

# INFORME CIENTÍFIC-TÈCNIC

Juliol 2022

## Qui compra el peix a les llotges catalanes?



Qui compra el peix pescat a Catalunya?

Autors:

Miquel Ortega Cerdà  
Marta Coll

Adreça de contacte: [m.ortegac@icm.csic.es](mailto:m.ortegac@icm.csic.es)

**Si heu de fer referència a aquesta publicació, la citació recomanada és la següent:**

Ortega Cerdà, M., Coll, M., 2022. Qui compra el peix a les llotges catalanes?. Informe científic tècnic. 32 pp. ICM-CSIC. Barcelona. Doi: 10.20350/digitalCSIC/14711

Aquesta obra està sotmesa a les condicions de la llicència pública de Creative Commons «Reconeixement-No Comercial»: es pot redistribuir, copiar i reutilitzar, sempre que se'n reconegui l'autoria i no hi hagi afany de lucre. Es pot trobar una còpia completa dels termes d'aquesta llicència a <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>



MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN



# ÍNDEX

ÍNDEX .....	3
FIGURES .....	4
TAULES .....	5
RESUM .....	6
1. INTRODUCCIÓ .....	7
2. METODOLOGIA .....	11
2.1. Revisió de la base de dades.....	11
2.2. Estructuració de la informació.....	12
3. RESULTATS .....	13
3.1. Qui compra a les llotges de Catalunya i on compra? .....	13
3.2. Anàlisi en funció de la modalitat de pesca i la tipologia de comprador .....	15
3.3. Preu pagat per modalitat de pesca en funció del canal de compra.....	17
3.4. Concentració en funció de la modalitat de pesca i la tipologia de comprador .....	18
3.5. Distribució territorial i per tipus de llotja .....	22
3.6. Anàlisi per a les principals espècies .....	24
4. DISCUSSIÓ I CONCLUSIONS .....	27
5. AGRAÏMENTS .....	30
REFERÈNCIES.....	30

# FIGURES

Figura 1 Evolució de les principals modalitat de la flota pesquera catalana 2000-2022.....	7
Figura 2 Evolució de les captures i recaptació econòmica.....	8
Figura 3 Esquema d'una potencial cadena de valor de peix fresc .....	10
Figura 4 Nombre de compradors i vendes per llotja .....	13
Figura 5 Nombre de compradors en funció de la facturació de la llotja.....	14
Figura 6 Distribució de la capacitat de compra dels compradors en llotja .....	15
Figura 7 Distribució del valor de compra a llotja en funció de la modalitat de pesca i el tipus de comprador .....	16
Figura 8 Distribució del volum de compra a llotja en funció de la modalitat de pesca i el tipus de comprador .....	16
Figura 9 Preu pagat per a les diferents modalitats de pesca en funció del tipus de comprador .....	18
Figura 10 Concentració del valor de compra a llotja .....	19
Figura 11 Concentració del volum de compra a llotja .....	19
Figura 12 Principals compradors a les llotges catalanes per valor.....	20
Figura 13 Principals compradors a les llotges catalanes per pes.....	20
Figura 14 Principals compradors de la pesca d'encerclament a les llotges catalanes (per quantitat comprada) .....	21
Figura 15 Estratègies de compra dels grans compradors.....	22
Figura 16 Concentració de les compres en funció de la mida de la llotja.....	23
Figura 17 Concentració de compra dels 3, 5 i 10 compradors en funció de la mida de la llotja .....	23
Figura 18 Concentració de la compra dels 3, 5 i 10 compradors en funció de la distribució geogràfica de la llotja (de sud a nord).....	24
Figura 19 Distribució per canal de compra del valor de les principals espècies venudes a les llotges de Catalunya .....	25
Figura 20 Preu de les principals espècies en funció del canal de compra .....	26
Figura 21 Evolució a Espanya de l'origen de la compra al consum domiciliari en termes de valor .....	27
Figura 22 Sèries històriques anuals (2002-2021) de captures, recaptacions, preu mitjà i dies de pesca per a les diferents modalitats de pesca .....	28

# TAULES

Taula 1 Estat dels principals estocs de pesca a Catalunya. .... 8

# RESUM

L'any 2021 a Catalunya es van comercialitzar 20.800 tones de peix amb un valor a primera venda superior als 95 milions d'euros.

En aquest document s'analitzen quins van ser els principals compradors, quina importància relativa van tenir els diversos canals de compra, i quina va ser la concentració de compra en l'adquisició del peix a les llotges.

És un primer pas per a estudiar la cadena de valor del peix de la Mediterrània, un tipus d'anàlisi que ens pot ajudar a explorar preguntes tan rellevants com: quanta riquesa es genera a partir del peix descarregat als ports? Com es distribueix aquesta riquesa entre els diversos actors? Quanta ocupació se'n deriva? Com es veuria afectada la generació i distribució de la riquesa en aplicar-se diversos models de gestió pesquera? I quin seria l'impacte si es produeixen canvis a la comercialització o als costos operatius?

Aquest treball presenta els principals trets descriptius de la primera baula d'aquesta cadena de valor: la primera venda del peix.

La distribució majorista compra un 64% del valor del peix descarregat, seguida de les empreses especialitzades al detall (26%) i les grans superfícies (8%), però hi ha una gran variabilitat en funció de la modalitat de pesca.

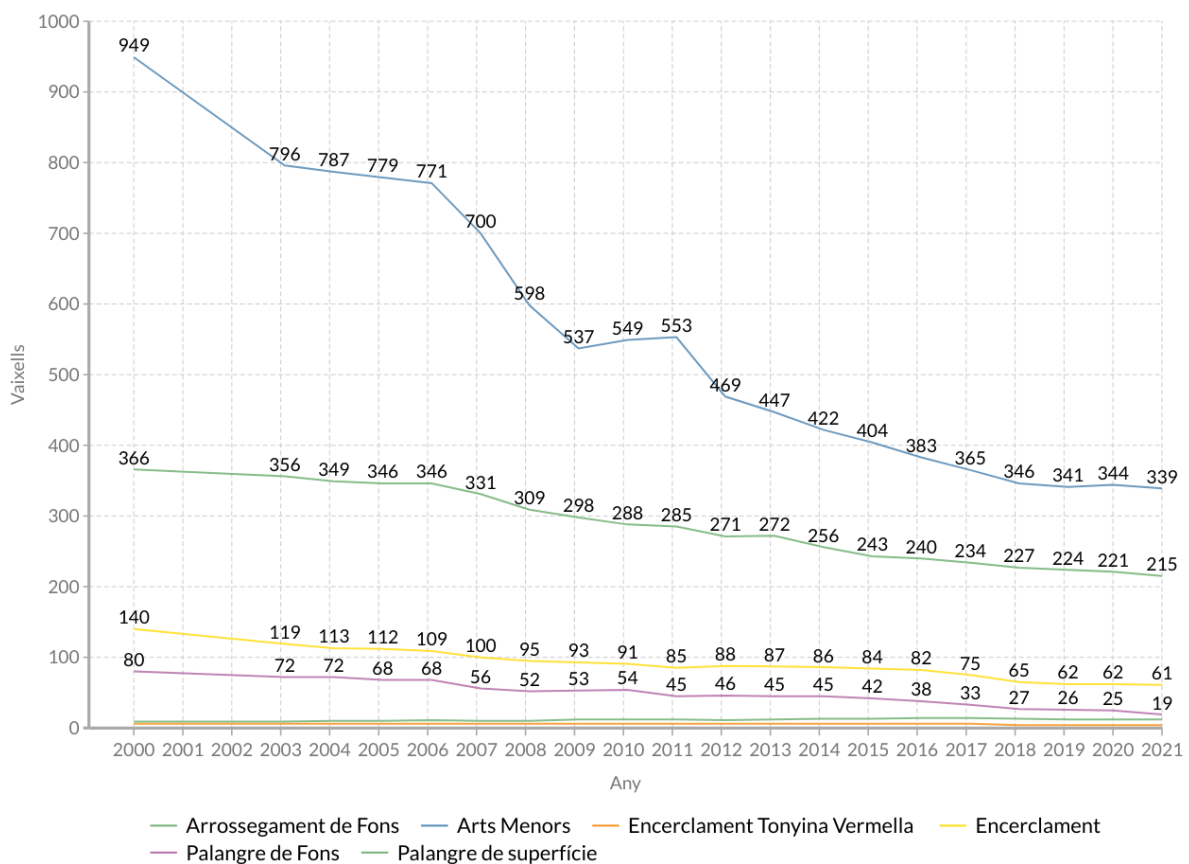
Els 10 compradors més importants adquireixen un 50% del total del peix comercialitzat i un 35% del valor aportat.

A la pesca d'encerclament, dos compradors adquireixen més del 50% del volum de peix venut.

# 1. INTRODUCCIÓ

Els darrers vint anys han estat difícils pel sector pesquer català: la flota censada ha baixat a la meitat (Figura 1) i, malgrat que no es disposen de dades exactes del decreixement del nombre de pescadors, tot apunta que han disminuït significativament en haver-se reduït tant la flota com la tripulació a cada vaixell.

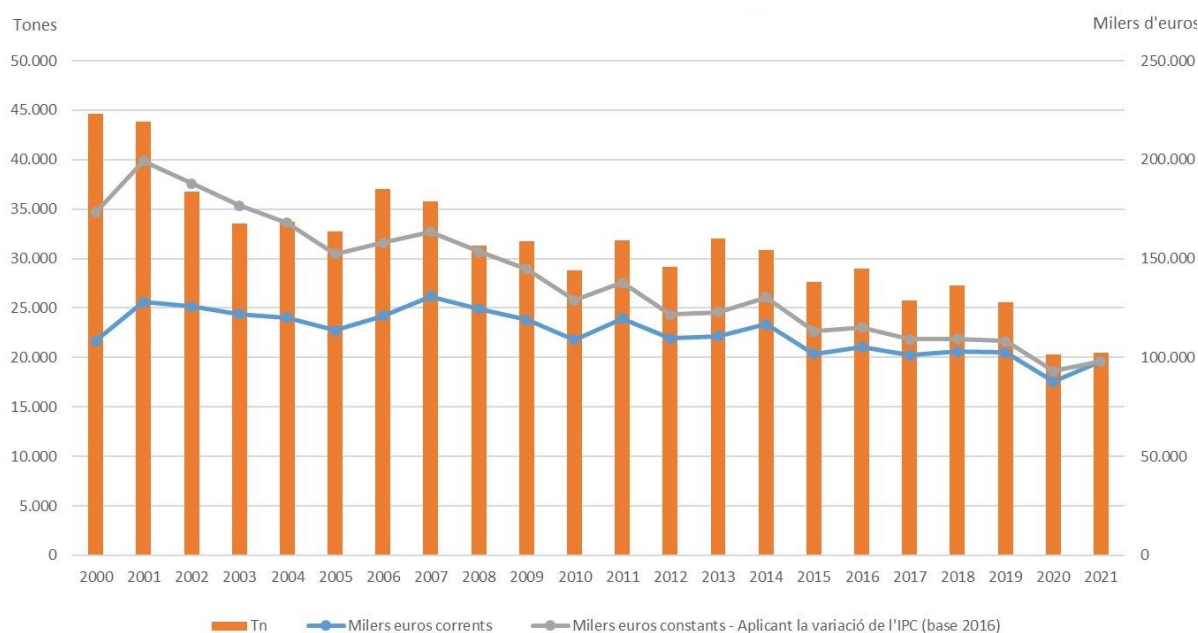
Figura 1 Evolució de les principals modalitat de la flota pesquera catalana 2000-2022



Font: (Generalitat de Catalunya. Departament d'Acció Climàtica, 2021).

Aquest decreixement està íntimament relacionat amb el deteriorament de l'estat de l'ecosistema marí en el qual sustenta la seva activitat, i en particular amb el dels recursos pesquers d'interès comercial, fet que ha comportat un decreixement de gairebé el 50% del volum de captures en el mateix període (Figura 2), sense que, malgrat que s'han implementat millores tecnològiques (Coll et al., 2014; Gorelli et al., 2016), s'hagi millorat significativament el rendiment de les jornades de pesca (Sardà Amills, 2017).

