible irrupción de El Niño".



Emilio Cividanes (centro), CEO de Pesciro, Diego Pozo (izqda.) y Julio Concheiro, del departamento de Exportación de la compañía

La compañía cerró 2014 con "un incremento de facturación del 30%" y en 2015 confían en "consolidar ese nivel de ventas.

Como nuevos proyectos, destaca "nuestra incursión en la tecnología marina de la mano de Marexi para colaborar con ellos en la puesta en marcha de un equipo para eliminar el Anisakis a bordo de los barcos".

Calamar patagónico (Loligo patagónica)

Preguntado por la primera campaña pesquera de 2015, **Jean Baptiste Chassin**, director comercial de **Pescapuerta**, explica que "arrancó de forma

relativamente prometedora pero se ralentizó fuertemente a principios de abril por la aparición de pota en el caladero de calamar, terminando muy por debajo del nivel de la primera campaña de 2014" (-30% en volumen, estima).

"Nos encontramos ante una oferta muy baja frente a una demanda sostenida, como suele ser en primavera/verano, época habitual de mayor consumo de calamar. Esta situación augura una subida significativa de precios de por lo menos un 10%, que sumará la subida ya registrada en el primer trimestre por la pobre última campaña de 2014".

Consultado por la marcha de la compañía, señala que "cerramos 2014 con un crecimiento global medio del volumen de negocio de un 6%, un incremento especialmente notable en el mercado nacional (10%). La tendencia alcista del consumo en el mercado nacional se mantiene en el primer cuatrimestre de este año, por lo que podemos esperar un crecimiento similar".

Como principales proyectos para 2015 destaca "consolidar nuestra presencia en el mercado español, especialmente mediante la distribución capilar con la implantación de nuevas rutas en distintas áreas del territorio nacional".

Manuel Martínez, director nacional de Ventas de **Pereira Productos del Mar**, señala que "las capturas han sido escasas, con lo cual esta campaña va a ser complicada. Pueden rondar las 1.000-1.200 toneladas por barco, un 60% de la talla 9-13, un 20% de 12-15 y el 20% del resto de tallas. Aún no tenemos precios disponibles pero van al alza".



De izqda. a dcha., Jean Baptiste Chassin, director comercial de Pescapuerta, Ángel Armesto, director general y Tom Ruíz, Export manager de la compañía



De dcha. a izqda., Manuel Martínez, director nacional de Ventas de Pereira Productos del Mar, Juan Mata y José Luís Méndez, del departamento comercial de la compañía