

# INFORME CIENTÍFICO-TÉCNICO

Enero 2024

## El rol de las pescaderías catalanas en la distribución de pescado de proximidad



El rol de las pescaderías en la distribución de pescado de proximidad en Cataluña.

Autores:

Miquel Ortega Cerdà  
Marta Coll

Correo de contacto: [m.ortegac@icm.csic.es](mailto:m.ortegac@icm.csic.es)

Con la colaboración del Gremi de peixaters de Catalunya.

**Citación recomendada para este documento:**

Ortega Cerdà, M., Coll, M., 2023. El rol de las pescaderías en la distribución de pescado de proximidad. xxx pp. ICM-CSIC. Barcelona. Doi: xxx

Esta obra está sometida a las condiciones de licencia pública de Creative Commons «Reconocimiento-No Comercial»: puede distribuirse, copiar y adaptarse, siempre que se reconozca la autoría y se haga sin ánimo de lucro. Puede encontrarse una copia completa de las características de esta licencia en la dirección <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Fotografía de portada: <https://www.opmallorcamar.com/>

# ÍNDICE

ÍNDICE.....	3
FIGURAS .....	4
TABLAS .....	5
RESUMEN .....	6
1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. METODOLOGÍA.....	10
2.1. Definiciones.....	10
2.2. Encuesta on-line .....	11
2.3. Estimación del producto comercializado en las pescaderías .....	11
2.4. Caracterización de la comercialización en Cataluña .....	12
2.5. Caracterización de las principales especies comercializadas en las pescaderías .....	13
3. RESULTADOS .....	15
3.1. Rol de las pescaderías en la comercialización de pescado y marisco en Cataluña .....	15
3.1.1. Evolución temporal .....	17
3.2. Venta de productos por origen.....	20
3.2.1. Disponibilidad en tienda.....	28
3.3. Análisis de factores limitantes.....	31
4. DISCUSIÓN.....	34
4.1. Limitaciones en relación al acceso al producto .....	35
5. CONCLUSIONES .....	37
6. ANNEXO 1. ENCUESTA ON-LINE .....	38
6.1. Características respondientes .....	42
7. AGRADECIMIENTOS.....	45
REFERENCIAS.....	45

# FIGURAS

Figura 1 Esquema de una cadena de valor simplificada del pescado fresco en el Mediterráneo español.....	7
Figura 2 Principales funciones de las pescaderías.....	10
Figura 3 Aportación de las pescaderías al consumo domiciliario en Cataluña. Año 2022.....	15
Figura 4 Esquema simplificado de flujos de compra y venta de pescado y marisco en Cataluña. Año 2022.....	17
Figura 5 Evolución del consumo domiciliario en Cataluña y canal de compra.....	18
Figura 6 Número de locales especializados en la venta de pescado y marisco.....	19
Figura 7 Evolución del consumo domiciliario de pescado fresco en España y cuota de mercado de los principales canales de compra.....	20
Figura 8 Ventas en las pescaderías de las principales especies de pescado azul según su origen. Año 2022.....	22
Figura 9 Ventas en las pescaderías de las principales especies de marisco y molusco según su origen. Año 2022.....	23
Figura 10 Ventas en las pescaderías de las principales especies de cefalópodos según su origen. Año 2022.....	25
Figura 11 Ventas en las pescaderías de las principales especies de pescado blanco según su origen. Año 2022.....	26
Figura 12 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de pescado azul.....	28
Figura 13 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de marisco y molusco.....	29
Figura 14 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de cefalópodos.....	30
Figura 15 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de pescado blanco.....	30
Figura 16 Limitantes para la comercialización del producto de origen Mediterráneo desde el punto de vista de la percepción de las prioridades del cliente.....	32
Figura 17 Limitantes para la comercialización del producto de origen Mediterráneo desde el punto de vista logístico.....	33
Figura 18 Distribución del número de pescaderías en propiedad.....	42
Figura 19 Ubicación de la pescadería.....	43
Figura 20 Distribución del número de trabajadores.....	43

# TABLAS

Tabla 1 Distribución de las pescaderías en las comarcas de Cataluña. Año 2021. ....	8
Tabla 2 Estimaciones del volumen comercializado en las pescaderías de Cataluña .....	16
Tabla 3 Estimación de ventas de pescado y marisco frescos según origen en las pescaderías catalanas (toneladas). Año 2022.....	20
Tabla 4 Distribución territorial de los locales especializados en la venta de pescado y marisco. ....	43

# RESUMEN

Las pescaderías son actores claves en la venta al por menor de pescado y marisco en Cataluña. A través de casi 1.500 puntos de venta distribuidos por toda Cataluña, venden al entorno de 35.000 toneladas de pescado y marisco cada año, principalmente en la modalidad de fresco.

Son especialmente relevantes en el subministro del producto para consumo domiciliario, donde concentran más del 90% de su actividad, aunque también de manera secundaria venden producto al canal hostelería, restaurante y catering.

Participan del mercado global de pescado, y compiten en el mercado de venta minorista principalmente con las grandes superficies.

En los últimos seis años las dificultades económicas han forzado al cierre del 24% de los locales especializados. Pese a ello, siguen siendo muy relevantes y subministran aproximadamente el 20% del pescado y marisco consumido en los domicilios catalanes, y un 31% del pescado y marisco fresco.

Su capilaridad territorial y rol social como comercio de proximidad hace que además sean importantes prescriptores de producto, y estén bien posicionados para diagnosticar las barreras a la hora de comercializar el producto de proximidad.

Un 27% del pescado y marisco fresco comercializado en las pescaderías es de proximidad, descargado en los puertos españoles Mediterráneos.

Es el canal de compra domiciliario de gran volumen con mayor proporción de producto de proximidad.

Las principales barreras a la hora de comercializar más producto Mediterráneo son el precio, el desconocimiento de las especies por parte de los clientes, y la falta de valoración del origen del producto. Los factores ambientales son secundarios en la decisión de compra.

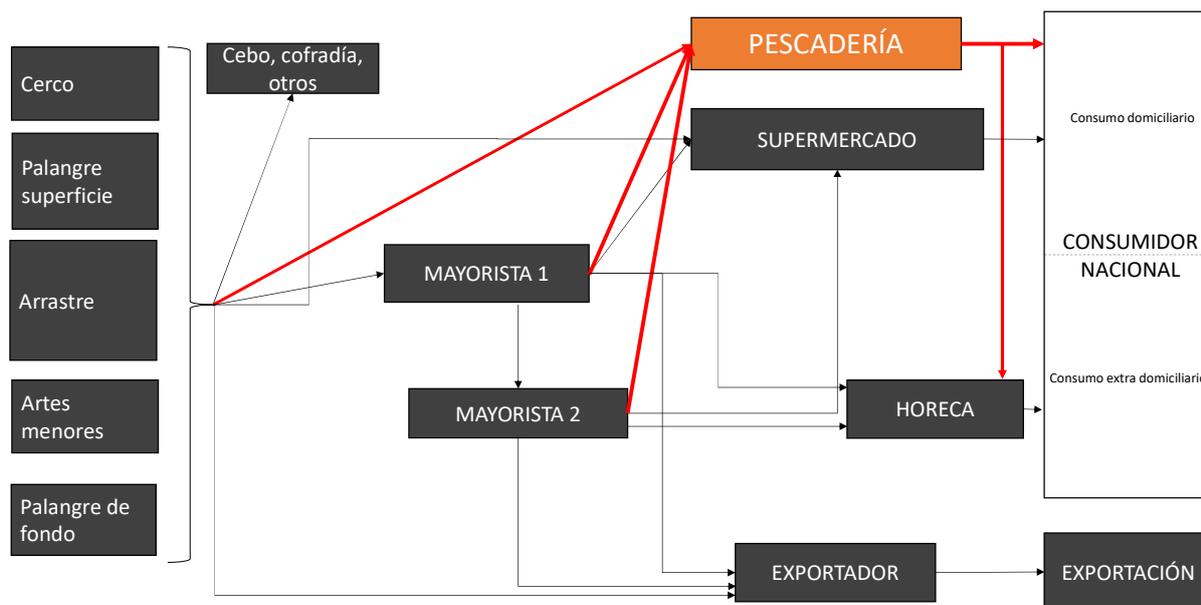
Desde el punto de vista logístico los principales factores limitantes son la dificultad de comprar en lonja y la regularidad en la disponibilidad del producto.

# 1. INTRODUCCIÓN

Las pescaderías son actividades económicas de venta al por menor especializadas en el comercio de pescado y marisco.

Tienen un rol destacado en la parte final de la cadena de valor del pescado y marisco como suministradoras en el consumo domiciliario. Son particularmente relevantes en el proveimiento de pescado y marisco fresco. En menor medida también contribuye al consumo extradomiciliario, a través de la venta de productos a la hostelería, restauración y catering (HORECA) (Figura 1). Por otra parte, como compradores se proveen principalmente del producto distribuido por las empresas mayoristas de pescado, y en menor medida a través de la compra directa en las lonjas.

Figura 1 Esquema de una cadena de valor simplificada del pescado fresco en el Mediterráneo español.



Fuente: elaboración propia.

En 2021 en España estaban registradas 9.939 actividades económicas catalogadas como pescaderías (INE, 2021), de las cuales al entorno de 1.000 estaban en Cataluña

(CAMERDATA, 2023). Una amplia mayoría son microPIMEs, con una mediana de entre 3 y 4 trabajadores por negocio según la fuente consultada<sup>1</sup>.

Según el *Censo de establecimientos comerciales de Cataluña*, en 2021 su actividad se llevó a cabo en 1.473 puntos de venta<sup>2</sup> normalmente de pequeño tamaño (con una media de 26 m<sup>2</sup>) repartidos en todo el territorio, concentrándose en las aglomeraciones urbanas con mayor población (Generalitat de Catalunya, 2023).

Tabla 1 Distribución de las pescaderías en las comarcas de Cataluña. Año 2021.

<b>Comarca</b>	<b>Número de establecimientos</b>
Alt Camp (L')	6
Alt Empordà (L')	25
Alt Penedès (L')	13
Alt Urgell (L')	*
Alta Ribagorça (L')	*
Anoia (L')	22
Bages (El)	36
Baix Camp (El)	25
Baix Ebre (El)	34
Baix Empordà (El)	43
Baix Llobregat (El)	142
Baix Penedès (El)	17
Barcelonès (El)	509
Berguedà (El)	9
Cerdanya (La)	*
Conca de Barberà (La)	5
Garraf (El)	28
Garrigues (Les)	4
Garrotxa (La)	8
Gironès (El)	32
Maresme (El)	96
Moianès (El)	*
Montsià (El)	37

<sup>1</sup> Consulta online y SABI respectivamente (ver apartado metodológico para más detalle).

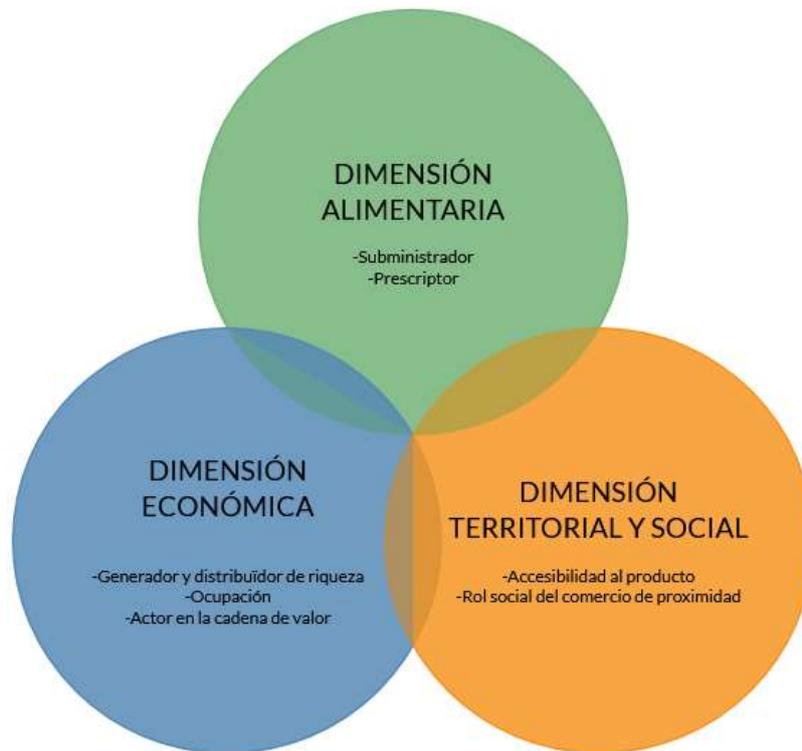
<sup>2</sup> Establecimientos con código IAE 1-6431 Comerç al detall de peix i altres productes. de pesca i aqüicultura. e IAE 1-6432 Comerç al detall de bacallà i salaó.