Figura 2 Evolució de les captures i recaptació econòmica



Font: (Generalitat de Catalunya. Departament d'Acció Climàtica, 2021).

Avui en dia encara ens trobem amb una situació preocupant pel que fa a les principals espècies comercials a Catalunya. Segons les darreres avaluacions d'estocs disponibles del Consell General de la Pesca de la Mediterrània, tots els estocs pels quals es disposa informació a la zona d'influència de la pesca catalana (GSA6) estan sobre pescats, i es recomana reduir la mortalitat per pesca (Taula 1). La situació és rellevant des del punt de vista comercial per què la informació disponible correspon a les set espècies més importants en termes comercials a les llotges de Catalunya, i cobreix un 53% del valor i un 56% del pes venut a les llotges catalanes.

Taula 1 Estat dels principals estocs de pesca a Catalunya

GSA	Espècie	Evaluació quantitativa (F/Fref)	Estat de l'estoc	Recomanació científica
1,5,6,7	Lluç	4,41	Sobreexplotat. Biomassa baixa	Reduir la mortalitat per pesca
6	Lluç	11,53	Sobreexplotat. Biomassa baixa	Reduir la mortalitat per pesca
6	Moll de fang	5,06	Sobreexplotat. Biomassa alta	Reduir la mortalitat per pesca
6	Gamba blanca	1,6	Sobreexplotat. Biomassa alta	Reduir la mortalitat per pesca
6	Gamba rosada	6,2	Sobreexplotat. Biomassa baixa	Reduir la mortalitat per pesca



6	Escamarlà	3,8	Sobreexplotat. Biomassa baixa	Reduir la mortalitat per pesca
6	Sardina	1,72	Sobreexplotat	Reduir la mortalitat per pesca
6	Seitó	No disponible	Sobreexplotat	Reduir la mortalitat per pesca

*Font: (General Fisheries Commission for the Mediterranean, 2022).*

És evident doncs que cal millorar la gestió pesquera per a garantir un bon estat del recurs, però fer-ho no és suficient per aconseguir un sector pesquer econòmicament viable, cal també millorar el seu marge econòmic, i per això la comercialització del producte és clau.

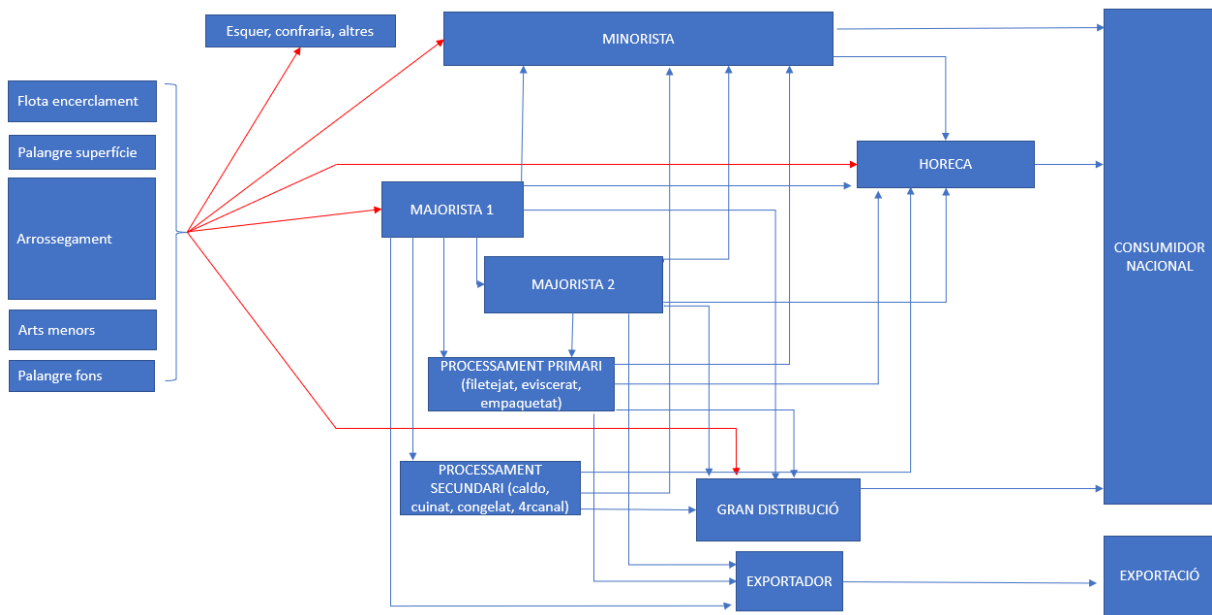
El 2021 la primera venda de peix a Catalunya es va porta a terme a 19 llotges, on es van vendre 20.800 tones de peix (un 98% de les quals van ser capturades per la flota pesquera amb port base a Catalunya), amb un valor a primera venda de més de 95 milions d'euros (Generalitat de Catalunya. Departament d'Acció Climàtica, 2021). Aquest volum de descàrregues equival a un 16,48% del consum de peix fresc de Catalunya i un 11,02% del consum de la totalitat de producte pesquer consumit si afegim al peix fresc també el peix congelat, conserves, etc.

Però com és Catalunya des del punt de vista dels compradors de la llotja? I anant més enllà, com es distribueix entre tots els actors del sector pesquer la riquesa generada als vaixells de pesca que treballen a les nostres costes?

És en aquest punt on l'estudi de la cadena de valor ens pot ser útil. És una eina d'anàlisi que ens serveix per comprendre com es reparteix la riquesa i l'ocupació generada per una activitat econòmica entre els diversos actors involucrats, des que s'inicia l'activitat estudiada fins que finalitza.

En el cas de la pesca es tracta de comprendre millor quin és l'impacte en termes monetaris i laborals a cadascuna de les fases per on circula el peix d'ençà que és pescat fins que arriba al plat: la captura, la distribució, la transformació i la comercialització del peix (Figura 3) i adquireix la seva màxima rellevància quan es pot acoblar amb models ecosistèmics, permetent així analitzar les principals implicacions de diverses propostes de gestió pesquera al conjunt dels actors rellevants (Christensen et al., 2011).

Figura 3 Esquema d'una potencial cadena de valor de peix fresc



Font: elaboració pròpia.

Malgrat que l'anàlisi de la cadena de valor és un tipus d'anàlisi força implementat en altres sectors i contextos geogràfics, i que potencialment pot ser útil per analitzar escenaris de transició, no hi ha estudis específics complets per a la pesca Mediterrània catalana - un àmbit especialment complex en tractar-se de pesqueries mixtes -, malgrat que s'han fet algunes passes parcials per recopilar informació dels diferents nivells de la cadena (Camí, 2020; García, 2016; Institut Català de Recerca per a la Governança del Mar (ICATMAR), 2022; Mascarell-Rocher, 2021; Segarra et al., 2015) i en l'àmbit Estatal es disposa d'alguns estudis a pesqueries específiques principalment centrats en l'estructura de preus (EUMOFA, 2022a, 2022b, 2020, 2019, 2018, 2017, 2015; Tragsatec, 2012a, 2012b, 2012c, 2011).

En aquest estudi fem una contribució en aquesta línia de treball analitzant en detall la primera baula de la cadena de valor, la venda que es porta a terme a la llotja (indicada en vermell a la Figura 3).

## 2. METODOLOGIA

Les compres i vendes que es porten a terme a les llotges catalanes porten associada una nota de venda que conté entre altres informacions el nom del venedor, del comprador, la quantitat, l'import, l'espècie, la llotja i la data, a més d'un indicatiu on s'assenyala el "perfil de comprador" diferenciant entre: gran distribució, majorista, majorista Mercabarna, majorista Mercavalència, confraria, esquer, HORECA (hostaleria, restaurant, càterings), varis i desconegut.

Per aquesta anàlisi s'ha treballat amb totes les dades corresponents l'any 2021 i s'han utilitzat estadístics descriptius estandarditzats per descriure l'activitat de compra-venda que es porta a terme.

### 2.1. Revisió de la base de dades

S'ha portat a terme una revisió detallada de la informació "perfil comprador" de la base de dades per a tots els compradors que tenen un nivell de compra superior al 0,02% del global. La informació "perfil del comprador" és directament assignada per cadascuna de les confraries i en nombroses ocasions és equivocada. Així és usual trobar casos on en funció del port el mateix comprador s'avalua amb diferents etiquetats de "perfil comprador", per exemple: majorista, minorista o gran distribució. O l'assignació és errònia.

Per a la revisió el criteri de l'assignació ens hem basat en el codi CNAE (Classificació Nacional d'Activitat Econòmiques<sup>1</sup>) del comprador i en l'activitat principal registrada al registre d'activitats. Quan aquesta informació no ha estat disponible s'ha reclassificat el comprador com "altres".

Els majoristes corresponen al *CNAE 4638: Comercio al por mayor de pescados y mariscos y otros productos alimenticios*. La seva activitat principal consisteix a la compra al major de peix i la seva revenda a cadenes de distribució, altres majoristes, botigues minoristes especialitzades, HORECA i processadores en proporcions variables. Ofereixen als seus clients producte sense processar, processaments primaris (neteja, filetejat, empaquetat), i en funció de la seva estratègia processaments secundaris (elaboració de suquets, congelats, enllaunats, processaments específics, etc.). El seu mercat és molt variable, els de més volum i alguns especialitzats incorporen també l'exportació del producte. Les seves activitats les porten a terme a instal·lacions pròpies o en règim de lloguer i tot sovint inclouen frigorífics i transports a més de plantes de processament. A vegades disposen de parades a la xarxa de mercats centrals de MERCASA (al nostre cas principalment a Mercabarna). Puntualment, també porten a terme venda directa a consumidor final.

---

<sup>1</sup> <https://www.cnae.com.es/>

Els minoristes són peixateries independents i corresponen al *CNAE 4723: Comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados*. Els seus clients finals són principalment la ciutadania i el canal HORECA.

La gran distribució correspon al *CNAE 4711: Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco*. Inclouen entre les seves activitats comercials la venda de peix amb diverses estratègies comercials (peixateries específiques de propietat, congelat, enllaunat, empaquetat, etc.). A vegades ofereixen espais al seu interior que corresponen a peixateries independents. Algunes de les empreses a Catalunya amb més implantació són Mercadona, Caprabo, etc.

## 2.2. Estructuració de la informació

S'han agrupat les categories “majorista”, “majorista Mercabarna” i “majorista Mercavalència” en una única categoria “majorista”, ja que la diferenciació no era necessària a efectes de l'anàlisi que es volia portar a terme i, des del punt de vista operatiu de la cadena de valor resulta confusa.

Les categories de compradors molt minoritàries tant en volum de compra com en valor adquirit presents a la base de dades: “desconegut”, “altres”, “varis”, “confraria”, “esquer” a efectes d'anàlisi s'han agregat en una única categoria: “altres”.

En el cas de l'empresa Conpestar,SL. –propietat de la Confraria de Pescadors de Tarragona – que té un contracte indefinit renovable anualment- de venda del peix blau de Tarragona amb l'empresa Mercadona, amb preu establert fora de subhasta, s'ha etiquetat com una venda directa a “gran distribuïdor”.

Finalment, cal assenyalar que malgrat que a cada comprador se li assigna un únic “perfil de comprador”, s'ha pogut observar durant la recerca que les categories són cada vegada menys clares. Són usuals els perfils majoristes que també tenen punts de venda “minoristes-peixateries”, majoristes amb acords amb grans superfícies, o minoristes que tenen també per exemple restaurants. L'assignació s'ha portat a terme en funció de l'activitat principal registrada al CNAE.

Quant a les modalitats de pesca, s'han utilitzat les disponibles a la base de dades centralitzada de notes de venda estatal establertes al “Real Decreto 418/2015, de 29 de mayo, por el que se regula la primera venta de los productos pesqueros”. S'ha agrupat sota l'epígraf “pesca artesanal” la pesca mitjançant nanses, paranys, tresmalls, xarxes d'emballament i similars.

