

TORMENTA PERFECTA

CRISIS: guerra en Europa, alza de precios del combustible, huelga, inestabilidad...

El primer trimestre del año 2022 ha sido CAÓTICO

A una subida constante y continua de precios durante los últimos meses de 2021 del combustible, de la logística internacional o de las principales materias primas, la fecha del 24 de febrero quedará grabada porque se ejecutó la invasión por parte del ejército de Rusia de territorio de Ucrania.

Esto significa que la GUERRA ha llegado a Europa, provocando un gran desajuste en los mercados internacionales, el éxodo de la mayoría de la población ucraniana hacia otros países europeos..., con consecuencias que todavía no son conocidas en su totalidad.

A nivel Europeo se han puesto en marcha una serie de mecanismos de ayudas a los sectores propios, incluida la PESCA, mientras se han incentivado una serie de embargos internacionales a la economía rusa, de la que Europa es muy dependiente energéticamente.

El principal efecto ha sido el de un incremento explosivo de los costes de combustibles, que han generado una primera huelga general de transporte y que ha afectado de forma considerable al sector pesquero.

RDL 6/2022 de AYUDAS URGENTES

El día 30 de marzo salió publicado en el BOE el Real Decreto Ley 6/2022 por el que se adoptaron medidas urgentes en el marco del Plan Nacional de respuesta a las consecuencias económicas y sociales de la guerra en Ucrania. Destacan 3 tipos de ayudas:

// **Art 15:** Bonificación extraordinaria general de ciertos productos energéticos con una subvención de 0,20€ por litro de combustible.

// **Art 32:** Ayudas directas de Estado para las empresas pesqueras, una cantidad fija en función de los GTs de cada buque.

// **Art 34:** Ayudas al incremento de costes de producción en la pesca. Se prevén ayudas de compensación a los operadores del sector pesquero por el incremento de costes entre 24 de febrero y 30 de junio de 2022, respecto a la media del mismo periodo en 2019 a 2021.

***Al cierre de esta edición aún no ha sido publicada la Orden de ayudas que va a regular esta línea, ni tampoco se había aclarado que conceptos estarán o no incluidos en "costes de producción".*

2022

AMOR
AL MAR

Después de la “Fórmula de la Felicidad” en 2021, este año declaramos el “Amor Al Mar” para proclamar nuestra pasión por el mar, por la tradición pesquera y el sabor de los productos del mar.

El calendario 2022 mantiene la apuesta de los últimos años promocionando el consumo de pescado como una de las bases fundamentales de una vida saludable, acompañado de 12 mensajes saludables de la Fundación Dieta Atlántica junto a otras tantas especies de la lonja de Burela.

Se presenta el pescado como el “tesoro del mar”, una fuente excepcional de dieta cardiosaludable: «No se trata sólo de vivir más años, sino con mejor calidad de vida».

Este año aparecen reflejadas de nuevo las diferentes pesquerías que forman parte de las flotas del puerto de Burela, como el palangre de fondo en aguas europeas, que pesca con anzuelo una a una la merluza de pincho, la cabra de altura, la palometa roja, la bertorella o el besugo; el palangre de superficie en el Atlántico, que pesca también individualmente el pez espada y la tintorera; la flota bonitera del Cantábrico, que pesca los bonitos del norte al Curricán, uno a uno con anzuelo; o las flotas de cerco o arrastre de litoral del Cantábrico, que traen cada día a la lonja de ABSA especies como la caballa, el jurel, el gallo o el rape.



El año 2020 fue excepcionalmente atípico, por lo que es irreal hacer una comparación entre ambos años

BALANCE DEL AÑO 2021

En el año 2021 se ha producido un incremento importante en las principales cifras de facturación de todas nuestras flotas

La facturación global de nuestros asociados ha sido de 52.360.409€, representando un incremento del 25,82% respecto de los 41,6 M€ del año anterior. El volumen de descargas se ha incrementado moderadamente en un 2,73%, mientras el precio medio por kilo ha subido un 22,48%, pasando de 2,976€ a 3,645€.

Por modalidades de flotas, destacan por número y volumen las de ALTURA con el 84,88% de la facturación, mientras las de LITORAL tienen el 15,12%.

La principal especie es la merluza con el 26,09% de las descargas y 19,92 M€ de facturación (38,04%), seguido del pez espada con el 9,85% de los kilos y 9,44 M€ (18,03%) y de la tintorera con el 24,54% de las descargas y 8,44 M€ (16,12%).

OTROS DATOS DE INTERÉS DEL EJERCICIO 2021

INTERCAMBIOS DE CUOTAS.

Se han gestionado 814 intercambios con otras OPPs y asociaciones para optimizar las cuotas de nuestros socios.

PARTICIPACIÓN ORGANISMOS DE LA PESCA.

Se ha asistido a 190 reuniones a lo largo del año 2021 en temas relacionados con la pesca.

PARTICIPACIÓN EN ENTIDADES.

Destaca nuestra participación en CEPESCA, INTERFISH tintorera, y 5 Consejos Consultivos.

