

El Patudo Canario: el Atún Rojo del Archipiélago

La corriente marina y el ciclo del Patudo Canario

Las aguas de Canarias son el hogar del **Thunnus obesus**, conocido como **El Patudo Canario**, apodado así por los mismos pescadores del archipiélago. Este atún rojo, de carne firme y exquisito sabor, forma parte de la identidad [gastronómica](#) del archipiélago, pero su futuro depende de decisiones que se toman lejos de nuestras costas.

La paradoja es evidente: mientras nuestros mares están repletos de este tesoro, gran parte de la captura se exporta, principalmente a mercados internacionales como el japonés, y la gran mayoría de nuestros restaurantes y consumidores siguen apostando por atún rojo importado.

La pesca artesanal y sus desafíos

La captura del **Patudo Canario** se lleva a cabo mediante técnicas artesanales, donde cada embarcación depende del esfuerzo y la pericia de sus tripulaciones. Sin embargo, esta tradición enfrenta múltiples obstáculos que comprometen su continuidad.



El Patudo Canario

Para 2025, **Canarias** tiene asignada una cuota de 537,69 toneladas de atún rojo, lo que representa un 11,69% del total español de 6.783 toneladas. A pesar de ello, en 2024 los

pescadores canarios solo lograron capturar 453 toneladas, dejando sin aprovechar un 16% de la cuota. Esta situación se debe en gran medida a la falta de embarcaciones con capacidad para llegar a las zonas de pesca adecuadas.

Muchas de las barcas son demasiado pequeñas y no cuentan con la autonomía necesaria para seguir los cardúmenes, lo que impide que la campaña se complete al 100%.

A esta problemática se suman los retrasos en las ayudas europeas. Actualmente, el **sector pesquero canario** acumula 33 millones de euros pendientes de pago, correspondientes a los años 2021, 2022 y 2023. Sin estos fondos, las inversiones en modernización y sostenibilidad se ven gravemente afectadas, dejando a los **pescadores** en una situación precaria.





La pesca del **atún rojo** en **Canarias** se desarrolla en dos periodos: el primero del 20 de enero al 30 de mayo, y el segundo del 4 de junio al 31 de diciembre. Cualquier [cuota](#) no consumida durante el primer periodo podrá ser utilizada colectivamente por los buques en el segundo, sin restricciones

individuales.



Para 2025, se ha establecido un aumento del 22,5% en el límite individual por buque durante el primer periodo de pesca,

buscando garantizar un mayor aprovechamiento de la cuota asignada.

Falta de promoción y desconocimiento del producto

A pesar de su calidad y su carácter sostenible, **el Patudo Canario** sigue siendo un gran desconocido tanto para los consumidores como para muchos **chefs** locales. En lugar de apostar por el **atún rojo** de nuestras costas, muchos establecimientos optan por producto importado, cuyas marcas si se promocionan de manera nacional e internacional desconectando a la **gastronomía canaria** de sus propias raíces.

Esto ha provocado que gran parte del **atún** capturado en **Canarias** se destine a la exportación, perdiéndose la oportunidad de fortalecer un mercado local basado en el kilómetro cero y en la **sostenibilidad**.

Turismo y proyección internacional

El **turismo y la gastronomía** son motores claves en la economía del archipiélago, y más del 80% de los visitantes llegan buscando experiencias ligadas al mar. Si logramos consolidar al **Patudo Canario** como una referencia culinaria de nuestras islas, podríamos atraer a un segmento de turistas con mayor poder adquisitivo, interesados en la autenticidad y la sostenibilidad de los productos locales.

El Festival del Patudo Canario ha sido, a lo largo de sus seis ediciones, un pilar fundamental en la revalorización de este atún dentro del mercado local. No solo ha servido para acercar el producto a los

consumidores, sino que ha incentivado su inclusión en la oferta gastronómica de los restaurantes del archipiélago.





Foto: Roger Méndez



Festival del Patudo Canario. Mercadillos de Tegueste

Sin embargo, su impacto necesita consolidarse y evolucionar. Retomar este evento con una visión renovada permitiría reforzar su papel como plataforma de promoción, asegurando que el **Patudo Canario** reciba el reconocimiento que merece en su propio **territorio** y generando un mayor compromiso entre **pescadores, restauradores y consumidores**.

Apostar por la **gastronomía** y los frutos del mar como nuestra mejor carta de presentación no solo dignifica el esfuerzo de nuestros **pescadores**, sino que refuerza la identidad de un **territorio** que debe mirar al futuro sin olvidar la riqueza de su mar.