### 3. RESULTATS

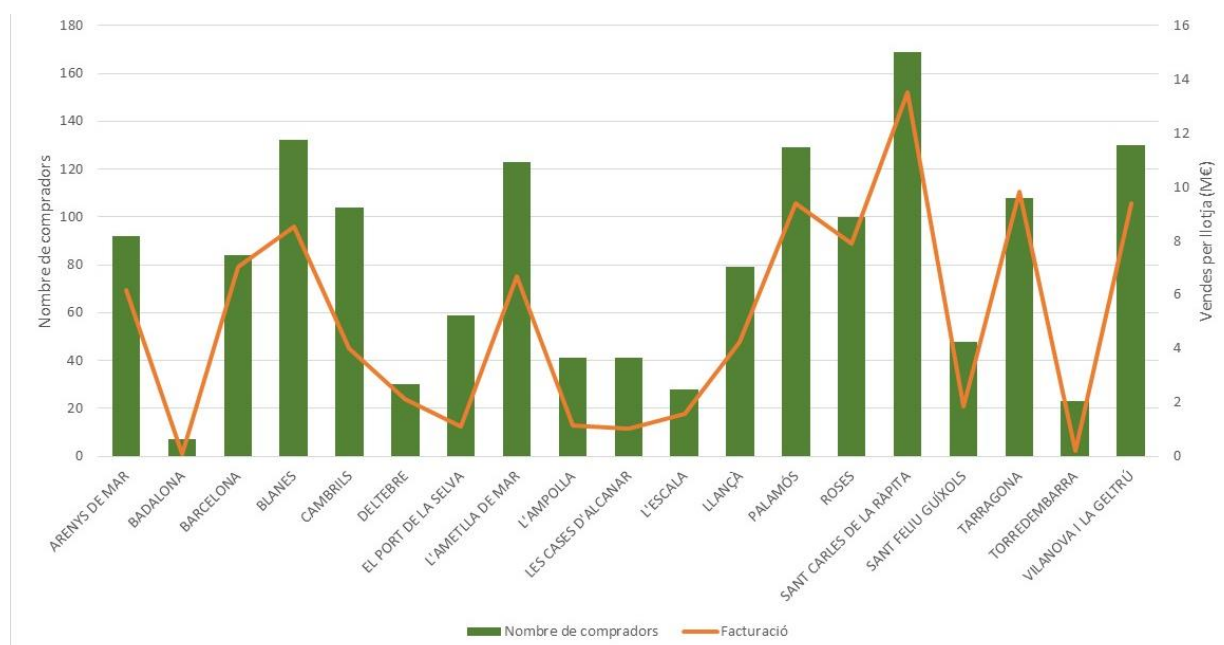
L'any 2021 es van comercialitzar 20.800 tones de peix Catalunya, amb un valor a primera venda de més de 95 milions d'euros (Generalitat de Catalunya. Departament d'Acció Climàtica, 2021).

A continuació es descriuen les principals característiques dels compradors, s'analitza les principals característiques de la compravenda en funció dels canals de distribució per les principals modalitats de pesca, el preu pagat per cada tipologia de comprador i modalitat de pesca, així com la concentració de compra per part dels principals compradors; s'estudia també si hi ha diferències en la concentració de compra en funció de les característiques de les llotges, i finalment s'avalua les característiques de la compravenda de les principals 10 espècies de Catalunya en valor econòmic.

#### 3.1. Qui compra a les llotges de Catalunya i on compra?

L'any 2021 es van registrar 965 compradors, distribuïts de manera molt desigual en funció de les llotges, amb una forquilla entre 7 i 169 compradors únics per llotja, sent Badalona la llotja amb menys compradors i Sant Carles de la Ràpita la que va tenir més.

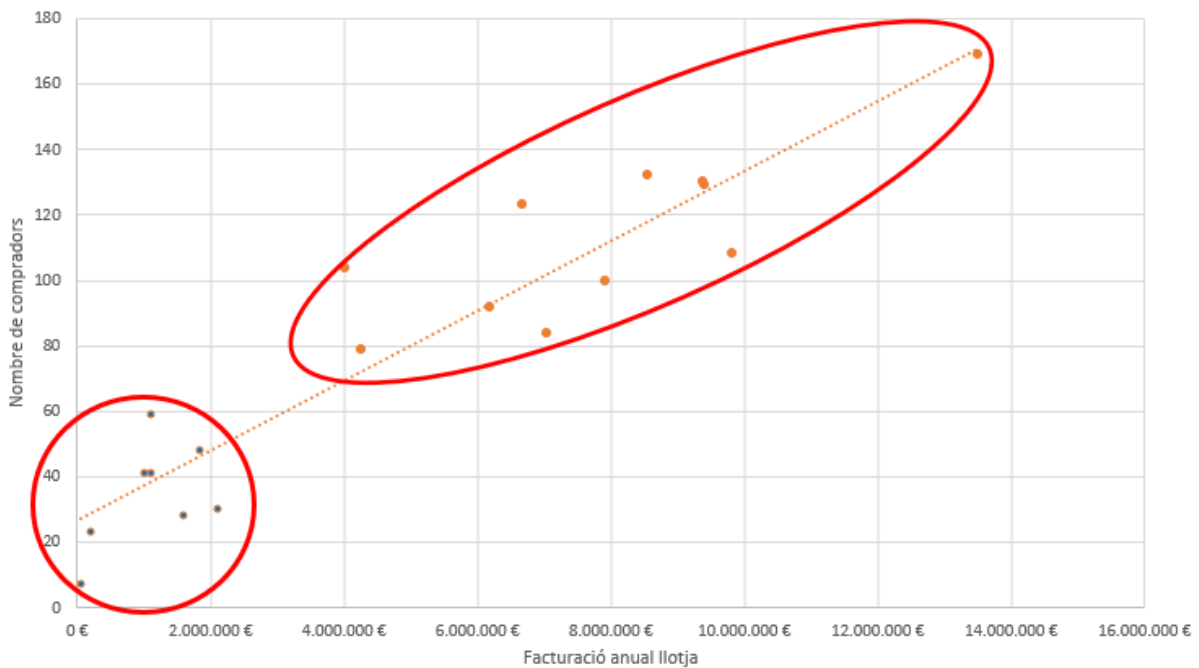
Figura 4 Nombre de compradors i vendes per llotja



Font: elaboració pròpia.

El nombre de compradors té una relació directa amb la facturació de la llotja. Es pot apreciar una diferenciació clara entre les llotges de mida petita ( $n=8$ ,  $<2$  M€ de compravenda) on el número de compradors és inferior als seixanta i les llotges de mida mitjana gran ( $n=17$ ,  $>4$  M€ de compravenda) on el nombre de compradors oscil·la entre 80 i 170.

Figura 5 Nombre de compradors en funció de la facturació de la llotja

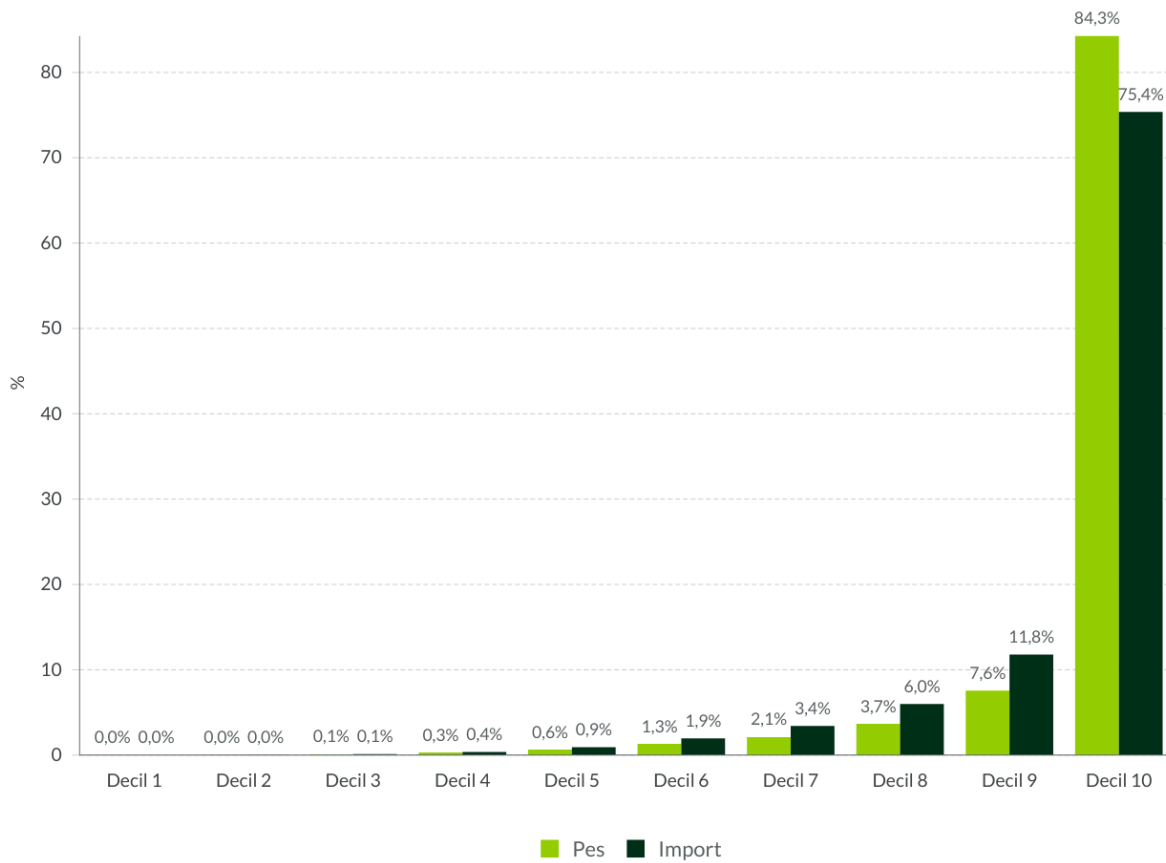


Font: elaboració pròpia.

Els compradors més abundants en nombre són els minoristes (523), seguits dels majoristes (180) i els del canal HORECA (13), per acabar finalment amb la gran distribució (3). Aquests valors s'han d'analitzar amb prudència, ja que podria ser que entre els compradors considerats a la categoria "altres", amb un volum molt petit de compra, hi hagués un número rellevant de compradors vinculats a la petita hostaleria (HORECA). Igualment, s'ha observat un nombre d'activitats significatives de minoristes amb activitats secundàries de restauració.

Pel que fa al volum de compra, la distribució és força desigual entre els compradors. El decil de compradors amb més volum de compra (indicats com a decil 10 a la Figura 6) adquireix el 85% del pes i el 75% del valor total comercialitzat a les llotges.