Noguera (La)	*
Osona	29
Pallars Jussà (El)	*
Pla de l'Estany (El)	6
Pla d'Urgell (El)	5
Priorat (El)	*
Ribera d'Ebre (La)	10
Ripollès (El)	*
Segarra (La)	4
Segrià (El)	17
Selva (La)	32
Solsonès (El)	*
Tarragonès (El)	25
Terra Alta (La)	7
Urgell (L')	*
Vallès Occidental (El)	143
Vallès Oriental (El)	83
<b>Total general</b>	<b>1473</b>

*Fuente: Censo de establecimientos comerciales de Cataluña (Generalitat de Catalunya, 2023). Nota: las \* indican menos de cuatro unidades, no se explicitan para proteger el secreto estadístico.*

Las pescaderías especializadas cumplen diversas funciones (Figura 2). En este estudio nos centraremos en su rol de distribuidores de producto de proximidad en la cadena alimentaria, tanto como suministrador de pescado como prescriptoras de producto (Generalitat de Catalunya, 2020), completando así la caracterización realizada entre otros en el “Llibre blanc del sector del peix a Catalunya” (Camí, 2020).

Figura 2 Principales funciones de las pescaderías.



Fuente: elaboración propia.

## 2. METODOLOGÍA

### 2.1. DEFINICIONES

Si no se indica lo contrario, se asimilan a pescaderías aquellas actividades registradas con código CNAE (2009): 4723 “Comercio al por menor de pescados y mariscos en comercios específicos”. Esta definición es restrictiva, ya que algunas empresas asimilables a las pescaderías se registran con el CNAE (2009) 472. “Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados”, o el más genérico CNAE (2009) 471. “Comercio al por menor en establecimientos no especializados”. No obstante, no es posible discernir en estos dos últimos las actividades específicas centradas en la venta de pescado y marisco, por lo que en este trabajo se ha optado por el CNAE específico. Si no se indica lo contrario no se incluyen los puntos de venta que forman parte de otras actividades económicas, como sucede en muchas ocasiones en los supermercados.

Por producto de proximidad, si no se indica lo contrario, se entiende el producto pesquero descargado en puertos españoles Mediterráneos.

## 2.2. ENCUESTA ON-LINE

Para la realización de este estudio, además de la consulta de diversas fuentes estadísticas y secundarias, se ha llevado a cabo una encuesta on-line realizada conjuntamente por el ICM-CSIC y el *Gremi de Peixaters* de Cataluña, enviada a los 720 miembros del *Gremi de Peixaters de Catalunya* en junio de 2023. La posibilidad de cumplimentar la encuesta se realizó mediante dos comunicados separados por dos semanas a los agremiados, utilizando la base de datos de contactos de correo electrónico y WhatsApp del Gremi de Peixaters de Cataluña. La respuesta fue voluntaria y no se ofreció ningún incentivo monetario o material a los receptores.

Su contenido y las características de las pescaderías que la contestaron se adjunta en el Anexo 1.

## 2.3. ESTIMACIÓN DEL PRODUCTO COMERCIALIZADO EN LAS PESCADERÍAS

Se ha estimado el volumen total comercializado en las pescaderías a través de dos métodos complementarios.

El primer método consiste en calcular el volumen de ventas asociado al consumo doméstico a través de las encuestas del panel de consumo domiciliario (MAPAMA, 2023) correspondientes al año 2022<sup>3</sup>, y añadir las ventas al canal extradomiciliario (HORECA), estimadas a partir de los datos obtenidos en la encuesta online realizada.

En el cálculo del consumo doméstico de pescado y marisco se ha asumido que el porcentaje de ventas por canal de venta en el consumo domiciliario de Cataluña es el mismo que en el conjunto de España, ya que esta información no está desagregada por comunidad autónoma en las encuestas de consumo alimentario domiciliario (MAPAMA, 2023). Por otra parte, la contribución de las pescaderías al canal extradoméstico se ha realizado utilizando los datos facilitados en la encuesta on-line a partir del porcentaje de respuestas que han indicado que venden producto al canal HORECA (78%) y el porcentaje medio de ventas estimado en las tiendas que llevan a cabo ventas (al entorno del 10%). La incertidumbre asociada a la parte extradoméstica no es excesivamente relevante en el cómputo global de las ventas asociadas a las pescaderías debido al rol relativamente modesto de las pescaderías como proveedoras de productos al canal HORECA.

En el segundo método, se han realizado dos estimaciones a partir del número de pescaderías activas, la facturación estimada y el precio medio del producto vendido.

---

<sup>3</sup> Se ha considerado consumo realizado en pescadería aquel realizado en los siguientes canales de consumo: pescadería, mercados y plazas y mercadillos.

Para ello, en primer lugar, se ha estimado el número de empresas activas. Una cuota superior del número de pescaderías en Cataluña son las 1.115 empresas registradas en CAMERDATA (2023), pero este número es probablemente excesivo ya que en ocasiones algunas empresas no se dan de baja y quedan activas en el registro, y por otra parte no todas las empresas autónomas tienen pescadería independiente. Por otra parte, el *Gremi de Peixaters* de Cataluña tenía 720 pescaderías activas agremiadas, y según el propio gremio al entorno del 20% de las empresas no están actualmente agremiadas, lo que sitúa el número de empresas activas en 864. En los cálculos de este estudio se ha utilizado este último valor como valor de referencia.

En segundo lugar, podemos estimar la facturación media en Cataluña a través de dos fuentes de información independientes<sup>4</sup>:

- Se ha realizado un muestreo aleatorio de sesenta empresas del *Gremi de Peixaters* de Cataluña, y a partir de los datos de la contabilidad oficial y se ha obtenido una facturación media de 489.273 € por empresa.
- La base de datos SABI<sup>5</sup> dispone de los datos correspondientes a la contabilidad oficial de 52 pescaderías correspondientes al año 2022. El resultado obtenido a través de esta estimación es una cuota superior, ya que SABI dispone de poca información de las actividades de autónomos, mientras que dispone una información exhaustiva de las sociedades limitadas cuya facturación media es superior. Según esta base de datos la facturación mediana de las pescaderías en 2022 fue de 538.000 €.

Usando la proporción de pescado y marisco estimada a través de las encuestas de consumo domiciliario, y los valores unitarios de pescado y marisco fresco en Cataluña (IDESCAT, 2023), es posible estimar el precio medio del pescado y marisco en la pescadería, que fue en 2022 de 11,73 €/kg.

Dividiendo la facturación total por el valor unitario es posible estimar el volumen total comercializado.

El informe presenta los resultados obtenidos con cada una de las estimaciones.

## 2.4. CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN EN CATALUÑA

Junto a las estimaciones explicadas anteriormente el análisis se ha completado con los siguientes elementos:

- **Consumo doméstico global.** Ha sido estimado a partir de los datos de Cataluña obtenidos en el Panel de consumo domiciliario (MAPAMA, 2023).

---

<sup>4</sup> Se ha desestimado el uso de los datos basado en la encuesta online debido al bajo número de respuestas recibido en este aspecto (13) y el hecho que fueran una declaración de datos no oficial.

<sup>5</sup> <https://login.bvdinfo.com/R0/SabiNeo>

- **Consumo extradoméstico global.** Ha sido estimado a partir de los datos del Panel de consumo extradoméstico (MAPA, 2023a), que permite calcular el total consumido extradoméstico a nivel Español y compararlo con el consumo domiciliario. En el año 2022 el consumo extradoméstico supuso un 16% del consumo domiciliario. Si asumimos que la relación consumo doméstico/consumo extradoméstico en Cataluña es similar, se puede calcular el consumo extradoméstico a partir del del consumo doméstico catalán (MAPAMA, 2023). Esta aproximación supone una cuota inferior, ya que el Panel de Consumo extradoméstico se calcula únicamente a partir del consumo extradoméstico de los residentes en España, es decir, no incluye el asociado al turismo y al catering.
- **Primeras ventas en lonja por canal de comercialización.** Ha sido calculado a partir de datos oficiales de venta (ICATMAR, 2023).
- **Importaciones-exportaciones.** Ha sido calculado a partir de los datos anuales de importaciones-exportaciones entre Cataluña y el resto del mundo correspondientes al código de importación exportación TARIC 03 ('03 Pescados, crustáceos, moluscos') obtenidos de DataCOMEX (Ministerio de industria, 2023).
- **Pérdidas en pescaderías, supermercados, HORECA y mayoristas; y mermas asociado a producto no comestible en HORECA.** Las pérdidas se han estimado en un 2% del volumen comercializado en los últimos puntos de comercialización, y en un 0,5% en la operativa de los mayoristas, en línea de lo estudiado para algunos productos pesqueros en Cataluña (Ramírez and Sarroca, 2022, 2023) y en entrevistas realizadas pendientes de publicación. Usando las mismas fuentes se ha estimado en un 20% el producto no comestible asociado a la manipulación del producto en el canal HORECA.

## 2.5. CARACTERIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES ESPECIES COMERCIALIZADAS EN LAS PESCADERÍAS

El cálculo de los porcentajes de venta según origen (Cataluña, Mediterráneo español, español no Mediterráneo, e internacional) de las principales especies comercializadas en Cataluña se realizó de la siguiente manera:

1. A partir de las estadísticas de venta del *Mercat del Peix* correspondientes al año 2022 (Mercabarna, 2023) se ha calculado el porcentaje de ventas de pescado y marisco fresco según origen de las ventas para cada una de las especies. En el análisis de las asignaciones de origen en Mercabarna se han detectado diversos errores en la asignación de origen del producto congelado, por lo que el análisis se centrará en el producto fresco que, por otra parte, tal como hemos visto es muy mayoritario en las ventas de las pescaderías (90% del volumen total).

