

El consumo de pescado se resiente por el vacío hostelero de la covid

Las pescaderías españolas afrontan el último trimestre del año con un “vacío” importante por la crisis hostelera debido a la pandemia y al temor a que la coyuntura económica hunda el consumo.

Efeagro

El otoño se presenta muy incierto para el consumo de pescado y de marisco, tras un verano en el que el turismo nacional ha salvado las cuentas de muchos negocios, pero no ha sido suficiente para llenar el hueco de millones de visitantes extranjeros que viajaban a España antes de la pandemia, según la **Federación Nacional de Asociaciones Detallistas de Pescado** ([Fedepesca](#)).



María Luisa Álvarez directora de Fedepesca

La directora de Fedepesca, María Luisa Álvarez, ha declarado a Efeagro que ese “vacío” hostelero se va a prolongar, y más si aumentan las restricciones debido al avance del coronavirus en el país y a una segunda ola que llega antes de lo previsto.

El consumo de pescado se resiente

Los **pescaderos** están “*muy preocupados*” por las perspectivas de futuro, de acuerdo con Álvarez, quien ha reconocido que en algunas autonomías el verano ha dado una tregua a estos minoristas tradicionales.

En las zonas turísticas del litoral o de interior, las pescaderías “*han trabajado bien*” -en los mismos niveles que otros años- excepto en aquellas comarcas con “alta dependencia” del turismo internacional, ha subrayado.



El consumo de pescado se resiente

En ese sentido, Canarias y Baleares han registrado una caída más notable de la venta de productos pesqueros en relación a 2019.

El balance del verano es desigual, con mejores resultados en

zonas residenciales que en las turísticas, como ha ocurrido en [Madrid](#), donde las ventas en los barrios han funcionado bien en comparación con un desplome en el centro de la ciudad, vacío de visitantes, según Fedepesca.

En general, se ven más afectados los pescaderos que sirven a restaurantes.

Según el último **Índice de Precios al Consumo (IPC)**, los del pescado fresco y congelado subieron un 1,3 % en agosto en comparación con el mismo mes del año anterior.

Impacto en el empleo

A medida que llega el frío y se acaba la temporada de terrazas, aumenta la preocupación de los pescaderos, porque además la pandemia *“aún no ha dado la cara del todo”* en lo que se refiere a su impacto en el empleo y en el poder adquisitivo del consumidor, ha añadido.

A esta inquietud se suma la incertidumbre por la continuidad de los ERTE, según Álvarez.

Las pescaderías ya miran con preocupación hacia la **campaña de la Navidad** -momento clave para el consumo de pescado y la facturación de estos negocios-, porque en unas semanas deben planificar su oferta y surgen muchas incógnitas, entre ellas las limitaciones a las reuniones familiares o de amigos.

En las lonjas también se refleja esta situación y los precios son muy bajos para especies de pescado como el pez espada o de mariscos, y la flota nota el problema, según la patronal española de armadores Cepesca.

En los mercados centrales de abastecimiento, las cotizaciones pesqueras son desiguales, con un repunte semanal de merluzas, sardinas, boquerones y calamares, mientras que caen las de pescadillas y bacaladilla, de acuerdo con la red **Mercasa**.