Figura 6 Distribució de la capacitat de compra dels compradors en llotja

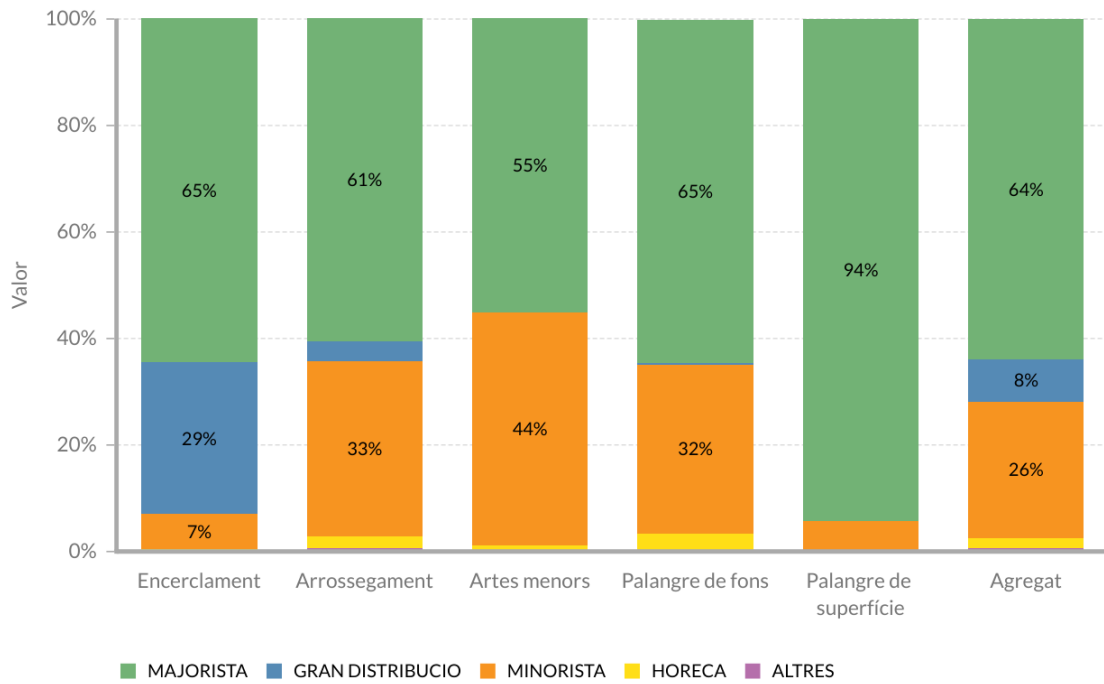


Font: elaboració pròpia.

### 3.2. Anàlisi en funció de la modalitat de pesca i la tipologia de comprador

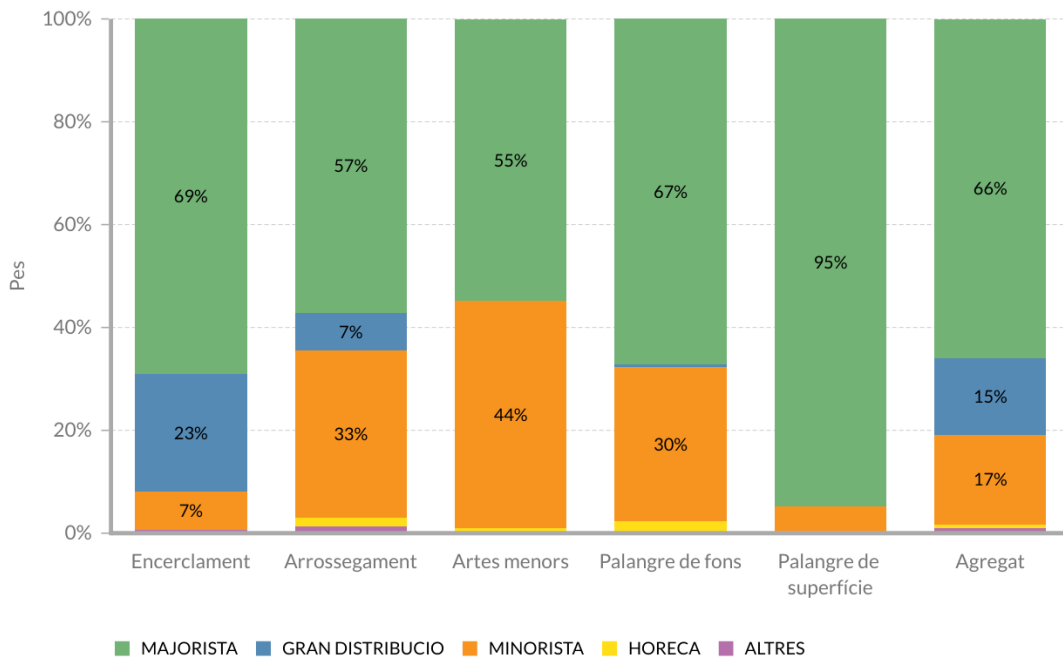
La distribució del valor i el volum de compra en funció de la modalitat de pesca, i segons tipologia de comprador, es pot trobar a la Figura 7 i la Figura 8.

Figura 7 Distribució del valor de compra a llotja en funció de la modalitat de pesca i el tipus de comprador



Font: elaboració pròpia.

Figura 8 Distribució del volum de compra a llotja en funció de la modalitat de pesca i el tipus de comprador



Font: elaboració pròpia.



El 64% del valor i el 66% del volum del peix venut a les llotges catalanes és comprat per majoristes; el 26% del valor i el 17% del pes és adquirit pels minoristes, i el 8% i 15% respectivament per la gran distribució. El canal HORECA és molt minoritari en la compra directa a llotja.

Es pot observar, per tant, que la distribució del volum de compra per canal és força diferent de la distribució del nombre de compradors.

Els majoristes són els principals compradors per totes les modalitats de pesca amb valors al voltant del 60%, tant del volum com del valor de compra. En el cas de la modalitat de pesca amb palangre de superfície és on tenen un rol més destacat (94%), mentre que a la pesca artesanal és on tenen un pes menor (55%).

La gran distribució, per la seva banda, és principalment rellevant a la pesca d'encerclament (29% del valor i 23% del volum) i té un rol marginal a la pesca de palangre i arts menors.

El canal minorista, per la seva banda, compra en llotja al voltant del 30% del peix provinent d'arrossegament i del palangre de fons, i arriba fins a gairebé un 44% de la pesca artesanal. És per contra irrellevant per la compra d'encerclament.

Finalment, el canal HORECA és molt minoritari en termes de compra directa a llotja per a totes les arts de pesca, i es proveeix principalment en una segona compra a través de majoristes i minoristes, un aspecte que es podrà analitzar amb més detall en l'anàlisi complet de la cadena de valor (Figura 3).

### 3.3. Preu pagat per modalitat de pesca en funció del canal de compra

La Figura 9 mostra el valor mitjà per kg comercialitzat per a cada modalitat de pesca i tipologia de comprador pels casos on el volum de compra és superior a un 1% del volum capturat a cada modalitat.

Es pot observar que en aquelles modalitats on és significatiu en termes de volum de compra (arrossegament, arts menors i palangre de fons) el comprador HORECA és qui paga de mitjana imports superiors per kilogram comprat.

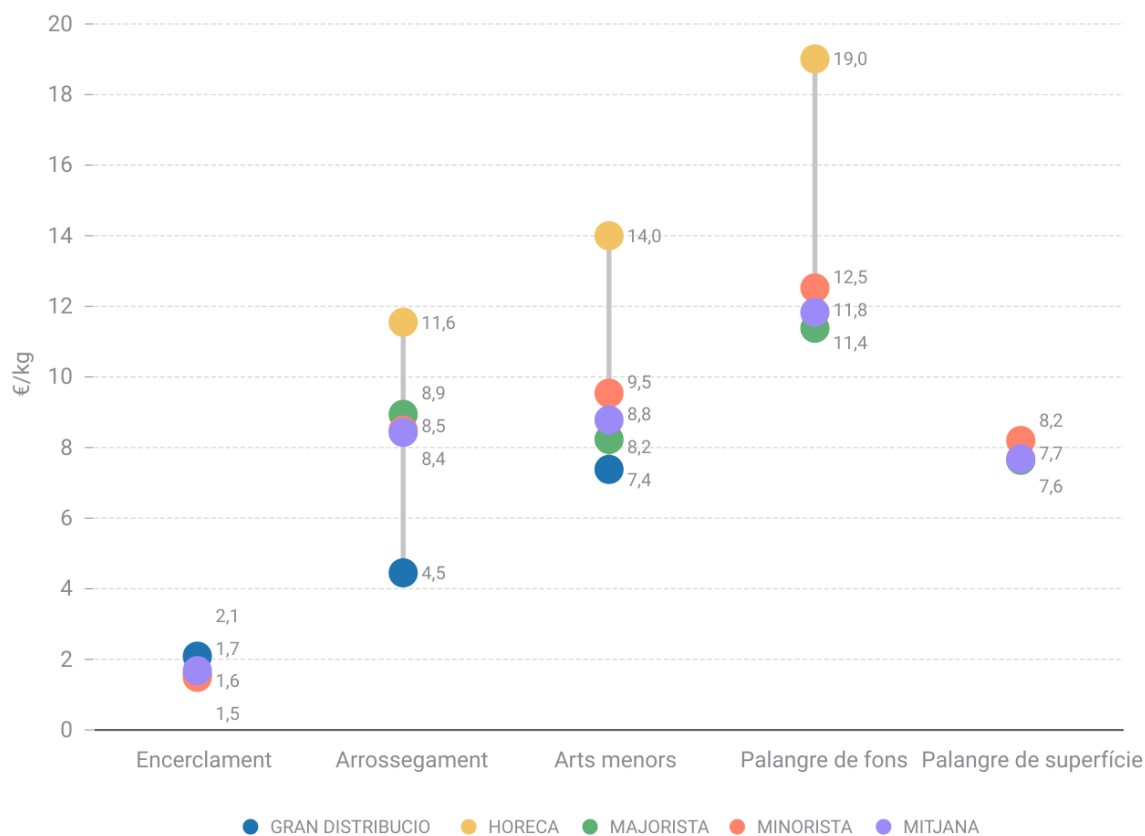
En el cas de la modalitat de l'encerclament és on es veuen diferències menors en funció de la tipologia de comprador. Malgrat tot, el preu pagat per la gran distribució és lleugerament superior al del majorista que al seu torn va seguit molt de prop pel minorista que compra només un 7% del total descarregat.

En el cas de l'arrossegament l'ordre canvia i les diferències s'eixamplen significativament. Després del comprador HORECA li segueixen amb preus descendents el majorista, el minorista i la gran distribució.

Pel que fa a les arts menors, al palangre de fons i al palangre de superfície l'estructura és similar: quan és significatiu (no està present al palangre de superfície) l'HORECA és qui més paga, seguit pel minorista que paga en tots els casos un preu lleugerament més alt que el

majorista. En el cas de les arts menors, la gran distribució (molt minoritària, amb menys d'un 1,7% de les compres) és qui compra a un preu inferior.

Figura 9 Preu pagat per a les diferents modalitats de pesca en funció del tipus de comprador



Font: elaboració pròpia.

Cal ser curosos en analitzar els resultats, ja que el fet que una tipologia de comprador adquireixi de mitjana a un preu per kg inferior, no necessàriament implica que sigui “pitjor comprador” des del punt de vista del pescador, perquè pot estar reflectint per exemple una especialització en determinades espècies de valor inferior, però per a les quals paga un preu superior que la seva competència.

L'anàlisi del preu pagat per les diferents tipologies de comprador es completa a la secció 3.6 amb l'anàlisi del preu pagat per a les 10 espècies més rellevants des del punt de vista comercial a Catalunya.

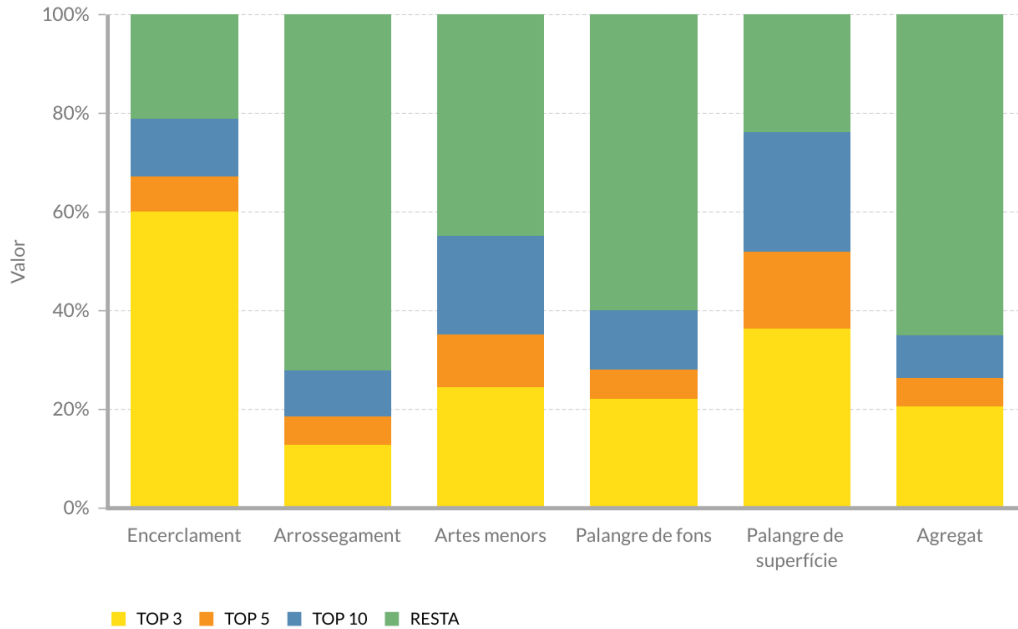
### 3.4. Concentració en funció de la modalitat de pesca i la tipologia de comprador

La concentració de compra en els tres, cinc i deu compradors més importants en funció de la modalitat de pesca tant en valor com en pes es pot trobar a la Figura 10 i la Figura 11.

