La flota de cerco se incorpora a la campaña del atún rojo del Mediterráneo



Noticias

La flota española de cerco empieza el domingo, a medianoche, su campaña de pesca del atún rojo del del Atlántico oriental y del Mediterráneo, con buenas previsiones por la abundancia de la especie, mientras que en las almadrabas de Cádiz la temporada está en su momento de apogeo.

Con la incorporación de los barcos cerqueros, la campaña llega a su parte fuerte, con un panorama optimista si el tiempo acompaña, por las existencias copiosas de peces, una circunstancia que también han comprobado las almadrabas, que lo capturan desde abril.

La pesca para el cerco está permitida hasta el 24 de junio, pero el sector espera acabarla pronto y utilizar sus cuotas en pocos días, dada las cantidades de peces "de escándalo" que han pasado por el Estrecho y que se esperan en el Mediterráneo, según ha explicado a Efeagro el director del Grupo Balfegó, Juan Serrano.

España es el país europeo con más atún rojo extrae, con una cuota de 2.956,9 toneladas, un 20 % más que en 2014, que se distribuye en 396 unidades de barcos y almadrabas, de modalidades como el cerco (más industrial) u otras de Canarias, Almería o el País Vasco.

Un total de seis barcos componen la flota nacional de cerco del atún rojo, que trabaja en gran parte junto a las aguas de Baleares: cuatro operan con la empresa Balfegó (con sede en L'Ametlla de Mar, en Tarragona) y dos con la firma Ricardo Fuentes; los ejemplares capturados se llevan a las granjas para su engorde.

Este año, Ricardo Fuentes contará con la cuota vendida por la flota vasca, mientras que Balfegó ha sumado a su cupo la compra a otros pescadores como los de palangre de Carboneras (Almería).

La empresa tarraconense trabajará este año con nueve barcos (5 de Francia y 4 españoles) y con un contingente total de 1.382.000 kilos, que suma cuota de ambas nacionalidades, según Serrano.

La mayor parte del atún rojo de las aguas españolas va a la exportación y, sobre todo, a Japón, donde se come masivamente para platos como el popular "sushi"; en España, el consumo ronda las 500 toneladas, según datos de Balfegó.

Por ello, según Serrano, las perspectivas comerciales dependen de factores como la economía japonesa y, ante una mayor oferta, se prevé una caída de precios del 15 %; por el contrario, los pescadores "dueños" de las cuotas van a percibir mejor remuneración por vender su atún.

La empresa tarraconense destina al mercado japonés el 60 % de sus ventas; el 20 % a EEUU y el resto a una veintena de países, europeos y de otros puntos como Colombia o Emiratos Árabes.

Por su parte, en Cádiz la gerente de la Organización de Productores de Almadraba OPP-51, Marta Crespo, destaca que la campaña ha llegado a su momento de "esplendor".

El atún de estos almadraberos también se destina a Japón, si bien Crespo ha valorado el repunte de la compra de género para la distribución en el mercado nacional y europeo, lo que prueba, a su juicio, un mayor aprecio y la integración de ese pescado en la cultura gastronómica nacional.

La responsable de la OPP-51, que engloba a tres de las cuatro almadrabas gaditanas, insiste en que la cuota para este arte (unas 756 toneladas) es muy pequeña, en vista de la abundancia "histórica" del atún.

Por ello, los almadraberos han solicitado "un mejor trato" al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, porque defienden que dentro de la cuota nacional deben disfrutar de una mayor proporción.

Reivindican su importancia social, con 400 empleos directos "que se multiplican por tres" si se habla de puestos de trabajo indirectos, y una actividad turística en torno a ese pescado, valores que ha reconocido recientemente el Parlamento Europeo en un informe.

Redacción