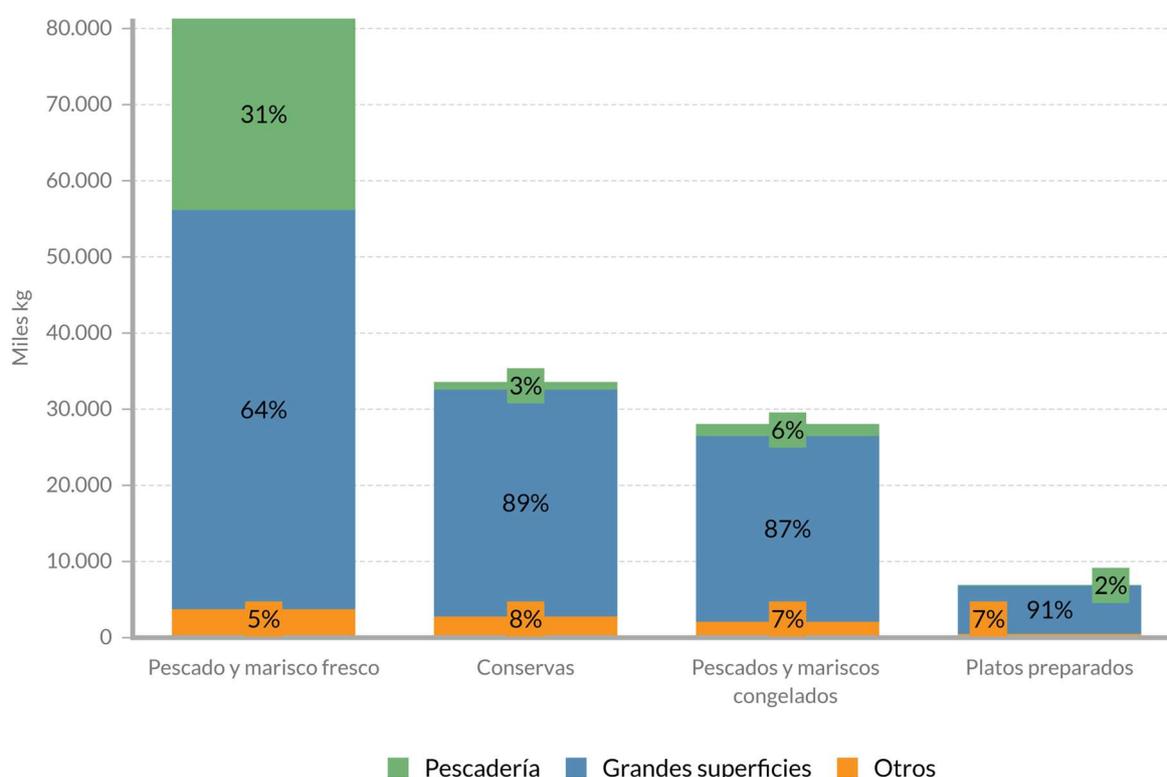
2. Se ha estimado el porcentaje de compras global del *Mercat del peix* de pesca y marisco fresco realizado por las pescaderías. Para ello se ha partido del total de producto comprado por las pescaderías al canal mayorista (que es el total comercializado más las pérdidas menos el comprado en lonja) y se ha considerado que un 90% de este se realiza en el *Mercat del Peix* (a partir del conocimiento experto del *Gremi de Peixaters* y en coherencia con los resultados de la encuesta on-line realizada). El porcentaje final se ha obtenido dividiendo la cantidad estimada entre la cantidad comercializada en el *Mercat de Peix*.
3. Se ha asumido que el porcentaje de compras en el *Mercat del Peix* es el mismo para todas las especies principales.
4. Se ha estimado el volumen adquirido en el *Mercat del Peix* de cada origen y especie por parte de las pescaderías multiplicando las compras de las pescaderías en el canal mayorista obtenido de (MAPA, 2023a), por el porcentaje de compras por origen en el *Mercat del Peix*.
5. Se ha añadido el volumen de compra directa de las lonjas catalanas.
6. Se ha calculado el porcentaje final de ventas de pescaderías por origen.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. ROL DE LAS PESCADERÍAS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO EN CATALUÑA

En el año 2022 las pescaderías catalanas vendieron para consumo domiciliario 28.712 toneladas de pescado y marisco, casi el 20% del total del consumido en los hogares. Un 90% de sus ventas fueron de producto en fresco, una tipología en el que tiene una cuota de mercado de un 31%. El volumen y cuota de mercado de conservas, preparados, y pescado y marisco congelado comercializado fue mucho menor (Figura 3).

Figura 3 Aportación de las pescaderías al consumo domiciliario en Cataluña. Año 2022.



Fuente: elaboración propia a partir de (MAPAMA, 2023).

Por otra parte, la mayor parte del consumo a restaurantes, hostelería y catering (HORECA) es facilitado directamente por mayoristas, no obstante, las pescaderías en ocasiones venden también parte de producto al canal HORECA. Las ventas de las pescaderías al canal HORECA suponen aproximadamente 2.239 toneladas, es decir el 7,6% del suministro global del canal HORECA, y un 7 % de las ventas de las pescaderías en términos de volumen, aunque en términos monetarios la relevancia es menor ya que según las encuestas el 77%

de las pescaderías que comercializan con el canal HORECA hacen descuentos, la mayoría (un 66%) entre un 0 y 20% respecto al precio de venta al público.

Sumando la contribución de las pescaderías al consumo domiciliario y extradoméstico obtenemos una estimación de venta de 30.951 toneladas de pescado y marisco al año.

Tal como se ha señalado en el apartado metodológico es posible también realizar otras estimaciones del volumen comercializado a partir de la facturación global de las empresas. La Tabla 2 muestra el rango de valores obtenidos en función de la metodología aplicada.

Tabla 2 Estimaciones del volumen comercializado en las pescaderías de Cataluña

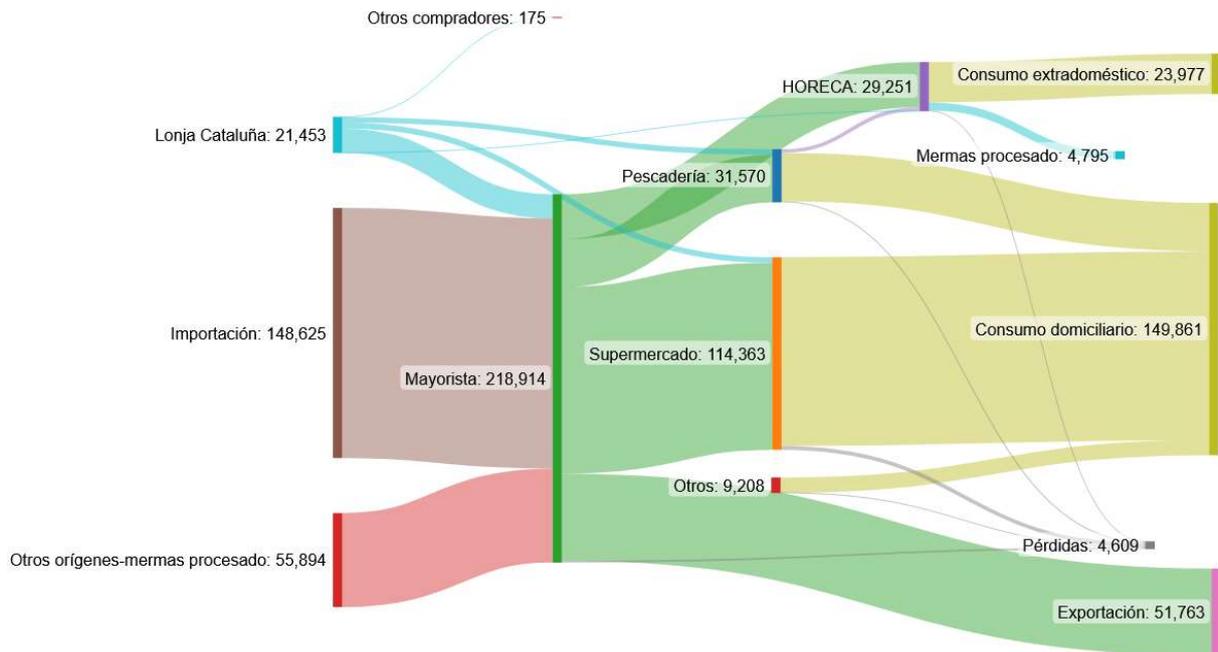
<b>Método estimación</b>	<b>Volumen comercializado (toneladas)</b>
Basado en facturación, muestreo SABI.	39.627
Basado en facturación, muestreo del <i>Gremi de Peixaters</i> para este trabajo.	36.038
Basado en las encuestas de consumo domiciliario y encuesta online.	30.951

*Fuente: elaboración propia.*

En el apartado siguiente utilizaremos el valor de 30.951 toneladas de pescado y marisco al año como valor referencia, ya que permite disponer de información desagregada entre consumo doméstico y extradomiciliario.

Si a la información de ventas anteriormente analizada le añadimos la información de la comercialización a través de otros canales (ventas de lonja, compra-ventas a través de mayoristas y supermercados), de pérdidas en el proceso, de importaciones y exportaciones, y de mermas en el procesado HORECA, explicadas en el apartado metodológico, es posible obtener un esquema simplificado del flujo de compra-ventas de pescado y marisco en Cataluña (Figura 4) en el que contextualizar el rol de las pescaderías en el sistema de comercialización de pescado y marisco catalán.

Figura 4 Esquema simplificado de flujos de compra y venta de pescado y marisco en Cataluña. Año 2022.



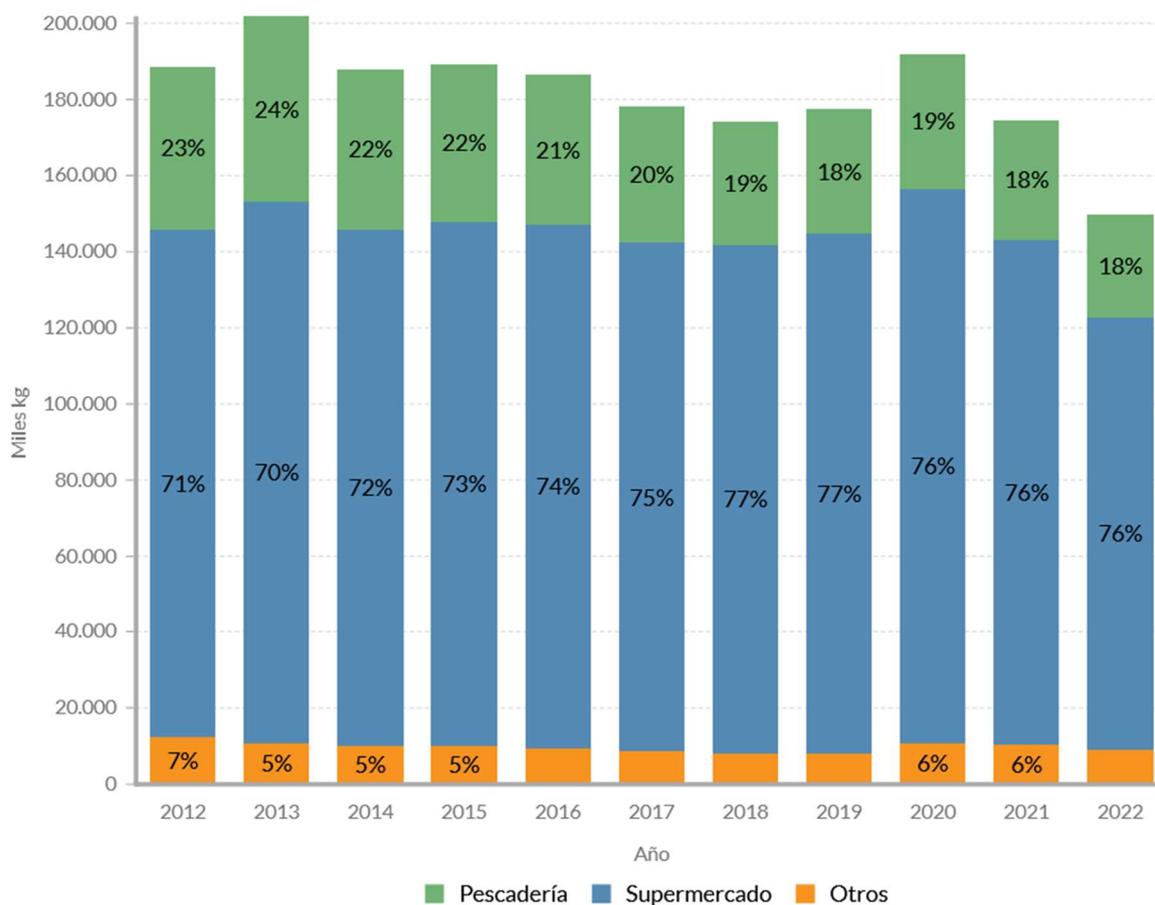
Toneladas. Fuente: elaboración propia.

Nota: En las importaciones y exportaciones no se ha llevado a cabo una corrección de peso neto a peso vivo equivalente, por lo que los datos se facilitan únicamente a título orientativo.

### 3.1.1. Evolución temporal

En la última década se ha observado una ligera tendencia al decrecimiento del consumo domiciliario de pescado y marisco, con la excepción de un repunte el año 2020 asociado a los cambios de hábitos derivados de la crisis de la COVID (Figura 5). Durante el año 2022 el descenso en el consumo se intensificó, una tendencia que parece que continúa en el año 2023, con una disminución a nivel estatal del 7,9% en el período septiembre 2022-agosto 2023 (MAPA, 2023b). En paralelo se puede observar una progresiva pérdida de cuota de mercado de las pescaderías en el periodo 2012-2022 (Figura 5).