De manera agregada es pot observar que els tres principals compradors adquireixen un 20% del valor i un 36% del volum de peix venut. Els principals deu compradors concentren més del

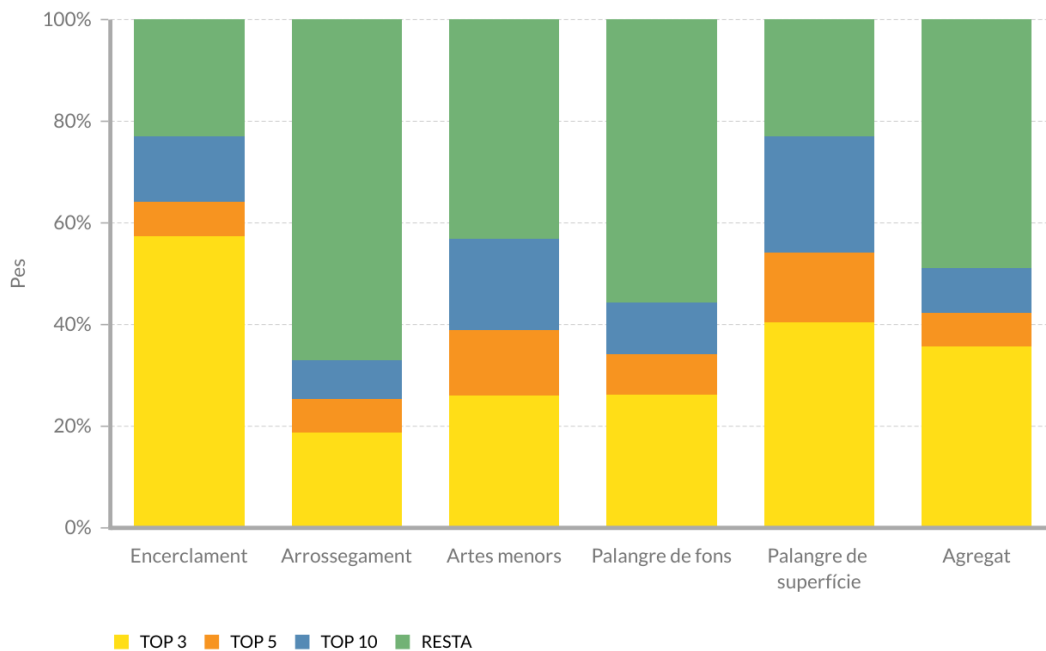
50% del total del peix (un 51%) i un 35% del valor. La concentració de compra és especialment accentuada a l'encerclament, on els tres compradors més importants adquireixen gairebé el 60% de les captures.

Figura 10 Concentració del valor de compra a llotja



Font: elaboració pròpia.

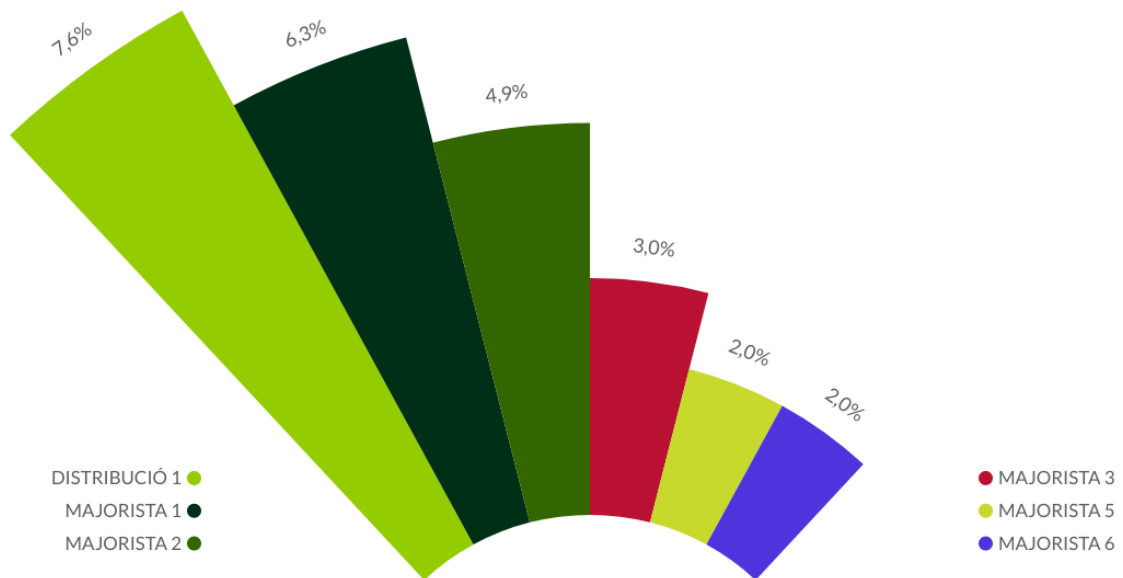
Figura 11 Concentració del volum de compra a llotja



Font: elaboració pròpia.

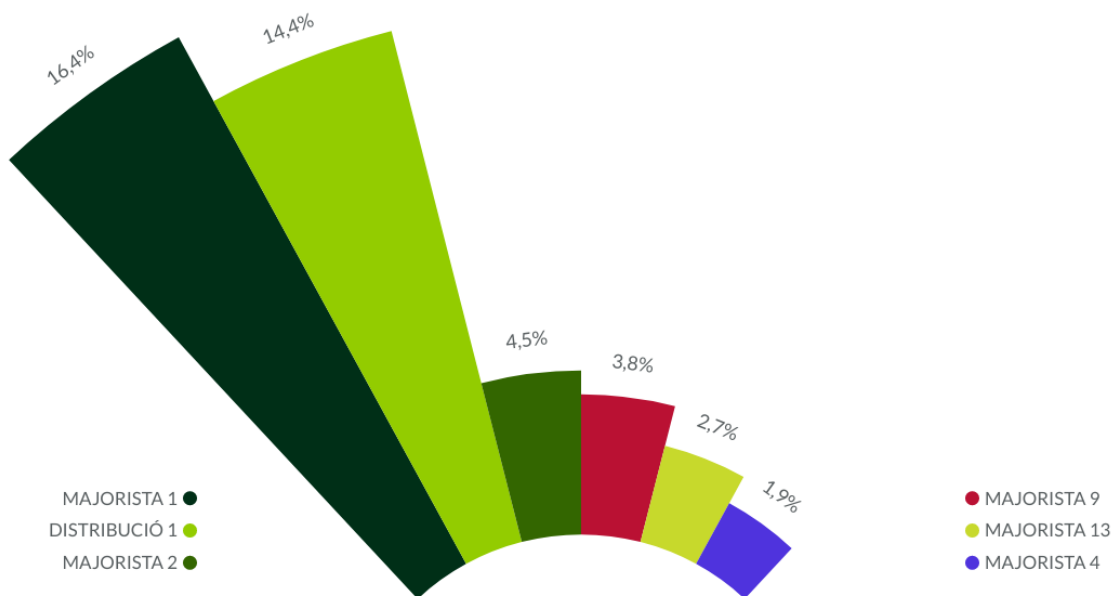
Es pot observar que de manera agregada els principals compradors tant en valor com en pes són en tots els casos majoristes amb l'excepció d'un gran distribuïdor (Figura 12 i Figura 13), al cas de l'encerclament dos compradors compren més del 50% del producte descarregat (Figura 14).

Figura 12 Principals compradors a les llotges catalanes per valor



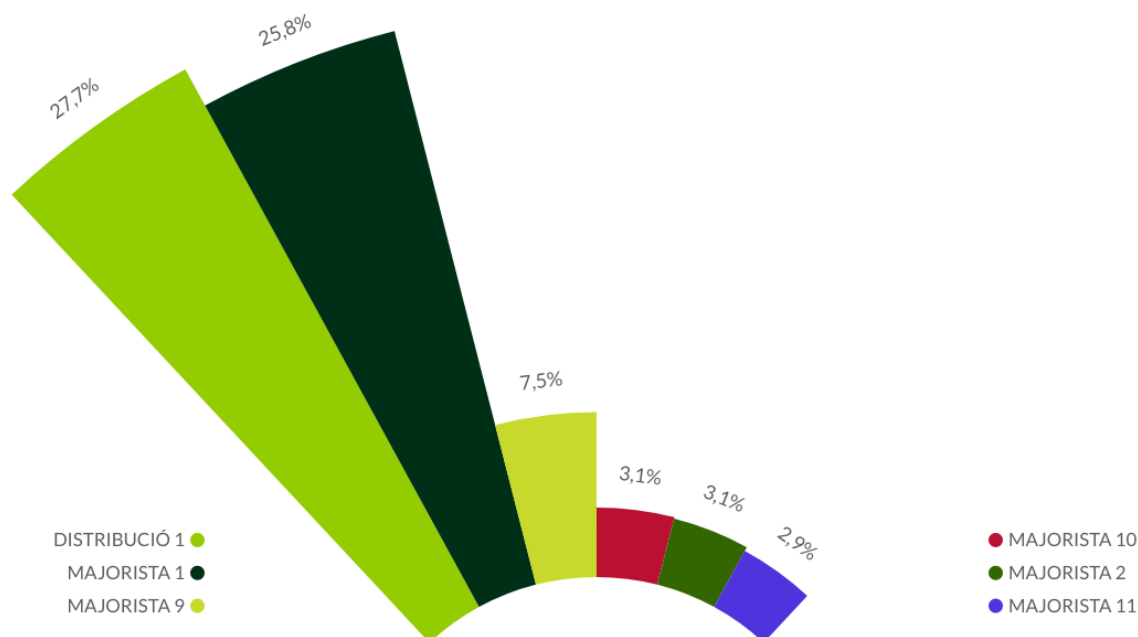
Font: elaboració pròpia.

Figura 13 Principals compradors a les llotges catalanes per pes



Font: elaboració pròpia.

Figura 14 Principals compradors de la pesca d'encerclament a les llotges catalanes (per quantitat comprada)



Font: elaboració pròpia.

