

SERGIO ACEVEDO

Director gerente de Interfish-España

«Los restaurantes pueden ayudar a recuperar el consumo de pescado»

La flota palangrera y el sector comercializador lanzan una campaña para posicionar el pez espada y la tintorera en el canal horeca y conquistar paladares

MÓNICA NIETO

Santiago

Junto a la subida de costes, las regulaciones más exigentes, la falta de relevo generacional o la competencia de terceros países, uno de los grandes retos que enfrenta el sector pesquero es el descenso en el consumo de productos del mar. Dentro de las acciones para tratar de frenar esa tendencia, Interfish lanza Peregrinos del Mar, una campaña a través de la cual los caminantes que degusten elaboraciones a base de pez espada y tintorera en restaurantes situados a lo largo del Camino Francés en septiembre y octubre obtendrán sellos que podrán canjear por premios a su llegada a Santiago.

— **Las estadísticas indican que el consumo de pescado ha caído con fuerza en los hogares, hasta mínimos históricos. ¿Es difícil revertir esta tendencia pese a los esfuerzos y recursos destinados a fomentar la ingesta de productos del mar?**

— Sí, está siendo complicado recuperar la demanda. Hay diferentes razones, y una de ellas es que muchas personas no saben trabajar el pescado, especialmente en localidades del interior, y las espinas les molestan. Nosotros representamos al pez espada y la tintorera, dos especies que permiten evitar este tipo de situaciones, pues carecen de espinas y tienen fácil cocinado. Se pueden cocinar casi de la misma manera que un filete de carne.



El guardés Sergio Acevedo Iglesias.

— **Los cambios en los patrones de consumo juegan en contra. Las nuevas generaciones comen menos en casa, cocinan menos y recurren a opciones sencillas, pero también se apunta a la subida de los precios como causa.**

— Aunque la gente suele señalar el precio como razón, no es tanto así. Hay otros productos más caros que el pez espada y la tintorera que sí se consumen. Es importante divulgarlo y mostrar comparativas.

— **¿Han hecho mucho daño sobre el consumo los falsos mitos sani-**

tarios o alarmas sobre la presencia de mercurio o de toxinas?

— Mala prensa hay en todos los sectores, pero no podemos poner más foco en esas cuestiones del que merecen. Consumir pescado es muy recomendable por sus propiedades y valores nutricionales. Todos los cardiólogos lo aconsejan. Aporta proteínas, vitaminas, ácidos grasos. En el caso del pez espada y la tintorera, ambas especies contienen mucho de todo eso, lo que nos sitúa en una situación privilegiada. Pero desde Eurofish somos firmes defensores del consumo de todos

los pescados. Además de ser un alimento delicioso, es necesario.

— **¿Qué estrategias pueden ser efectivas para frenar la caída del consumo y lograr la remontada?**

— Estoy convencido de que la clave reside en estar en contacto con el propio consumidor, transmitirle las bondades del pescado y el trabajo que realiza el sector pese a los vientos en contra. Debemos poner en valor que mantenemos la bandera española, que usamos métodos de captura selectivos y que estamos sometidos a seguimiento científico

y a normas de control estrictas.

— **¿Cómo conseguir que la gente joven vaya más a la pescadería y no piense que el pescado es siempre una opción culinaria que requiere mayor trabajo y gasto?**

— Conectar con la gente joven es un reto, pero no imposible. Ojalá podamos llegar a todos los colectivos, pero en estos momentos estamos centrados en el canal horeca, concretamente en posicionar el pez espada y la tintorera en restaurantes del interior, a través de la campaña Peregrinos del Mar.

— **¿Creen entonces que la restauración puede ser una gran aliada para impulsar el consumo de pescado entre la población?**

— Sí, porque son los que mejor saben trabajar el producto, pueden ayudar a conquistar paladares y poner sobre la mesa muchas recetas.

— **Interfish engloba toda la cadena de valor del pez espada y la tintorera, desde la actividad extractiva a la comercialización. ¿Qué momento atraviesa el sector?**

— La producción primaria está en situación de incertidumbre constante por temas diversos, pero sentimos la confianza y el ánimo por querer mantener una cultura y gastronomía que son nuestras.

— **¿Sufre el palangre para atraer a las nuevas generaciones?**

— A nivel de tripulaciones tenemos un problema de relevo, aunque en el palangre tengo amigos de mi generación que se animaron a ir al mar, incluso de familias no vinculadas con la pesca. En cualquier caso, no volveremos a los niveles de empleo que generaba la actividad antes. Y para cubrir las necesidades de mano de obra debemos atraer gente que quiera trabajar en el sector, sea de aquí o de otros países.

— **¿Hasta qué punto la competencia internacional es un lastre?**

— Afecta directamente al productor nacional. Es cierto que Europa necesita importar para dar respuesta a la demanda interna de pescado, el problema es cuando las reglas de juego no son la mismas. ■

SABINA FEIJÓO MACEDO

Barcelona

Acumula dos mandatos y más de ocho años en el cargo. Y todo apunta a que el actual líder de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Antonio Garamendi, volverá a afrontar un tercer periodo al mando de la patronal.

Así se constata después de que, este lunes, concluyese el plazo para poder presentar

Patronal**Garamendi será el único candidato a la presidencia de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales**

Ningún otro aspirante optará a liderar la CEOE en los comicios del próximo 1 de octubre

candidaturas alternativas a las elecciones a la presidencia previstas para el próximo 1 de octubre en las que, finalmente, solo se ha presentado su actual dirigente. Su reelección será posible gracias a que el comité ejecutivo de la CEOE aprobó en 2023 (bajo la presidencia de Garamendi) la supresión de la limitación a dos mandatos consecutivos de cuatro años para el presidente de la patronal, una norma que había impuesto su predecesor, Juan Rosell.

Garamendi (Getxo, 1958) ya anunció a finales de junio su intención de seguir como presidente de la organización que lidera desde 2018, cuando ganó unas elecciones a las que llegó sin oponentes, tras perderlas cuatro años antes ante Rosell. Posteriormente, en 2022, Garamendi revalidó su cargo con 534 votos a favor, el 83 % del total, en unos comicios a los que también concurrió la vicepresidenta de Foment del Treball, Virginia Guindad. ■