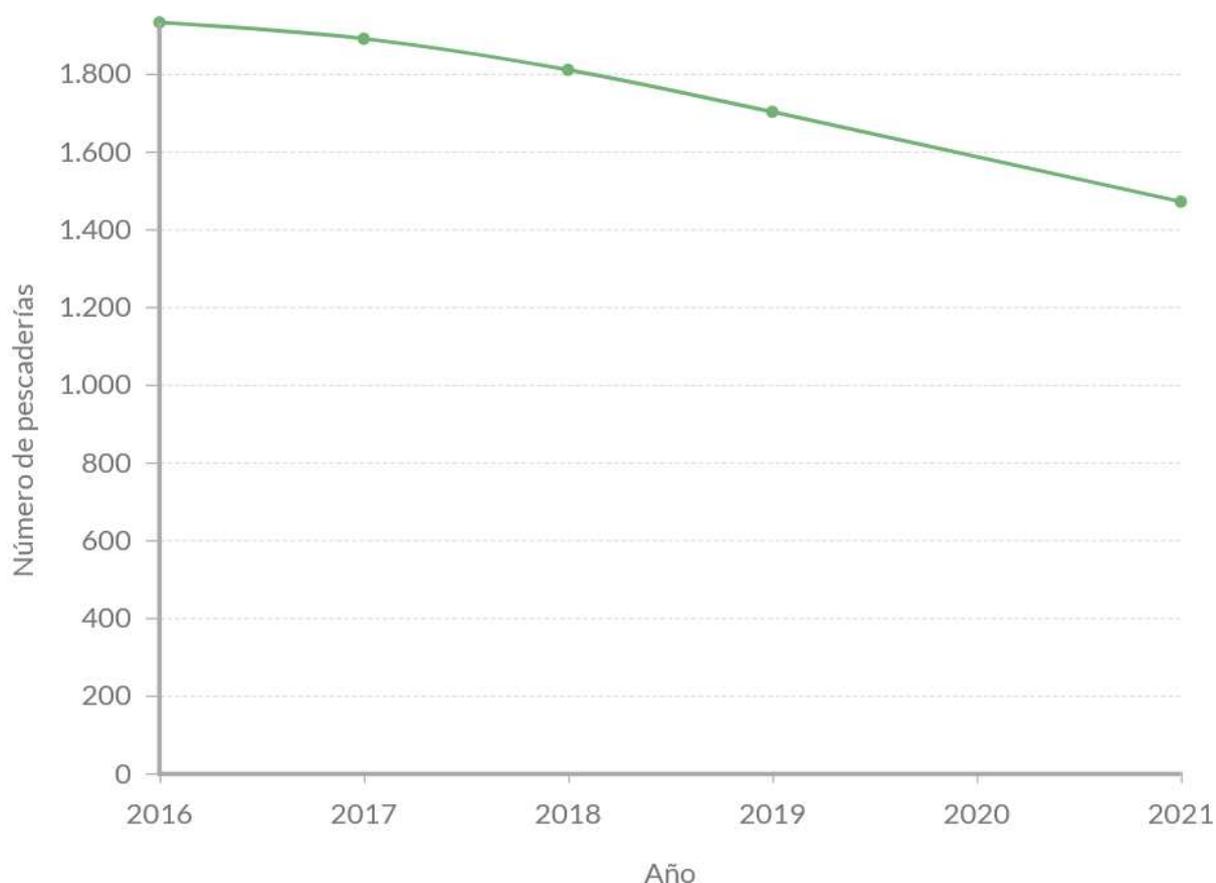
Figura 5 Evolución del consumo domiciliario en Cataluña y canal de compra.



Fuente: elaboración propia a partir de (MAPAMA, 2023).

La combinación de ambos factores ha provocado el cierre de pescaderías y un decrecimiento progresivo en el número de puntos de venta (Generalitat de Catalunya, 2023). En el periodo del que se dispone información (2016-2021) han disminuido en un 23,8% el número de locales comerciales especializados en la venta de pescado y marisco en Cataluña (Figura 6).

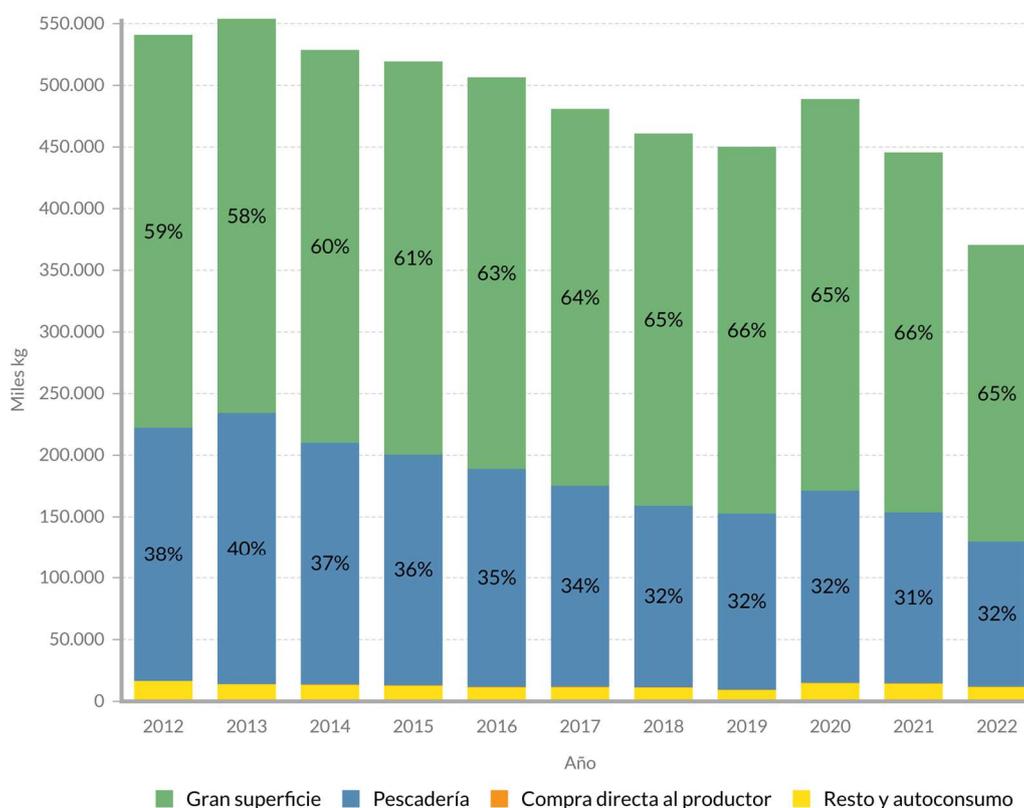
Figura 6 Número de locales especializados en la venta de pescado y marisco.



*Fuente: Datos del Censo de locales comerciales de Cataluña correspondientes al IAE 1-643 (Generalitat de Catalunya, 2023).*

La Figura 7 muestra la evolución del consumo domiciliario del pescado fresco, el producto más importante para las pescaderías. La caída en su consumo, por encima de otros segmentos de consumo de pescado y marisco como el pescado congelado, en conserva o procesado, junto a la pérdida de cuota de mercado en el pescado fresco por parte de las pescaderías, ayuda a interpretar el decrecimiento en el número de tiendas especializadas. El decrecimiento en el número de tiendas ha sido más acentuado en los locales aislados en calle, mientras que el número de locales en espacios de venta de alimentación agregada, como los mercados municipales, han decrecido de forma menor.

Figura 7 Evolución del consumo domiciliario de pescado fresco en España y cuota de mercado de los principales canales de compra.



Fuente: (MAPAMA, 2023).

### 3.2. Venta de productos por origen

La Tabla 3 muestra los volúmenes y porcentajes de venta de pescado y marisco fresco según origen en las pescaderías catalanas.

Tabla 3 Estimación de ventas de pescado y marisco frescos según origen en las pescaderías catalanas (toneladas). Año 2022.

Toneladas	Total	Cataluña	Mediterráneo español	Español no Mediterráneo	Extranjero
<b>TOTAL</b>	27.126	6.036 (22%)	7.353 (27%)	9.368 (35%)	10.405 (38%)

Fuente: elaboración propia.

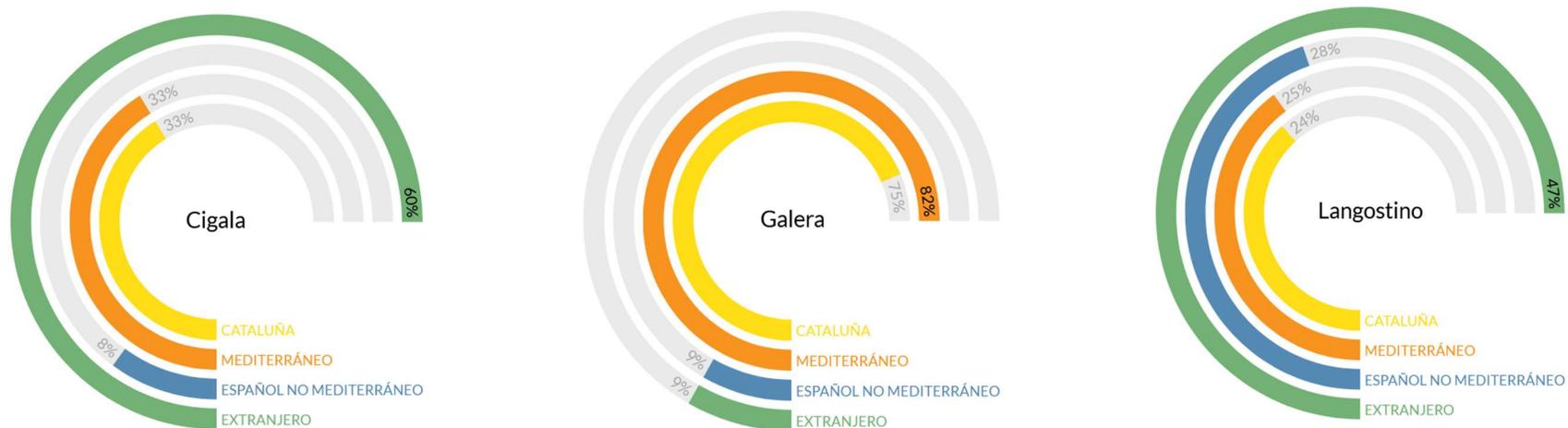
Cabe señalar que los valores medios ocultan diferencias significativas en la distribución según origen en función de la especie. A continuación, se muestra la distribución por origen de las principales especies en fresco de pescado azul (Figura 8), mariscos y moluscos (Figura 9), cefalópodos (Figura 10) y pescado blanco (Figura 11), para las cuales se dispone de información desagregada.

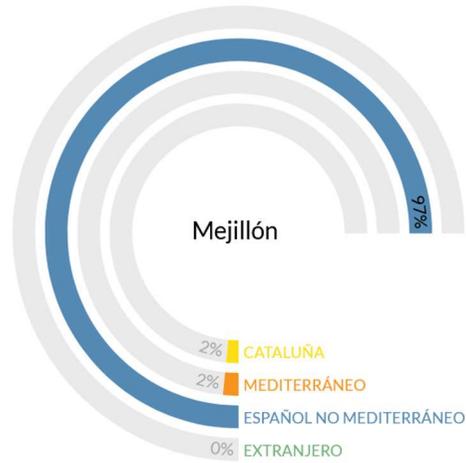
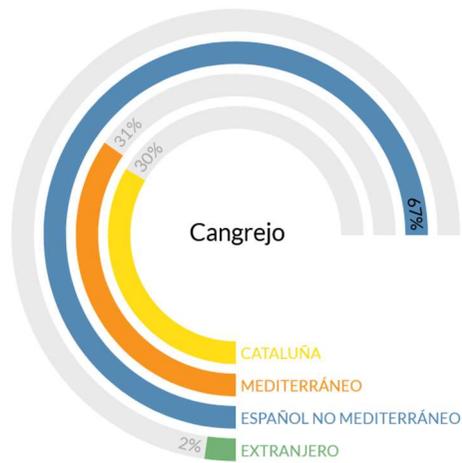
Figura 8 Ventas en las pescaderías de las principales especies de pescado azul según su origen. Año 2022.