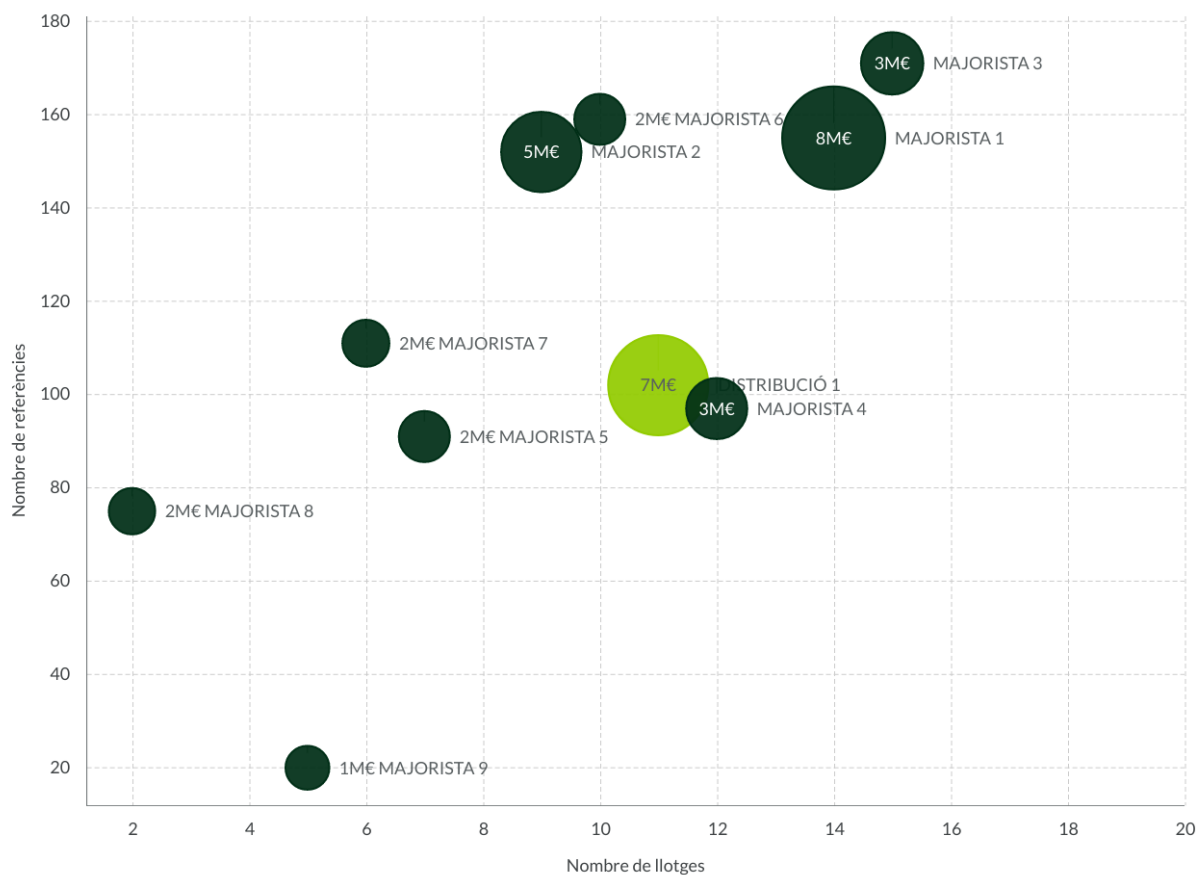
Per una altra banda, l'estratègia dels grans compradors en termes de distribució de la compra al llarg de la costa i del nombre d'espècies on es concentra la seva activitat és molt diversa. En termes d'espècies se situen al rang entre 20 i gairebé 180 espècies, mentre que en termes de nombre de llotges catalanes on estan presents oscil·len entre dos i quinze (Figura 15). Val la pena remarcar que alguns dels més rellevants tenen un volum de compra més enllà de Catalunya molt rellevant amb una important xarxa de punts de compra. Per exemple un dels grans majoristes a Catalunya, el Grup Ros, compra a més de 500 llotges de tota Europa a més de tenir contractes d'exclusivitat amb algunes embarcacions<sup>2</sup>, i el volum de compra d'un dels principals compradors de gran distribució a Catalunya a les costes catalanes, Mercadona<sup>3</sup>, és una part mínima respecte al total de peix venut a les seves instal·lacions. L'empresa no facilita informació actualitzada de les seves vendes de peix, però a tall indicatiu l'any 2014 comprava 32.000 tones de peix fresc a 80 llotges espanyoles i aquesta és una quantitat relativament petita respecte al total de peix venut a través del canal de distribució<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> <https://grupros.com/es/organitzacio/alimentacio-i-majoristes.html> Darrera visita 21 de juny de 2022.

<sup>3</sup> <https://www.eleconomista.es/retail-consumo/noticias/11780717/05/22/Mercadona-eleva-sus-compras-a-proveedores-catalanes-hasta-los-4036-millones-.html>

<sup>4</sup> Per exemple la facturació amb Jealsa, principal proveïdor de peix en llaua va ser entorn de 320 milions d'euros, comprant només per tonyina unes 40.000 tones l'any 2020 que després comercialitza amb marca Hacendado: [https://www.economiadigital.es/galicia/empresas/mercadona-hace-de-oro-a-sus-grandes-proveedores-gallegos\\_20005067\\_102.html](https://www.economiadigital.es/galicia/empresas/mercadona-hace-de-oro-a-sus-grandes-proveedores-gallegos_20005067_102.html) o al

Figura 15 Estratègies de compra dels grans compradors

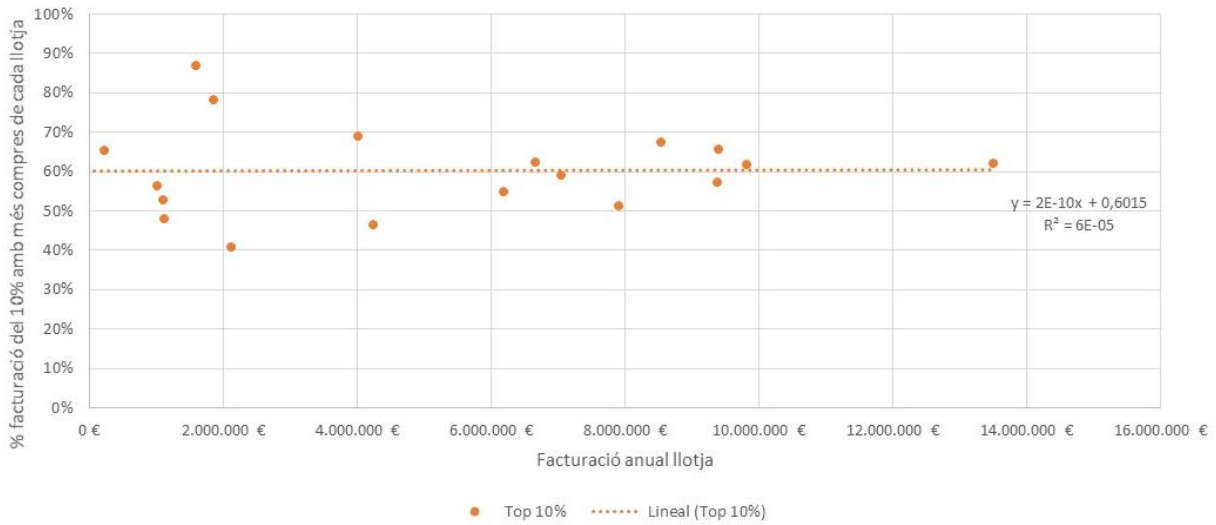


Font: elaboració pròpia.

### 3.5. Distribució territorial i per tipus de llotja

En termes de concentració de les compres en funció de la mida de la llotja, es pot constatar que la concentració de compra és molt semblant independentment de la seva mida. El 10% dels compradors amb més pes compren entorn del 60% del valor de cada llotja (Figura 16).

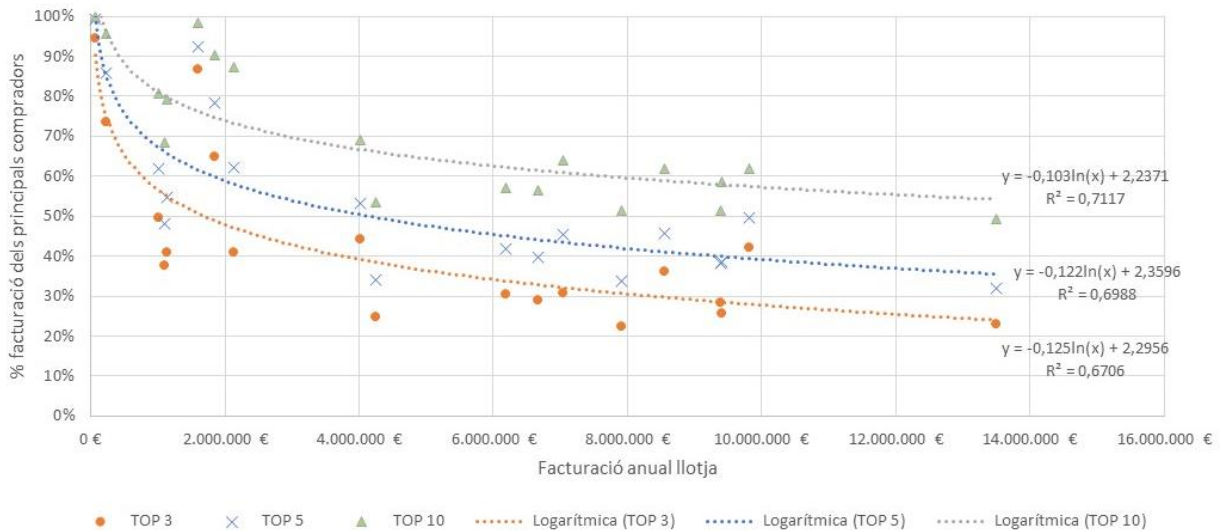
Figura 16 Concentració de les compres en funció de la mida de la llotja



Font: elaboració pròpia.

Un efecte indirecte d'aquesta distribució és que a les llotges petites la dependència de molt pocs compradors és molt alta (Figura 17).

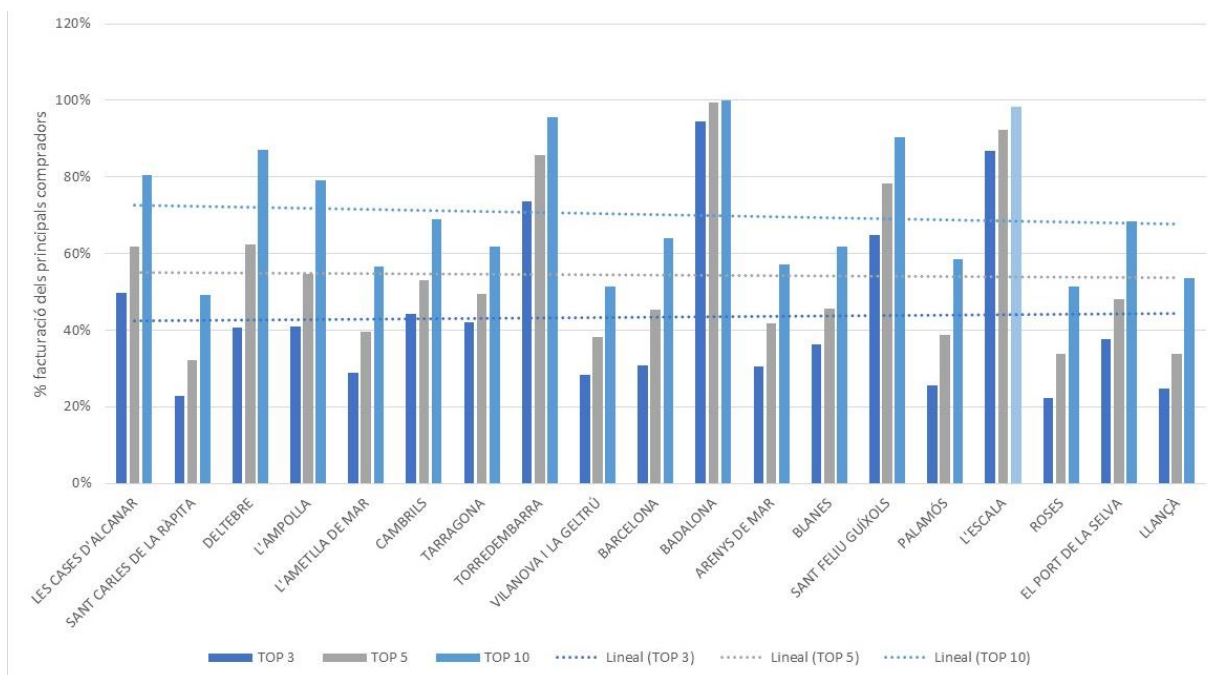
Figura 17 Concentració de compra dels 3, 5 i 10 compradors en funció de la mida de la llotja



Font: elaboració pròpia.

