



Una de las detallistas de pescado del mercado de O Progreso, este miércoles. JOSÉ LORES

El cierre de la hostelería lleva a una caída de precios en lonja de hasta más del 50%

Productos como lenguado o lubina se desploman: “Es como si nos cerrasen a nosotros también” | Las pescaderías notan un aumento de compras: “El cliente se lleva de todo”



Adrián Amoedo

Vigo | 12·11·20 | 04:30 | **Actualizado a las 10:01**

El cierre de la hostelería en Vigo y su área, así como en otros puntos de la comunidad, está trayendo consigo problemas más allá de los que ya de por sí arrastran bares y restaurantes. En un segundo plano, pero estrechamente relacionado, cientos de familias viven también ahogados al carecer de este sector. Es el caso de los proveedores de materia prima, que tenían en el canal Horeca a sus principales compradores. En lo que va de cerroza, la lonja de pescado olívica ha vivido una nueva caída de precios como sucedió en el inicio de la pandemia, que en algunos casos incluso supera el 50%. El presidente de la Asociación de Comercializadores de

Pescado de Vigo (Acopevi), Juan López, concreta que el cierre “ya se notó mucho de la semana anterior a esta”. “Esto es como si nos cerrasen a nosotros también”, lamenta.

En la otra cara de la moneda están los detallistas de pescado y marisco. Las pescaderías han notado un incremento en la compra del **cliente de a pie** debido al cierre de los restaurantes. Eso sí, al igual que en el caso de las lonjas existe una “preocupación importante” por lo que pueda pasar con Navidad. “A mediados de noviembre ya se empiezan a hacer cálculos. **Es una campaña tan atípica**”, comenta la gerente de la Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (Fedepesca), Luisa Álvarez.

El mercado de O Progreso es uno de los más concurridos de la ciudad. Situado en pleno el centro urbano, los detallistas de pescado y marisco son testigos del incremento de la clientela por el cierre del canal Horeca. “En el caso del cliente que compra para el domicilio aumentaron las ventas”, asegura Ana García desde su puesto. Asegura que la lubina está siete euros más barata que hace una semana (19 euros) o que la merluza, “como hay poca”, se mantiene (17 euros). “Y se llevan de todo, tanto para comer a diario como algún caprichito, como puede ser el marisco”.

Mientras atiende a FARO, siete clientes esperan pacientes por M^a Dolores Oya. “Para lo que nos está cayendo en nuestro caso no estamos mal”, explica. De hecho, recuerda que tanto el sábado como el viernes fueron **días “de mucha venta”**. Lo mismo vive Olaya Suárez, del puesto Fresh Seafood, aunque recuerda que “tampoco es lo de la otra vez”, en alusión al inicio de la pandemia y al primer cerrojazo del sector hostelero y del resto de industrias no esenciales. “Ahora se vende un poco más, pero es que la otra vez la gente estaba un poquito desquiciada con las compras”, recuerda. Suárez concreta que los productos que más sufren “son el de las piezas grandes”, que habitualmente acaban en restaurantes o en mesas con varios comensales – algo imposible con las **restricciones a las reuniones de no convivientes**– “y lo que sube en es el pescado de casa, el de ración: rapante, rodaballo o piezas pequeñas”.

Otra cosa es lo que se espera para Navidad, época de importantes ventas. Pese a que ahora “llega algún encargo” de aquellos que compran y congelan aprovechando los precios más bajos, la tónica general es la de un cliente “cauto”. “El sector empieza en noviembre a hacer cálculos y está preocupado; no puede planificar absolutamente nada y el consumidor está muy

preocupado también por su futuro económico”, recuerda la gerente de Fedepesca, Luisa Álvarez.

La otra cara

Las pescaderías pueden ir cuadrando cuentas con el cliente de a pie, pero la lonja y las empresas que viven de ella lo tienen más crudo. Juan López, de Acopevi, explica que el sector “pelea contra la incertidumbre”, que se ha instalado “sobre todo en el descenso de precios en un mes que debería ser muy bueno como es noviembre”, cuando “la gente hace acopio para diciembre”. **“Si la hostelería no tira, eso está prácticamente desaparecido”**, lamenta.

Así, indica que especies como la merluza perdieron “solo 2 o 3 euros” de valor medio por el tirón de grandes superficies tiran, algo similar al rape, mientras que tanto lenguado como lubina cayeron más de la mitad: se venden a 12 y 10 euros respectivamente, cuando antes superaban los 20 euros. Eso por no hablar del centollo, cuya veda se levantó esta misma semana y que ante la gran cantidad vendida y la poca demanda el precio **cayó de los más de 20 euros del año anterior a rondar los 15 en el mejor de los casos**. “El resto se llega a vender a 4 euros”, señala López.

Y de igual forma, las empresas del sector ven mermadas sus ventas. Ejemplo de ello es Mariscos Bouzón. “Aquí trabajamos de todo tipo de marisco y las ventas cayeron por lo menos un 50%”, lamenta Manuel Bouzón. A su juicio “está clarísimo” que se debe al cierre de la hostelería. “Yo vendo a restaurantes y pescaderías y lo que no compran tampoco se va para casa”, recuerda.

Y pese a que no todos los municipios están cerrados perimetralmente, aquellos que se sitúan cerca de grandes urbes también sufren la caída de ventas. En la lonja de Baiona, por ejemplo, lo saben bien. “Lo nuestro casi todo va para restaurantes y al no poder venir de otros ayuntamientos no tienen clientes”, lamenta Ángel Vilar. Allí se notó una fuerte caída del precio del erizo, que pasó de 13/14 euros a solo 9. “Se está notando bastante una caída de ventas”, señala.