Fuente: elaboración propia. Nota: en cuanto al sonso, que es también una especie azul relevante, el 98% comercializado es de origen catalán. Nota 2: en todas las figuras los datos del Mediterráneo incluyen también las capturas realizadas en Cataluña,

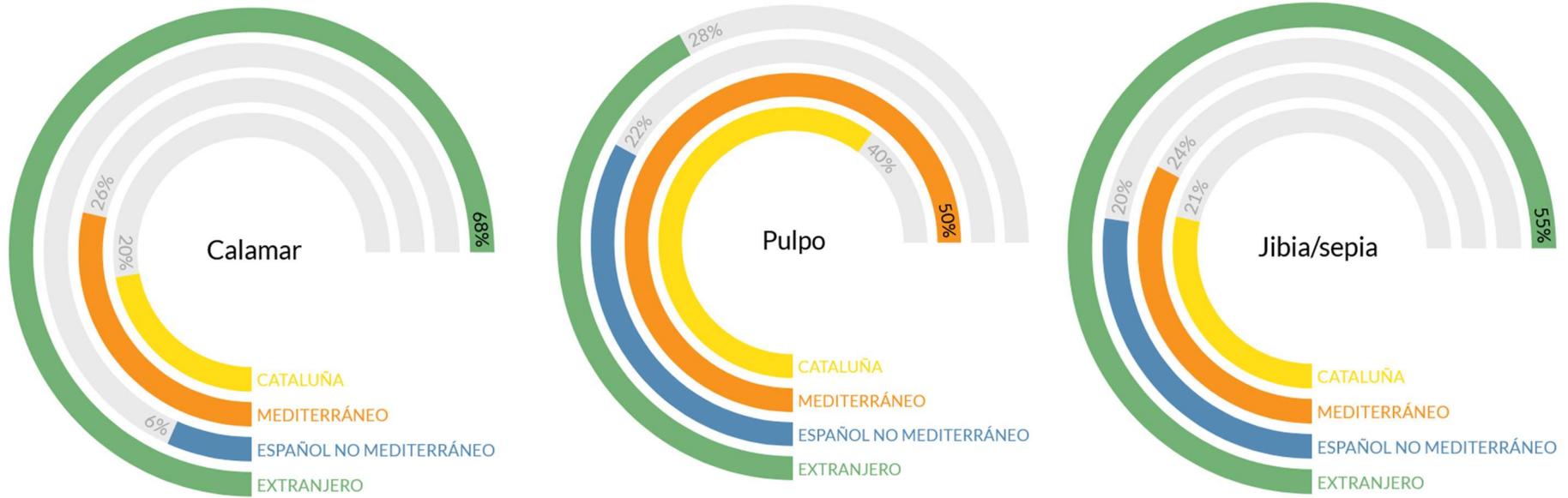
Figura 9 Ventas en las pescaderías de las principales especies de marisco y molusco según su origen. Año 2022.





Fuente: elaboración propia.

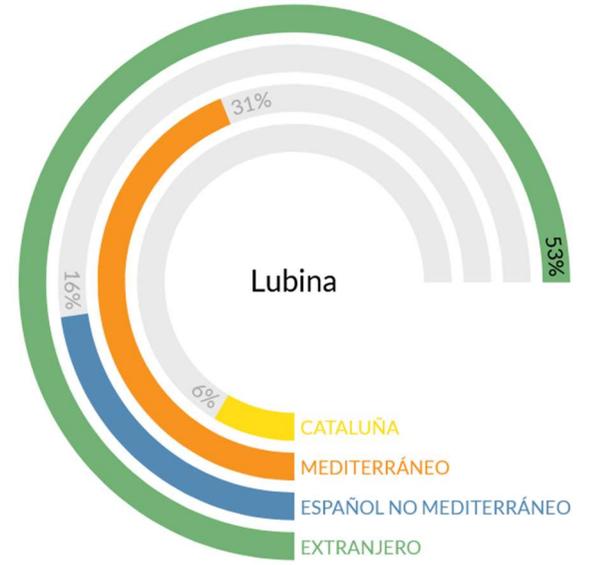
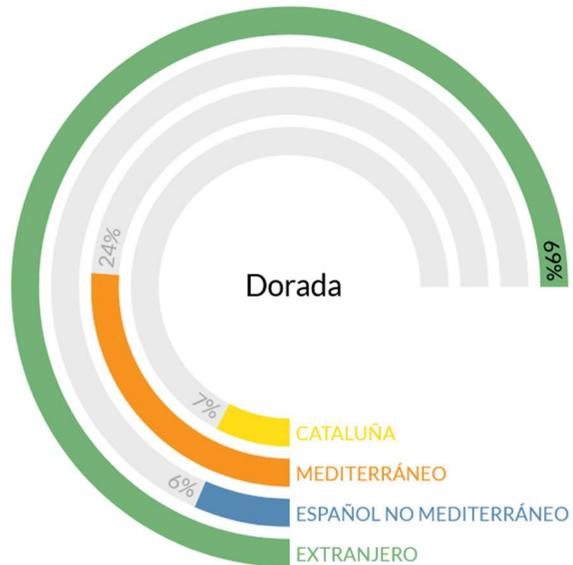
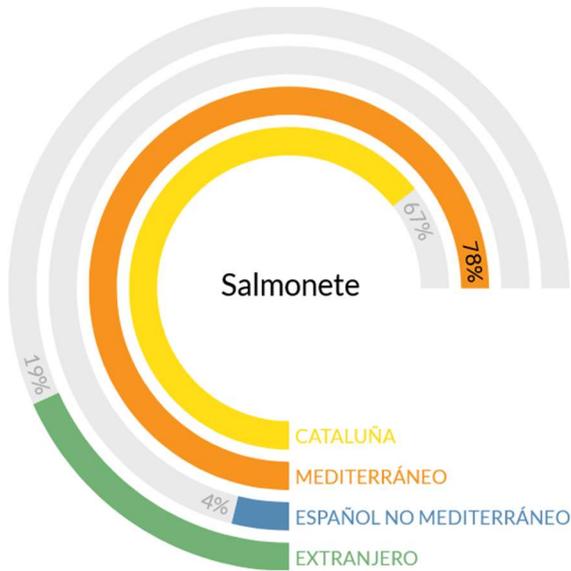
Figura 10 Ventas en las pescaderías de las principales especies de cefalópodos según su origen. Año 2022.



Fuente: elaboración propia.

Figura 11 Ventas en las pescaderías de las principales especies de pesado blanco según su origen. Año 2022.



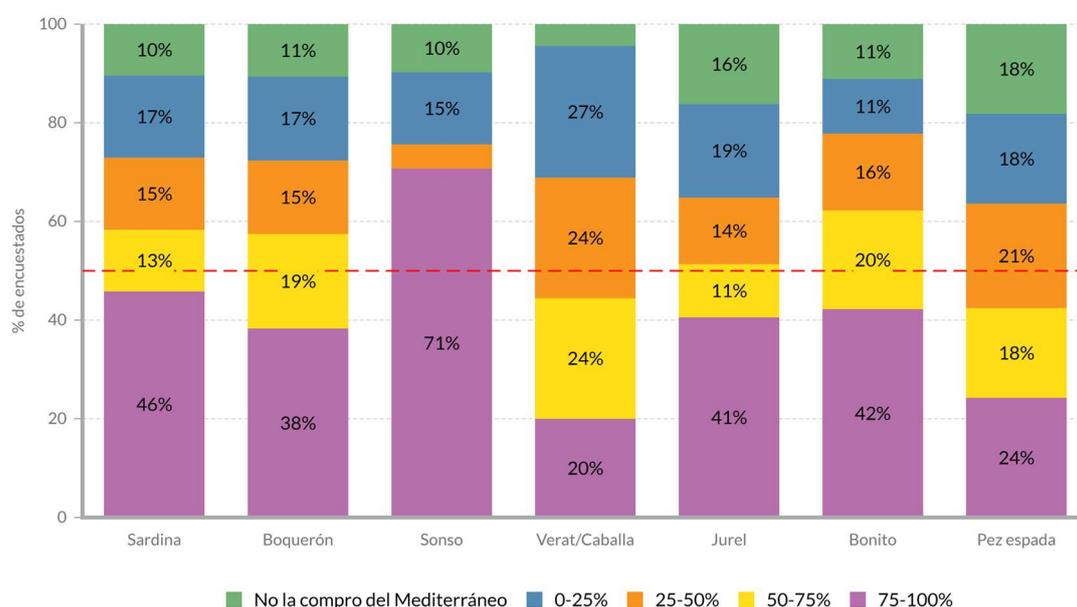


Fuente: elaboración propia.

### 3.2.1. Disponibilidad en tienda

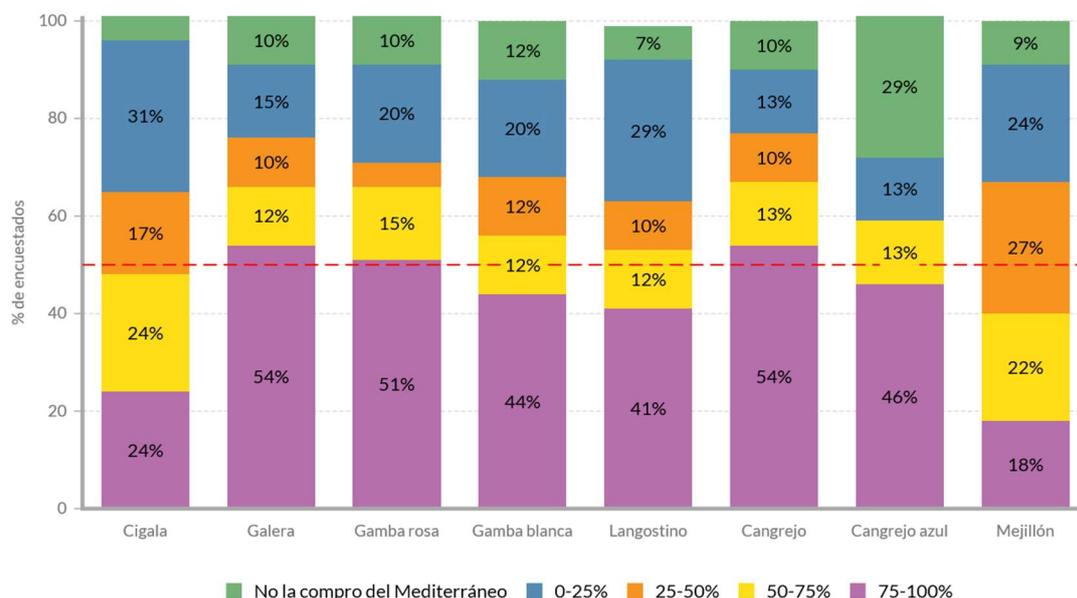
Los resultados de las encuestas señalan que para las principales especies de pescado azul (Figura 12) -con la excepción de la caballa y el pez espada- en la mayoría de las pescaderías la proporción de ventas de producto de origen Mediterráneo español es superior al 50%, al igual que en el caso de los mariscos y moluscos -con la excepción de la cigala y el mejillón- (Figura 13).

Figura 12 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de pescado azul.



Fuente: elaboración propia.