Per una altra banda, si analitzem si existeix alguna variació en la concentració de compra en funció del posicionament geogràfic de la llotja (Nord-Sud), no es pot observar cap tendència clara (Figura 18).

Figura 18 Concentració de la compra dels 3, 5 i 10 compradors en funció de la distribució geogràfica de la llotja (de sud a nord)



Font: elaboració pròpia.

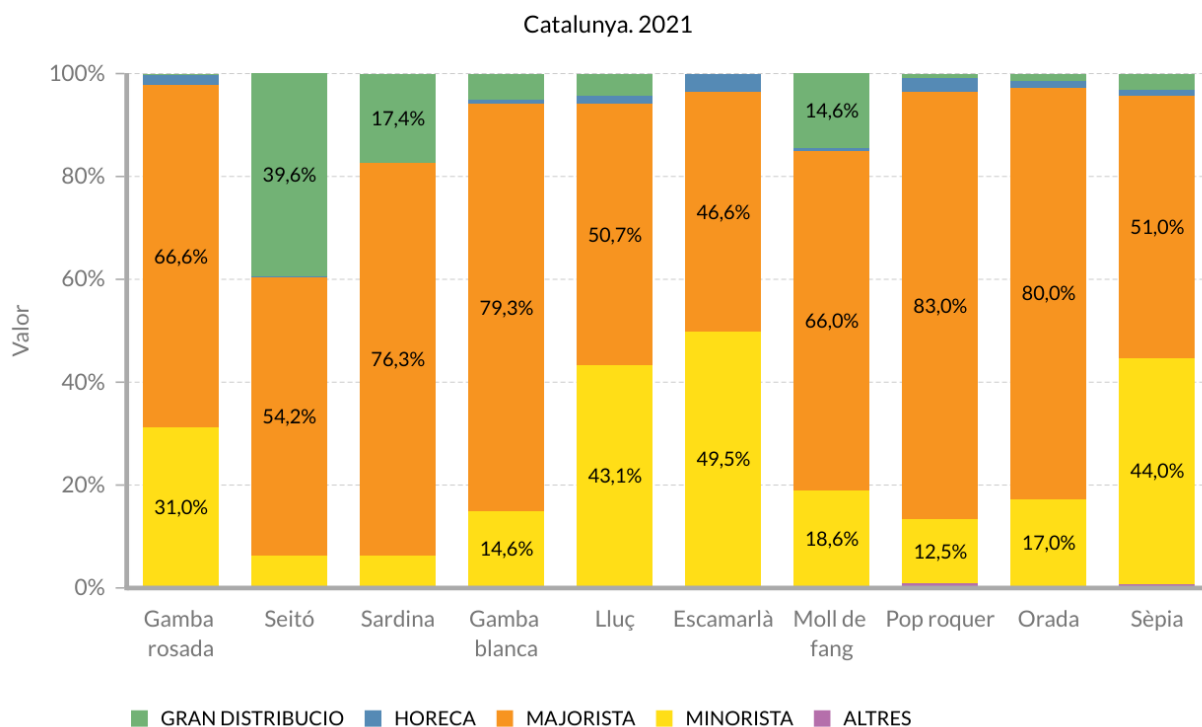
### 3.6. Anàlisi per a les principals espècies

En aquest apartat s'han analitzat les 10 espècies de major valor comercial venudes a llotja l'any 2021: gamba rosada, seitó, sardina, gamba blanca, lluç, escamarlà, moll de fang, pop roquer, orada i sèpia.

Si analitzem la distribució de la venda en funció del canal de compra (Figura 19), podem observar que per a les deu espècies més rellevants la compra majorista és el canal més destacat amb valors entre el 47% (escamarlà) i el 83% en el pop roquer. Les grans superfícies són especialment rellevants en la compra en llotja de seitó (40%), essent també importants a la sardina (15%) i el moll de fang (17%). Quant al canal minorista, és especialment rellevant per l'escamarlà (50%), la sèpia (44%), el lluç (43%) i la gamba rosada (31%). Finalment, el canal HORECA té un rol molt minoritari per a totes les espècies analitzades, essent l'escamarlà on té un rol més destacat (3,6%). De nou, es fa evident que el seu subministrament més important és indirecte a través de la compra a majorista o fins i tot el subministrament per part de minoristes.



Figura 19 Distribució per canal de compra del valor de les principals espècies venudes a les llotges de Catalunya

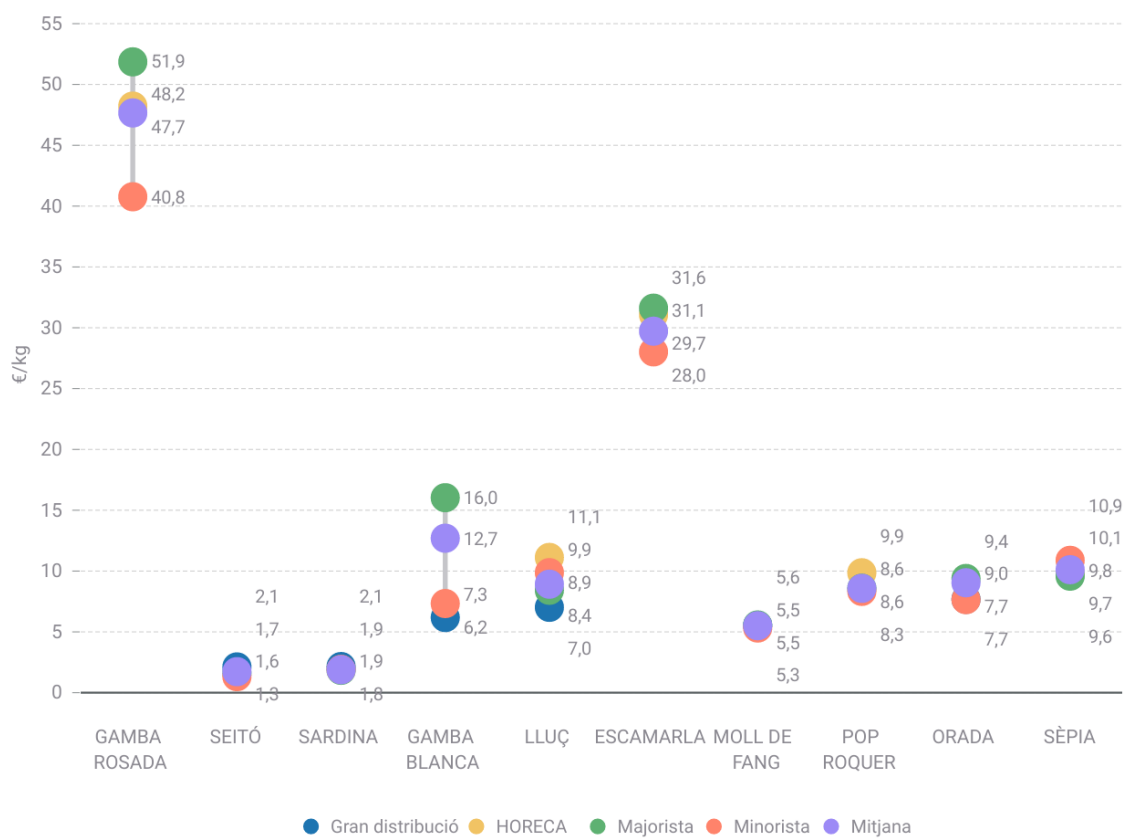


Font: elaboració pròpia.

El preu pagat per a les principals espècies en funció del canal de compra es pot observar a la Figura 20. Per evitar les variacions de preu poc significatives només s’han representat els preus de totes les relacions “canal de compra - producte” on el canal de compra era un mínim d’un 1% de la compra de l’espècie estudiada.

Els valors representats cal interpretar-los amb cautela a l’hora de fer comparatives entre compradors, ja que dins de cada espècie tot sovint hi ha diverses categories (en funció de la mida, de la presentació, etc.), i diversos compradors poden especialitzar-se en diferents tipologies, i per això la comparativa directa a escala d’espècie entre preus pagats pels diversos compradors seria en aquests casos poc acurada. Per obtenir resultats concloents caldria portar a terme un estudi específic.

Figura 20 Preu de les principals espècies en funció del canal de compra



Font: elaboració pròpia.

## 4. DISCUSSIÓ I CONCLUSIONS

L'anàlisi portada a terme ens ha permès obtenir una radiografia global de les principals característiques dels compradors a les llotges catalanes l'any 2021.

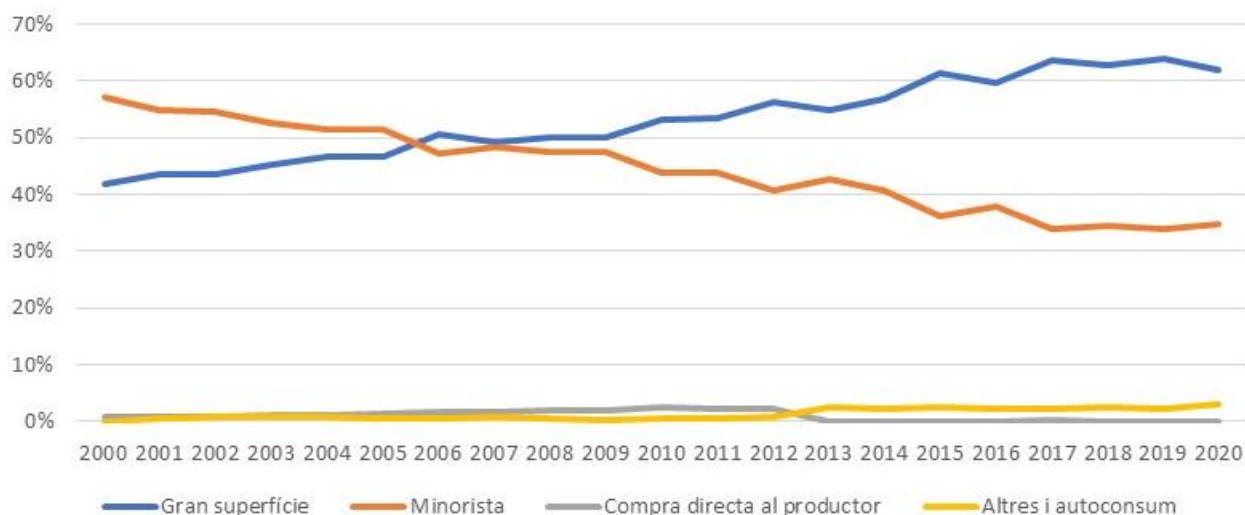
S'ha pogut constatar com els majoristes, seguits pels minoristes i les grans superfícies són els principals compradors.

De manera agregada, 183 majoristes i centrals de gran distribució controlen el 72% del valor del peix venut a les llotges, un percentatge encara més gran en algunes modalitats de la pesca com l'encerclament i el palangre de superfície, on el volum de compra és superior al 93%.

Entre ells també hi ha diferències significatives de mida i capacitat de compra. Un nombre petit de compradors - en comparació amb l'atomització de venedors que es produeix a les llotges catalanes - tenen un gran volum de compra i al seu torn tenen xarxes comercials de compra i venda importants establertes també fora de Catalunya. Són, per tant, actors claus en l'establiment del preu de compra a llotja.

Aquesta concentració en grans compradors d'abast global és previsible que s'accentuï en el temps, ja que a escala de consumidor final la tendència és a la pèrdua de quota de mercat per part dels minoristes, que a més a més, cada vegada més es proveeixen de producte a través dels majoristes, per la qual cosa ja no arriben a llotja com a comprador.