JORNADAS TÉCNICAS.

Se han organizado charlas jurídicas, reuniones post-Brexit, jornadas sobre innovación y OD o talleres de diversos proyectos.

PLAN DE OBSERVACIÓN.

En palangre de superficie se realizaron 191 lances de observación en el Atlántico; y en palangre de fondo otros 42.

CAMPAÑAS CIENTÍFICAS.

Participamos en campañas de la administración central con flotas como arrastre de litoral (centinela, cetáceos y especies profundas).

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN.

Además de las diferentes campañas de promoción, a final de año teníamos más de 5.000 seguidores en las redes sociales de la OPP y de Merluza D& Burela.

“AMOR AL MAR” BRONCE EN LOS PREMIOS DE LA PUBLICIDAD ALIMENTARIA

Nuestra campaña “Amor al Mar” de Merluza D& Burela ha sido premiada en los Best!NFood 22 en la categoría “Activación y experiencia de marca” como una de las mejores campañas de España. Son los únicos premios de marketing alimentario que se conceden en España, con un jurado de

30 profesionales de primeras marcas y agencias.

Este premio es el reconocimiento no sólo a una acción concreta llevada a cabo durante el año 2021, sino también a la trayectoria de comunicación que lanzamos en los últimos años desde OPP-7 Burela para potenciar la

marca “MERLUZA D& BURELA”, situando su imagen a la altura de su posicionamiento real: Burela es la primera lonja de España en venta de merluza de pincho.

Además, fue la única campaña premiada vinculada al sector pesquero, en la que se fomentan los valores de sostenibilidad

(merluza del pincho, pescada una a una) y, sobre todo, el “Amor al Mar” y el “Yo Como Pescado”. Compartiendo escenario con la del puerto de Burela destacaban otras grandes marcas anunciantes, como Coca-Cola y Johnnie Walker (platas) o Baileys y Domino’s Pizza (oros).



«A Cociña do Mar» es una colección de recetas con ingredientes inmejorables: la calidad del “Peixe de Burela” de la lonja ABSA de Burela y el buen hacer de los chefs de la ‘Asociación de Cocineros de Lugo’, que publica cada mes la revista HUM! de La Voz de Galicia



«Merluza de Burela con coliflor»

Miguel Ángel Eijo
Fumeiro (Viveiro)



«Arroz meloso con caballa»

Tita Fraga
La Mirandilla (Ribadeo)



«Sargo a la brasa con refrito de moluscos»

Toño Lorenzo
A Faragulla (Chantada)





CEPESCA CREA LA ASOCIACIÓN "PESCA ESPAÑA"

Se ha constituido la Asociación Nacional de OPPs "PESCA ESPAÑA" entre 6 OPPs que somos miembros de CEPESCA: OPP-1 Opagac, OPP-3 Congelado Vigo, OPP-7 Burela, OPP-13 Fresco Coruña, OPP-58 Mallorcamar y OPP-77 Celeiro.

Los grandes objetivos son los de hacer una labor conjunta de promoción, comunicación y defensa de los intereses del sector pesquero.

Está previsto que en los próximos meses esté reconocida por el MAPA y en el 2º semestre del año se apruebe ya su primer Plan de Producción y Comercialización.



OBSERVACIÓN DE INTERACCIÓN CON CETÁCEOS

Desde el mes de marzo y por un periodo de 4 meses, los arrastreros de litoral FARO DE ONS, MENDANA, O CANTIÑO y PLAIA DE RUETA, que cuentan con cámaras electrónicas a bordo, participan en un proyecto de observación de interacción con cetáceos en el caladero de Cantábrico-Noroeste, la zona CIEM 8c.

Las recomendaciones de ICES que asumió la Comisión Europea iban en la línea de implantar vedas espacio-temporales para reducir el impacto en la interacción con los cetáceos, sobre todo en la zona del Golfo de Vizcaya.

Aunque el mayor impacto se produce en las costas francesas por el uso del arrastre pelágico, es necesario aportar datos de nuestra nula interacción para justificar que no es necesario implantar nuevas medidas que afecten al arrastre demersal, volanta o palangre.



PROYECTO SELECTLUGO 2022

En este año 2022 se está llevando a cabo un nuevo estudio sobre SELECTIVIDAD en la modalidad de pesca de Arrastre de litoral.

La edición de este año se centra en el estudio del impacto de los tamaños de las mallas y los copos el arte de pesca durante la campaña de la caballa (pelágicos) como complemento del estudio del año anterior que se realizó con especies demersales (merluza, rape, gallo...).



ESTUDIO SOBRE COMPRA Y CONSUMO PESCADO

KANTAR ha realizado un estudio sobre las tendencias en el consumo de pescado y las motivaciones de compra, en lo relativo a nuestras principales especies: merluza, pez espada y caballa. Los datos proceden de 4.000 hogares en el panel de consumo y 12.000 en el panel de compra. De él se pretenden conocer futuras oportunidades de negocio y promoción bajo el binomio "placer-salud".