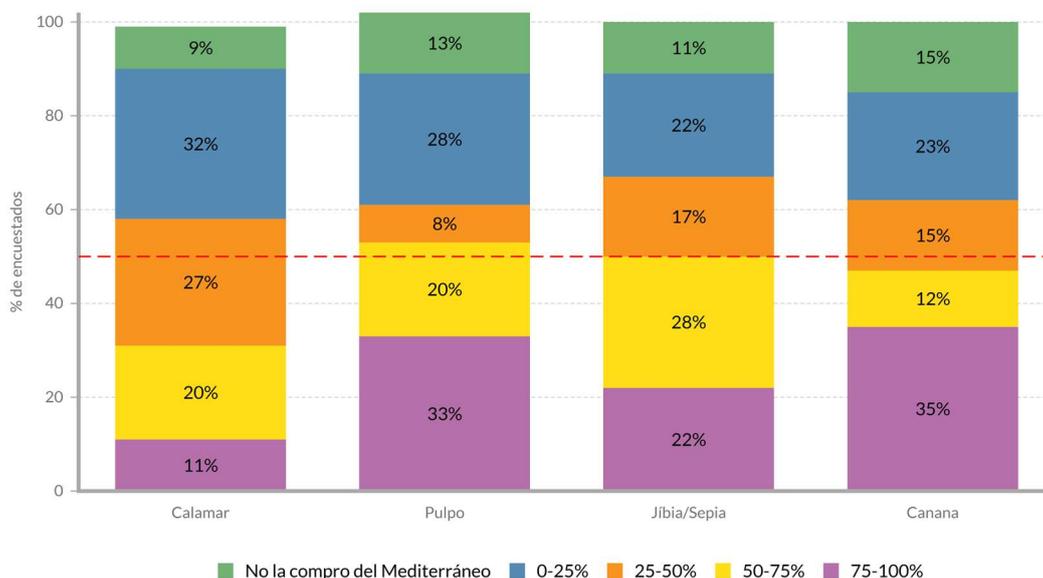
Figura 13 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de marisco y molusco.



Fuente: elaboración propia.

En los cefalópodos (Figura 14) la situación es menos homogénea. En el caso del calamar la mayoría de las pescaderías encuestadas apuntan a una proporción claramente inferior al 50% de producto de origen Mediterráneo español, mientras que para el pulpo, sipia y canana aproximadamente el 50% de las empresas contestan que disponen de cuanto menos un 50% de producto de origen Mediterráneo.

Figura 14 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de cefalópodos.

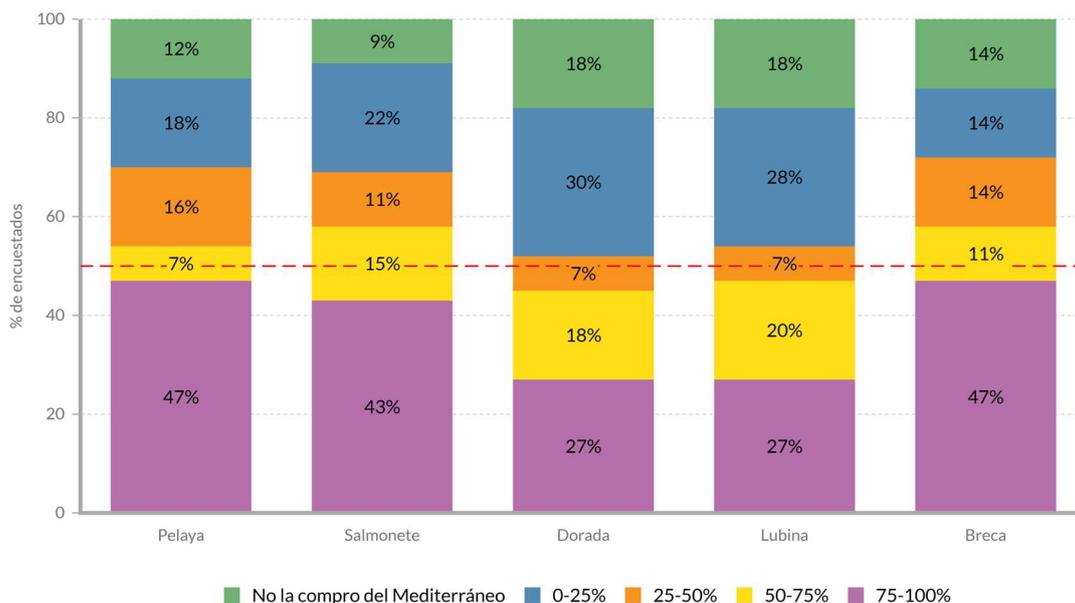


Fuente: elaboración propia.

En relación al pescado blanco (Figura 15) el rape, lenguado, merluza, dorada y lubina son las especies con porcentajes menores de presencia de producto Mediterráneo español en las pescaderías.

Figura 15 Distribución de respuestas en función del porcentaje de compras de origen Mediterráneo y especie para las principales especies de pescado blanco.





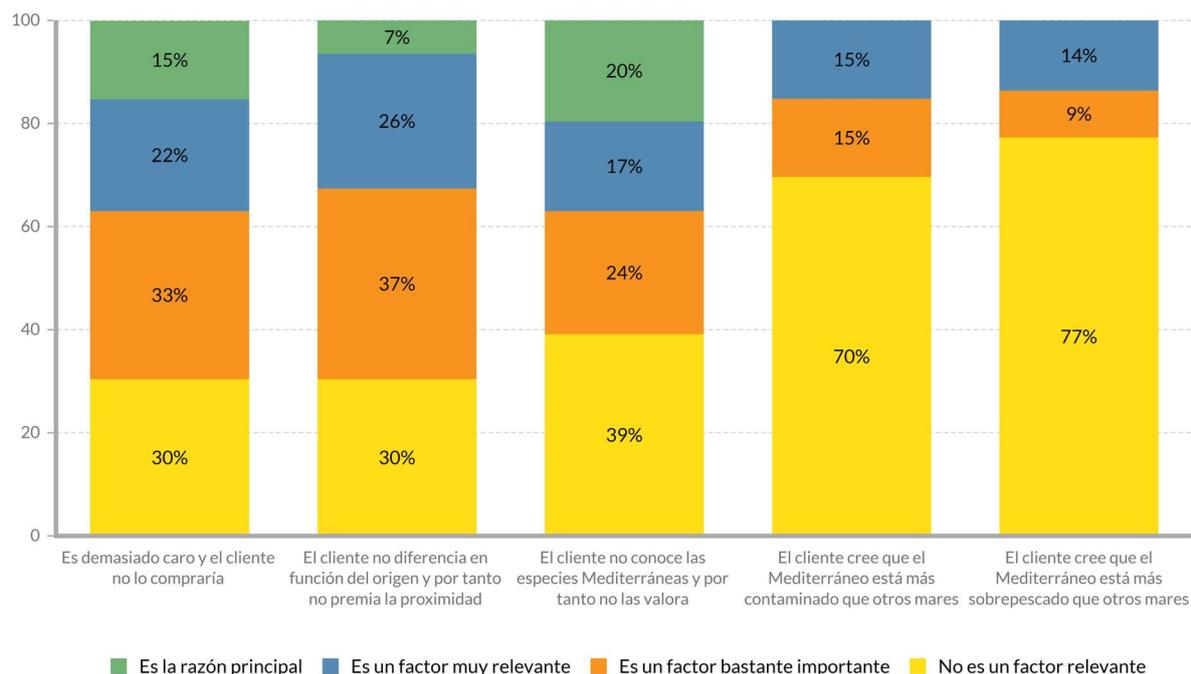
Fuente: elaboración propia.

### 3.3. Análisis de factores limitantes

La encuesta plantea una serie de posibles razones por las cuales el pescatero/a no comercializa más productos de origen Mediterráneo. Las preguntas se agrupan en dos bloques, un primero en relación a la percepción de las causas vinculadas a las prioridades del cliente, y un segundo en relación a las posibles barreras desde el punto de vista de acceso al producto.

La Figura 16 muestra los porcentajes de respuestas para cada uno de los factores analizados en relación a la percepción del cliente. Se puede observar para la mayoría de los pescateros encuestados la percepción de los factores ambientales por parte del cliente (contaminación y sobre todo sobrepesca) no son factores principales para explicar los volúmenes de venta, mientras que el precio o el conocimiento o no de las especies son los factores principales, seguidos por la proximidad, si bien este factor no es considerado usualmente como la razón principal.

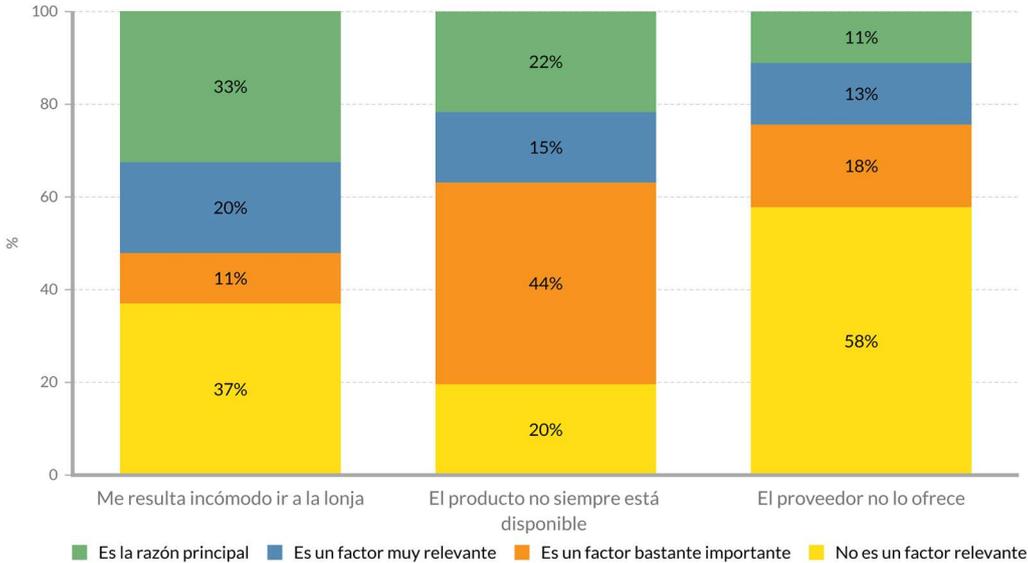
Figura 16 Limitantes para la comercialización del producto de origen Mediterráneo desde el punto de vista de la percepción de las prioridades del cliente.



Fuente: elaboración propia.

La Figura 17 muestra las principales limitaciones logísticas. Destaca la dificultad para ir a la lonja para adquirir producto de máxima cercanía como factor principal para no adquirir más producto de proximidad, seguido de la variabilidad en la disponibilidad del subministro, mientras que el mayorista en la mayoría de los casos provee producto suficientemente.

Figura 17 Limitantes para la comercialización del producto de origen Mediterráneo desde el punto de vista logístico.



Fuente: elaboración propia.

## 4. DISCUSIÓN

En una economía pesquera muy abierta, en el que las importaciones desde Cataluña multiplican por siete la captura interior y las exportaciones por casi dos y medio (ICATMAR, 2023; Ministerio de industria, 2023), y en el que los supermercados, al igual que en el resto de Europa han ido progresivamente ganando cuota de mercado en el ámbito de alimentación, el consumo medio anual de productos pesqueros domiciliario en Cataluña en 2022 ha descendido un 20% (MAPAMA, 2023). Esta caída se ha acentuado en 2022 y 2023 debido a la inflación, que al igual que en toda Europa está afectando al consumo, produciendo efectos de sustitución de proteína, optando los consumidores por proteínas animales más baratas y reduciendo el consumo de carne y pescado (EUMOFA, 2023a).

Pese a esta situación difícil para las pescaderías, éstas continúan teniendo un papel importante en el consumo domiciliario y en particular en la venta de producto fresco y de proximidad, ya que es el canal de comercialización de producto fresco con un porcentaje mayor de este tipo de producto. La proximidad del pescadero al cliente final lo sitúa en una posición clave como prescriptor, al tiempo que es central como actor intermedio en la cadena de comercialización.

Más allá de los cambios generales de consumo alimentario (cambios en la dieta, disminución del tiempo en la cocina, preferencia por productos fáciles de cocinar y semipreparados, etc.) (Generalitat de Catalunya, 2020) según la percepción del pescadero el factor precio y la falta de diferenciación por parte del cliente en función del origen son dos elementos clave en las decisiones que limitan la venta de producto de proximidad en Cataluña.

Los resultados percibidos por los pescaderos son coherentes con las valoraciones realizadas en el Eurobarómetro 2021 para España en el que el origen del producto era un factor relevante para el 40% de los compradores, sólo superado por el factor coste y la apariencia del producto (EUMOFA, 2023b), y con los estudios específicos realizados en Cataluña (Generalitat de Catalunya, 2020). Es destacable que mientras que el coste es un factor que los españoles valoraban más que sus equivalentes del conjunto de Europa (+9%) el origen se valoraba menos (-9%), un factor probablemente relacionado con el hecho de tener una tradición pesquera con capturas en todo el mundo.