Figura 21 Evolució a Espanya de l'origen de la compra al consum domiciliari en termes de valor



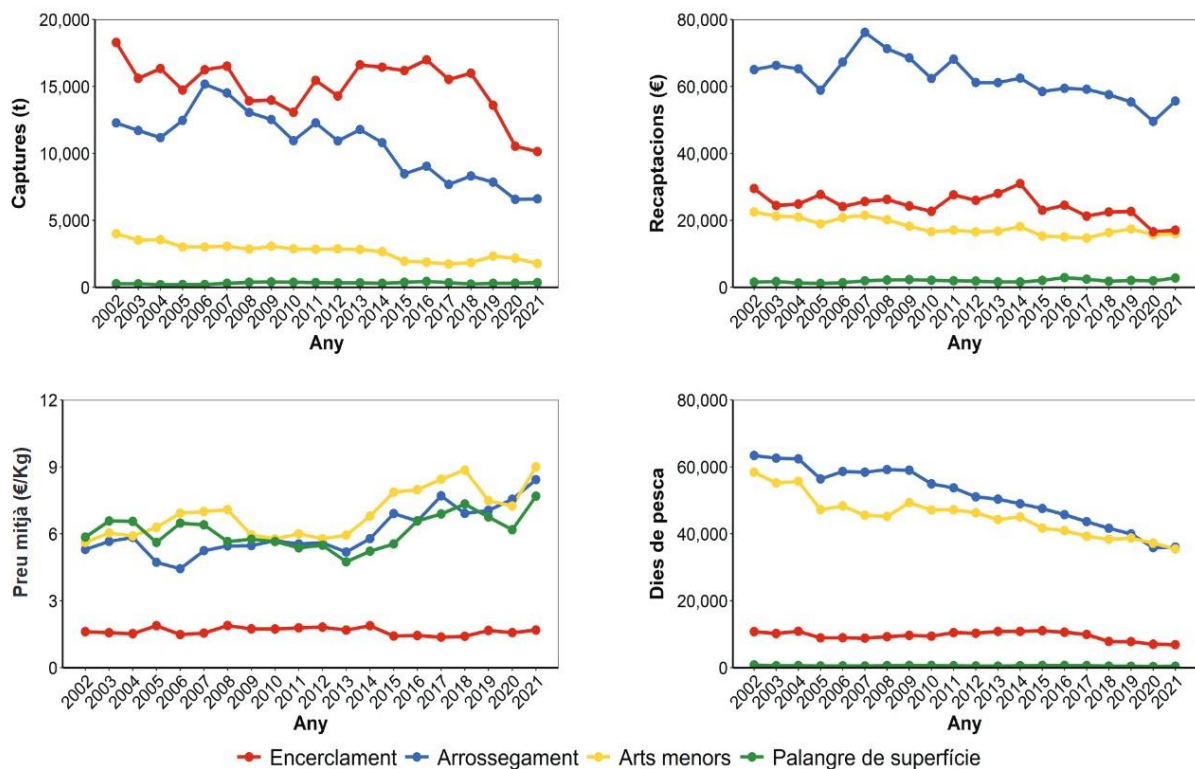
Fuente: (MAPAMA, 2022).

Quant al preu pagat, si analitzem l'evolució a les llotges en funció de la modalitat de pesca els darrers deu anys, malgrat que tant en el cas de l'encerclament com a l'arrossegament s'ha

produït una disminució significativa del volum de captures, s'observa una evolució qualitativament diferent.

En el cas de l'arrossegament l'increment del preu per kg pagat ha compensat en bona part la disminució del volum de captures, mentre que en el cas de l'encerclament el preu s'ha mantingut gairebé invariable els darrers anys, malgrat que el volum capturat ha baixat també molt significativament especialment als darrers tres anys (Figura 22).

Figura 22 Sèries històriques anuals (2002-2021) de captures, recaptacions, preu mitjà i dies de pesca per a les diferents modalitats de pesca



Font: (Institut Català de Recerca per a la Governança del Mar (ICATMAR), 2022).

Anàlitzar les raons detallades d'aquesta evolució diferenciada va més enllà de l'abast d'aquest estudi, però si observem les concentracions de compra, es pot intuir una possible hipòtesi que podria explicar part d'aquesta diferència, i que caldria estudiar més en detall en posteriors treballs.

En el cas de l'encerclament, tal com hem vist (Figura 10), la compra està molt més concentrada que en el cas de l'arrossegament, on els compradors minoristes compren més del 33% del valor i a més hi ha més majoristes involucrats (Figura 10). A més els principals compradors en el cas de l'encerclament són actors globals (Figura 14) amb accés fàcil a altres mercats, on la millor gestió pesquera està permetent un estatus ecològic de les espècies claus

més satisfactori, i, per tant, els és relativament fàcil obtenir volums regulars de peixos de mida gran a preus competitius.

La no obtenció de producte de qualitat en termes de mida a Catalunya és també rellevant, ja que un producte de mida superior permet l'increment del valor de venda final per part del comprador a llotja. Com a conseqüència, els grans compradors no estan disposats a augmentar el preu per kg de captura local malgrat que el subministra local sigui menor, i, en canvi, s'abasteixen d'altres mercats.

En aquest sentit, és important entendre les múltiples dimensions de la connexió global del mercat que s'expressa en les compres a llotja analitzades, des del punt de vista de la viabilitat econòmica del pescador.

Per una banda, augmentar la rendibilitat des del punt de vista de pescador en termes de comercialització demana tractar d'establir nous canals de comercialització amb el màxim marge possible (vegeu per exemple (Gómez and Maynou, 2021) per una anàlisi de diversos intents que s'han portat a terme als darrers quinze anys a la costa Mediterrània), i per tractar d'arribar a acords de comercialització conjunta entre pescadors més satisfactoris pels seus interessos.

Però també cal evidenciar que la millora de rendibilitat passa per la recuperació de l'ecosistema i el recurs pesquer, com a via de millora de la rendibilitat operativa, ja que la capacitat de millorar el preu amb les característiques del producte actual és limitada, i els majoristes de mida mitjana i gran que controlen la compra en entrevistes realitzades mostren com a principal dificultat per utilitzar el peix del mediterrani la incertesa en el subministrament i a vegades les característiques d'aquest. En aquest sentit, hi ha molt a fer, ja que en línies generals i per a molts dels principals peixos comercialitzats a Catalunya, persisteix una diferència significativa, tant en la pressió pesquera com en l'estat dels estocs pesquers, entre les aigües europees de l'Atlàntic d'on prové una bona part del peix fresc, amb el que competeixen els pescadors catalans, i la Mediterrània Nord Occidental (STEF, Scientific, 2022).

## 5. AGRAÏMENTS

Agraïm a en Jordi Ribera (ICATMAR) per la primera extracció de les dades de notes de venda i a la Yesmina Mascarell per les recerques de camp portades a terme a la zona del Delta de l'Ebre i els primers passos a l'estudi de la cadena de valor en aquesta zona. Aquest informe s'ha realitzat en el context del projecte "Mejora del conocimiento científico-técnico para la sostenibilidad de las pesquerías demersales del Mediterráneo occidental", Ministerio de Agricultura, Ramaderia y Pesca (MAPA). Finançat per la Unió Europea – NextGenerationEU.

## REFERÈNCIES

Camí, A., 2020. Llibre blanc del sector del peix a Catalunya. Gremi de peixaters de Catalunya, Barcelona. Disponible a: <https://gremipeixaters.cat/lilibreblanc/> Darrera visita 6 de juliol de 2022.

Christensen, V., Steenbeek, J., Failler, P., 2011. A combined ecosystem and value chain modeling approach for evaluating societal cost and benefit of fishing. *Ecological Modelling* 222, 857–864. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLMODEL.2010.09.030>

Coll, M., Carreras, M., Ciércoles, C., Cornax, M.-J., Gorelli, G., Morote, E., Sáez, R., 2014. Assessing Fishing and Marine Biodiversity Changes Using Fishers' Perceptions: The Spanish Mediterranean and Gulf of Cadiz Case Study. *PLoS ONE* 9, e85670. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0085670>

EUMOFA, 2022a. La dorada fresca en la Unión Europea. Estructura de los precios en la cadena de suministro. España, Alemania y Francia. Luxemburgo.

EUMOFA, 2022b. La corvina en la Unión Europea. Estructura de los precios en la cadena de suministro. El caso de España, Grecia e Italia. Luxemburgo. <https://doi.org/10.2771/643505>

EUMOFA, 2020. El pulpo en la Unión Europea. Estructura de los precios en la cadena de suministro. Los casos de España, Italia y Grecia. Luxemburgo.

EUMOFA, 2019. La lubina en Europa. Estructura de precios en la cadena de suministro. Grecia, Croacia y España. Luxemburgo. <https://doi.org/10.2771/947035>

EUMOFA, 2018. El rodaballo en la Unión Europea. Estructura de precios en la cadena de suministros del rodaballo. España, Francia y los Países Bajos. Luxemburgo.

EUMOFA, 2017. El atún en conserva en España. Estructura de precios en la cadena de suministro. Luxemburgo.

EUMOFA, 2015. Estructura de precios en la cadena de suministro de la merluza fresca en España. Luxemburgo.

García, M., 2016. Aproximación a la formación de precios en la cadena comercial de la pesca en Cataluña. Máster Universitario en Gestión Pesquera Sostenible - Trabajos Fin de Máster. Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/52772>

General Fisheries Commission for the Mediterranean, 2022. Actes del grup SRC-WM del año 2022, a: Status of Western Mediterranean Fisheries. UN, Food and Agriculture Organization (FAO). Roma.

Generalitat de Catalunya. Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, 2021. Estadístiques de pesca. Dades globals per Catalunya. Disponible a: [http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar\\_estadistiques\\_pesca\\_subhastada/](http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar_estadistiques_pesca_subhastada/) Darrera visita 6 de juliol de 2022.

Gómez, S., Maynou, F., 2021. Alternative seafood marketing systems foster transformative processes in Mediterranean fisheries. Marine Policy 127, 104432. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104432>

Gorelli, G., Sardà, F., Company, J.B., 2016. Fishing Effort Increase and Resource Status of the Deep-Sea Red Shrimp *Aristeus antennatus* (Risso 1816) in the Northwest Mediterranean Sea since the 1950s. Reviews in Fisheries Science and Aquaculture. <https://doi.org/10.1080/23308249.2015.1119799>

Institut Català de Recerca per a la Governança del Mar (ICATMAR), 2022. Evolució de les Captures i els Preus de Venda del Sector Pesquer a Catalunya: Comparativa 2020-2021 (ICATMAR, 22-03). Disponible a: [http://agricultura.gencat.cat/ca/departament/dar\\_plans\\_programes\\_sectorials/politica-maritima/icatmar/](http://agricultura.gencat.cat/ca/departament/dar_plans_programes_sectorials/politica-maritima/icatmar/) Darrera visita 6 de juliol de 2022.

MAPAMA, 2022. Series de datos de consumo alimentario en hogares (1999-2021). Disponible a: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/series-anuales/> Darrera visita 6 de juliol de 2022.

Mascarell-Rocher, Y., 2021. Pesca local, cadena de valor y comercialización en el Delta del Ebro, in: Jornadas Sobre Pesca y Sistemas Alimentarios. 19, 20, 26 y 27 de Noviembre. Bizilur y Ondarroa 12 miliak, Getaria.

Sardà Amills, F., 2017. Sostenibilitat de la pesca a Catalunya: Perspectiva des de la ciència. LAERT.

Segarra, I., Todó, P., Leal, R., 2015. La comercialització dels productes pesquers a Catalunya. A: La comercialització dels productes pesquers a Catalunya. Dossier tècnic número 78. Formació i assessorament al sector agroalimentari. Pg: 3-12. Direcció General d'alimentació, qualitat i indústries agroalimentàries. Generalitat de Catalunya.

STEFEC, Scientific, Technical and Economic Committee for Fisheries, 2022. Monitoring of the performance of the Common Fisheries Policy (STECF-Adhoc-22-01). Luxembourg. <https://doi.org/10.2760/566544>

Tragsatec, 2012a. Estudio de la cadena de valor y formación de precios de la merluza Europea. Madrid.

Tragsatec, 2012b. Estudio de la cadena de valor y formación de precios de la dorada de acuicultura. Madrid.

Tragsatec, 2012c. Estudio de la cadena de valor y formación de precios de la bacaladilla. Madrid.

Tragsatec, 2011. Estudio de la cadena de valor y formación de precios del boquerón fresco. Madrid.