Pese a ello, la valoración de la proximidad sigue siendo un factor relevante, y es un factor que está permitiendo el desarrollo de algunos canales incipientes de compra-venta directa pescador-cliente final en Cataluña (Gómez and Maynou, 2021), y sobre el que se apoyan diversos mecanismos de carácter voluntario entre los que destacan las marcas registradas (por ejemplo gamba de Palamós, escamarlà de Llançà, peix de la Barceloneta, o Gamba de Tarragona<sup>6</sup>), proyectos puntuales de promoción de carácter local -principalmente a través de

---

<sup>6</sup> [https://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar\\_comercialitzacio\\_peix/dar\\_promocio\\_i\\_consum/productes-marca-registrada/](https://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar_comercialitzacio_peix/dar_promocio_i_consum/productes-marca-registrada/)

días y ferias- promovidos desde los Grupos de Acción Local Pesquera -GALP-, o campañas institucionales (por ejemplo la campaña “peix de llotja” impulsada por la Generalitat de Cataluña<sup>7</sup>, entre muchas otras normalmente de carácter local). En este punto vale la pena señalar que no existe un identificador comercial como producto del Mediterráneo, más allá del etiquetado obligatorio, no existiendo por tanto una valoración específica a escala regional.

Por otra parte, según los pescaderos que respondieron las encuestas, para la mayoría de los clientes los factores ambientales no tienen un papel decisivo en las decisiones de compra. En particular, la situación de los stocks pesqueros del Mediterráneo no parece ser relevante en la mayoría de los casos, pese a que según las últimas evaluaciones realizadas en el Mediterráneo, el 90% de las especies para las que se dispone de información en el Mediterráneo Occidental están sobrepescadas (GFCM, 2023a). Estos resultados son coherentes con los datos del Eurobarómetro recogidos directamente a consumidores para España, en el que sólo para un 8% de los compradores de producto pesquero el impacto medioambiental, social o ético era un factor de compra relevante, ocho puntos por debajo de la media europea (EUMOFA, 2023b). Pese a ello también se están realizando algunas campañas específicas desde Cataluña como las vinculadas a los sistemas de cogestión pesquera al entorno del certificado “*peix de cogestió*”. La mala situación de los recursos marinos en el Mediterráneo Occidental es la principal barrera para la certificación de pesquerías por terceros mediante sellos de gestión el que se integran los factores ambientales y sociales, como por ejemplo la certificación MSC, pese a que se están tratando de impulsar diversos proyectos en el Mediterráneo español en el marco del proyecto MEDFISH impulsado por WWF y MSC<sup>8</sup>.

Finalmente, los pescaderos en la encuesta realizada constatan que la falta de conocimiento del posible uso de algunas especies pescadas en el Mediterráneo es una barrera para su mayor comercialización, un factor coherente con los resultados obtenidos en las encuestas a consumidores catalanes (Generalitat de Catalunya, 2020). Recientemente, para afrontar esta problemática, el Gremi de Peixaters lanzó una campaña de promoción de especies de poco valor comercial “*La mar et dona molt més*”<sup>9</sup>.

#### 4.1. Limitaciones en relación al acceso al producto

La incomodidad en la compra en lonja y las fluctuaciones y falta de disponibilidad de producto han sido las dos barreras logísticas detectadas más relevantes para el aumento de la comercialización de los productos de proximidad.

En relación a las dificultades de acceso a la compra en lonja, la distancia y el horario son dos problemas simultáneos. En este sentido hay que apuntar que progresivamente cada vez más lonjas comercializan vía internet, lo que en principio facilitará el acceso al producto de las

---

<sup>7</sup> [https://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar\\_comercialitzacio\\_peix/dar\\_promocio\\_i\\_consum/peix-llotja-fresc/](https://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar_comercialitzacio_peix/dar_promocio_i_consum/peix-llotja-fresc/)

<sup>8</sup> <http://www.project-medfish.com/es/>

<sup>9</sup> <https://gremipeixaters.cat/especies-pesqueres-de-poc-valor-comercial/>

pescaderías. No obstante, como en la toma de decisiones la apariencia del producto pesquero es un factor relevante, y se trata de un producto frágil, muchos pescateros por ahora son reticentes a la compra online.

En cuanto a la cantidad y disponibilidad de producto, tanto en el conjunto de la costa Mediterránea española como en Cataluña en los últimos veinte años la degradación del estado de los estocs pesqueros ha reducido el volumen de capturas a la mitad (Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, 2021), una cantidad ligeramente superior a la media del Mediterráneo Occidental (GFCM, 2023b).

En el caso Mediterráneo más allá de la cantidad aportada existen discontinuidades en el suministro del producto de proximidad asociadas a la gestión de los días de pesca y las vedas temporales. Así, por ejemplo, en el caso de la sardina y boquerón el Plan de gestión para la pesca con artes de cerco en el subcaladero Mediterráneo (MAPA, 2023c) establece una parada para toda la flota del 15 de noviembre al 15 de enero en Cataluña, Comunidad Valenciana y parte de Murcia. Igualmente, el número de días de pesca de arrastre se encuentra actualmente limitado por el Plan Multianual de demersales del Mediterráneo Occidental (UE, 2019). La estrategia de distribución de días, más allá de los periodos de veda ecológica acordados entre la administración pública y las cofrarías, depende de las propias cofrarías, que en ocasiones los concentran en periodos breves – provocando así bajadas bruscas en el suministro- y sólo puntualmente los distribuyen a largo plazo por ejemplo reduciendo el número de días de pesca cada semana, una estrategia de más difícil gestión pero posiblemente con impactos económicos menores para la flota y la continuidad en el suministro (Sola et al., 2020).

## 5. CONCLUSIONES

Las pescaderías son actores claves en la venta al por menor de pescado y marisco fresco en el ámbito nacional. Casi 1.500 pescaderías distribuidas por toda Cataluña, venden al entorno de 35.000 toneladas de pescado y marisco cada año, principalmente en la modalidad de fresco. Un 27% del producto que comercializan es de origen Mediterráneo descargado en los puertos peninsulares, siendo el gran canal de venta finalista con mayor proporción de producto de proximidad.

Son especialmente relevantes en el subministro del consumo domiciliario, donde concentran el 90% de su actividad, aunque también de manera secundaria facilitan producto al canal hostelería, restaurante y catering. Subministran aproximadamente el 20% del pescado y marisco consumido en los domicilios, y un 31% del pescado y marisco fresco.

Su capilaridad territorial y rol social como comercio de proximidad hace que además sean importantes prescriptores de producto, y sean actores claves en la diagnosis de las barreras a la hora de comercializar el producto de proximidad.

Las principales barreras que los pescateros creen que existen a la hora de comercializar más producto Mediterráneo en relación a la percepción del cliente es el precio, el desconocimiento de las especies por parte de los clientes, y la falta de valoración del factor de proximidad, mientras que los factores ambientales no se perciben como tan determinantes en la decisión de compra.

Por su parte, desde el punto de vista logístico, los principales factores limitantes son la dificultad de comprar en lonja y la regularidad en la disponibilidad del producto.

## 6. ANNEXO 1. ENCUESTA ON-LINE

Enquesta peixaters/es de Catalunya

El Gremi de Peixaters està impulsant, conjuntament amb l'Institut de Ciències del Mar - CSIC, una sèrie de recerques per caracteritzar millor el rol de les peixateries al conjunt del sector pesquer català. Aquesta enquesta té com a objectiu entendre, a partir del coneixement dels peixaters i peixateres, per què i com es comercialitza el peix de la Mediterrània. Us animem a participar, la vostra involucració és important per poder explicar millor la importància del sector.

### DADES GENERALS

**Indiqui el nombre de peixateries dels que és propietari o gestiona.**

1
2
3
4
5
6
7
Més de 8

**Escriui el/s codi postals de la/es peixateries** (separats per coma si és propietari o gestiona més d'una).

**On és/són les peixateries?** (indiqui el nombre de peixateries a cada categoria).

A un mercat

A un centre comercial

Al carrer/plaça

Ambulant

Altres

**Número de treballadors totals anuals** (incloent-hi el/la propietari/ària):

### PREGUNTES RELACIONADES AMB EL PRODUCTE

**Contesti aquesta secció si ven algun producte d'origen Mediterrani.** Si no ven cap producte Mediterrani passi a la següent secció.

Indiqui quin percentatge anual de les seves vendes totals suposen **els productes d'origen Mediterrani**

0-20%
20-40%
40-60%
60-80%
80-100%

Com compra **els productes d'origen Mediterrani**? (indiqui el percentatge per cadascun dels canals de compra: 0 %, 0-25%, 25-50%, 50-75%, 75-100%, 100%)

Llotja (presencial)

Llotja (online)

Mercabarna

Majorista no Mercabarna

Compra directa a embarcació

Quin percentatge de les seves vendes **d'aquesta espècie** són d'origen Mediterrània? (No la compro a la Mediterrània, 0-25%, 25-50%, 50-75%, 75-100%, 100%)

SARDINA

SEITÓ

SONSO

VERAT/BARAT/CAVALLA/BIS

SORELL

BONÍTOL

PEIX ESPASA

CALAMAR

POP

SÍPIA

CANANA

LLUÇ

MAIRE

CAPELLÀ-MÒLLERA O BRÒTOLA

RAP

LLENGUADO

PALAIA

MOLLS

ORADA

LLOBARRO

PAGELL

ESCAMARLÀ

GALERA

GAMBA ROSADA

GAMBA BLANCA

LLAGOSTÍ

CRANC

CRANC BLAU

MUSCLOS

Quin percentatge de les seves vendes **d'aquesta espècie va destinada a hotels, restaurants o càterings** (0 %, 0-25%, 25-50%, 50-75%, 75-100%, 100%)?

SARDINA  
SEITÓ  
SONSO  
VERAT/BARAT/CAVALLA/BIS  
SORELL  
BONÍTOL  
PEIX ESPASA  
CALAMAR  
POP  
SÍPIA  
CANANA  
LLUÇ  
MAIRE  
CAPELLÀ-MÒLLERA O BRÒTOLA  
RAP  
LLENGUADO  
PALAIA  
MOLLS  
ORADA  
LLOBARRO  
PAGELL  
ESCAMARLÀ  
GALERA  
GAMBA ROSADA  
GAMBA BLANCA  
LLAGOSTÍ  
CRANC  
CRANC BLAU  
MUSCLOS

### **RAONS LIMITANTS PER NO COMERCIALITZAR MÉS PRODUCTES D'ORIGEN MEDITERRANI**

Per cada afirmació seleccioni del desplegable l'opció que més s'ajusti al que pensa (no és un factor rellevant, és un factor bastant rellevant, és un factor molt rellevant, és la raó principal)

**És massa car i el client no ho compraria**

**El client no diferencia en funció de l'origen i, per tant, no premia la proximitat**

**El client no coneix les espècies Mediterrànies i, per tant, no les pot valorar**

**El client creu que la Mediterrània està més contaminada que d'altres mars**

**El client creu que la Mediterrània està més sobre pescada que d'altres mars**

**Em resulta incòmode anar a llotja**

**El producte no sempre està disponible**

**El meu proveïdor no m'ho ofereix**

**Altres: si ha pensat alguna raó no explicitada a la taula anterior que consideri rellevant escrigui-la a continuació**

### **ALTRES GENERALS DE LA PEIXATERIA**

Aquestes preguntes fan referència al conjunt de l'activitat, no específicament a les espècies de la Mediterrània

**Pel conjunt dels productes que ven a la peixateria globalment, quin percentatge (0 %, 0-25%, 25-50%, 50-75%, 75-100%, 100%) de les vendes fa a:**

Veïns/es

Hotel, restaurant o càtering

Altres

**Si ven a hotels, restaurants o càtering? Aplica algun percentatge de descompte respecte als veïns/veïnes?**

No faig desc
0-20%
20-40%
40-60%
No venc a h

**Pel conjunt dels productes que ven a la peixateria, quin percentatge (0 %, 0-25%, 25-50%, 50-75%, 75-100%, 100%) de les vendes es fa:**

Presencialment a la tenda

Es porta a domicili

Per encàrrec via whatsapp o web

**Quina és la facturació anual aproximada de total de la peixateria (o conjunt de peixateries si és el cas) del darrer any?: ( Recordi: la informació només serà utilitzada en l'àmbit de la recerca i serà anonimitzada. Contesti només si ho considera adient)**

Moltes gràcies per les respostes. Si vol que el mantinguem informat dels resultats dels estudis que portem a terme indiqui al requadre el seu correu electrònic. Si hi ha algun aspecte que no hagi sortit, però creu que és important per entendre per què i com es comercialitza el peix de la Mediterrània a les peixateries incorpori-ho també al requadre.

**Moltes gràcies per participar en l'enquesta, ja només cal enviar-la**

El Gremi de peixaters i l'Institut de Ciències del Mar li volem agrair el temps destinat. No s'oblidi de seleccionar el botó **ENVIAR**

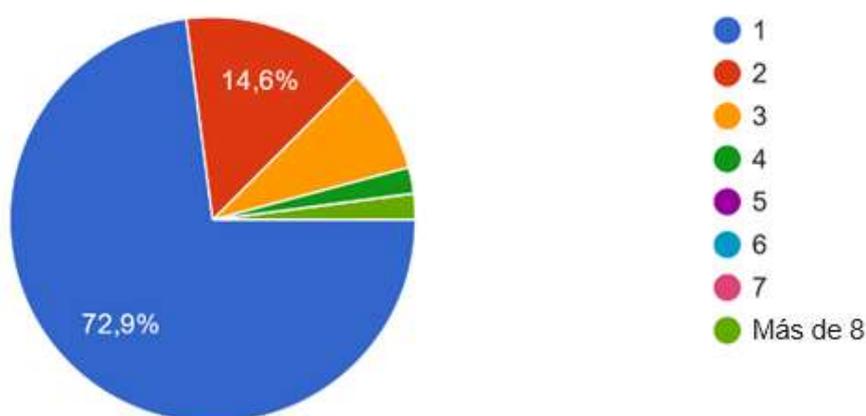
## 6.1. Características respondientes

Se obtuvieron 48 respuestas válidas, un 73% de las cuales corresponden a empresas con una única pescadería, y un 14,6% con dos pescaderías (Figura 18), situadas casi a partes iguales en mercados municipales y en la calle o plaza (Figura 19). La distribución territorial de las respuestas es similar a la distribución territorial según el censo de establecimientos comerciales de Cataluña (Tabla 3).

La mayor parte de los encuestados que respondieron tienen menos de cuatro trabajadores - incluyendo el empresario - (Figura 20).

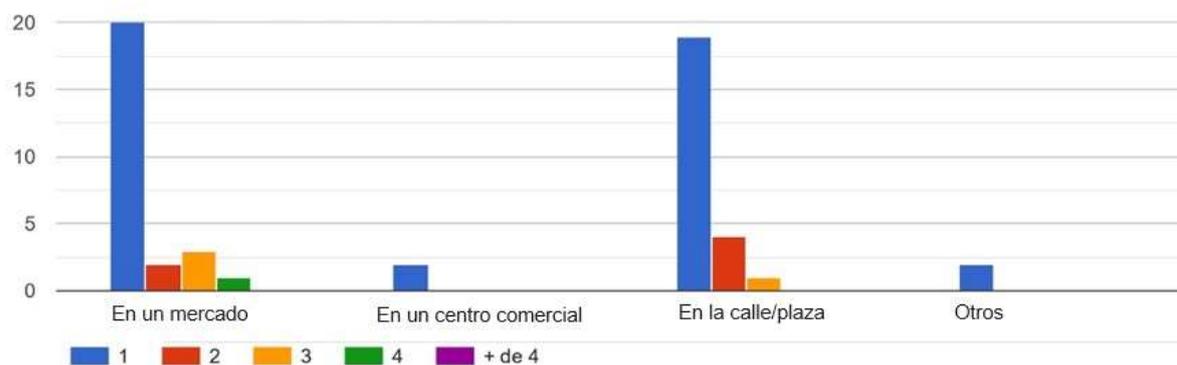
Las respuestas tienen un perfil general similar al del sector de las pescaderías en Cataluña anteriormente estudiado (Camí, 2020), con un ligero sesgo a una respuesta más frecuente en los municipios del Barcelonès y Vallès Oriental.

Figura 18 Distribución del número de pescaderías en propiedad.



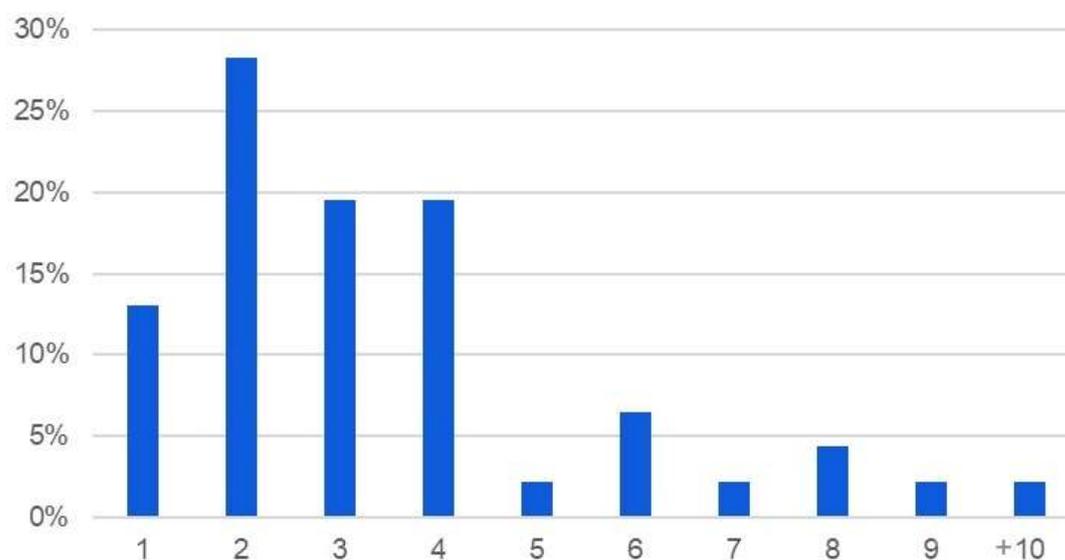
*Fuente: elaboración propia.*

Figura 19 Ubicación de la pescadería.



Fuente: elaboración propia.

Figura 20 Distribución del número de trabajadores.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 4 Distribución territorial de los locales especializados en la venta de pescado y marisco.

Comarca	Número	% tiendas según encuesta	% Tiendas según IAE
Barcelonès	23	48%	34,5%
Vallès Oriental	8	17%	5,6%
Maresme	4	8%	6,5%
Baix Llobregat	3	6%	9,6%

Vallès Occidental	3	6%	9,7%
Bages	2	4%	2,4%
Baix Penedès	1	2%	1,2%
Berguedà	1	2%	0,6%
Garraf	1	2%	1,9%
Gironès	1	2%	2,2%
Selva	1	2%	2,2%

*Fuente: Encuesta on-line propia y Censo de establecimientos comerciales de Cataluña 2022 (Generalitat de Catalunya, 2023).*

## 7. AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer al *Gremi de Peixaters de Catalunya* la posibilidad de realizar este trabajo, así como a todos los pescateros/as participantes en las encuestas realizadas.

Este informe se ha realizado en el marco del proyecto “Mejora del conocimiento científico-técnico para la sostenibilidad de las pesquerías demersales del Mediterráneo occidental”, financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU (Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia), con un convenio entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) el Consejo Superior de Investigaciones Científica, a través del Instituto Español de Oceanografía.

## REFERENCIAS

CAMERDATA, 2023. Fichero de empresas españolas [WWW Document].

Camí, A., 2020. Llibre blanc del sector del peix a Catalunya. Gremi de peixaters de Catalunya, Barcelona.

EUMOFA, 2023a. El mercado pesquero de la UE. Luxemburgo. <https://doi.org/10.2771/356785>

EUMOFA, 2023b. Perfil del país. España. Brussels.

Generalitat de Catalunya, 2023. Cens d'establiments comercials de Catalunya (CECC) [WWW Document]. URL <https://censcomerc.empresa.gencat.cat/#/sector> (accessed 11.2.23).

Generalitat de Catalunya, 2020. Anàlisi del consumidor català de peix i marisc.

GFCM, 2023a. Stock Assessment Results (STAR) [WWW Document]. Food and Agriculture Organization of the United Nation. URL <https://www.fao.org/gfcm/data/star/en/> (accessed 10.23.23).

GFCM, 2023b. Capture - production statistics [WWW Document]. URL <https://www.fao.org/gfcm/data/capture-production> (accessed 11.13.23).

- Gómez, S., Maynou, F., 2021. Alternative seafood marketing systems foster transformative processes in Mediterranean fisheries. *Mar Policy* 127, 104432. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104432>
- ICATMAR, 2023. Institut Català de Recerca per a la Governança del Mar dataset.
- IDESCAT, 2023. Estadística de despesa en consum de les llars. Despesa total i valor unitari d'aliments, begudes, tabac i fonts d'energia [WWW Document]. URL <https://www.idescat.cat/pub/?id=edcl&n=9508&t=202100> (accessed 11.10.23).
- INE, 2021. Estadística estructural de empreses: sector comerç. [WWW Document]. URL [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176902&menu=ultiDatos&idp=1254735576799](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176902&menu=ultiDatos&idp=1254735576799) (accessed 11.2.23).
- MAPA, 2023a. Panel de consumo alimentario extradoméstico [WWW Document]. URL <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/hosteleria-y-restauracion/default.aspx> (accessed 11.3.23).
- MAPA, 2023b. Información de consumo de productos de la pesca. Informe mes a mes del consumo en el hogar de productos de la pesca. Agosto [WWW Document]. URL <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/ultimos-datos/consumo-pesca.aspx> (accessed 11.3.23).
- MAPA, 2023c. Plan de gestión para la pesca con artes de cerco en el subcaladero Mediterráneo. Madrid.
- MAPAMA, 2023. Series de datos de consumo alimentario en hogares (1999-2022).
- Mercabarna, 2023. Estadísticas de producto. Mercabarna. [WWW Document]. URL [https://www.mercabarna.es/serveis/es\\_estadistiques-productes/?sector=2#resultats](https://www.mercabarna.es/serveis/es_estadistiques-productes/?sector=2#resultats) (accessed 11.9.23).
- Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, 2021. Estadísticas pesqueras: Estadísticas de Capturas y Desembarcos de Pesca Marítima. Estadísticas pesqueras.
- Ministerio de industria, comercio y turismo, 2023. DATACOMEX [WWW Document]. URL <https://datacomex.comercio.es/> (accessed 11.14.23).
- Ortega Cerdà, M., Coll, M., 2022. ¿Quién compra el pescado en las lonjas catalanas? : Informe científico-técnico. CSIC - Instituto de Ciencias del Mar (ICM). <https://doi.org/10.20350/DIGITALCSIC/14711>
- Ramírez, S., Sarroca, A., 2023. Diagnosi de les pèrdues i el malbaratament alimentari al sector de la pesca del lluç: quantificació i impacte econòmic. Barcelona.

Ramírez, S., Sarroca, A., 2022. Diagnosi de les pèrdues i el malbaratament alimentari al sector de la pesca del seitó: quantificació i impacte econòmic. Resum executiu. Barcelona.

REGULATION (EU) 2019/1022 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 20 June 2019 establishing a multiannual plan for the fisheries exploiting demersal stocks in the western Mediterranean Sea and amending Regulation (EU) No 508/2014, 2019. . Official Journal , Brussels.

Sola, I., Maynou, F., Sánchez-Lizaso, J.L., 2020. Bioeconomic Analysis of the EU Multiannual Management Plan for Demersal Fisheries in the Western Mediterranean. Spanish Fisheries as a Case Study. Front Mar Sci 7, 459. <https://doi.org/10.3389/fmars.2020.00459>



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

MINISTERIO  
DE CIENCIA  
E INNOVACIÓN



INSTITUTO  
ESPAÑOL DE  
OCEANOGRFÍA