

ALBERTO GROS, DIRECTOR DE OPERACIONES DE ATUNLO

**“PESCAR Y PRODUCIR DE MANERA SOSTENIBLE TIENE UN PEQUEÑO COSTE MÁS QUE DEBEMOS SABER VALORAR”**

**Entrevistamos a Alberto Gros, director de Operaciones de Atunlo, que hace un balance de la situación del mercado en este atípico año 2020. La compañía ha lanzado una gama de productos de atún para irrumpir en los lineales europeos, en el sector de los congelados.**



**RETAIL ACTUAL (RA). En un ejercicio tan movido, ¿ha afectado la pandemia al mercado atunero?**

ALBERTO GROS (AG). 2020 ha sido un año complicado para el mercado del atún. A nivel pesquero, las flotas europeas han sufrido grandes problemas para el correcto relevo de las tripulaciones de una forma que garantizase su seguridad en el entorno Covid actual. La drástica reducción de vuelos comerciales, las necesarias cuarentenas y la dificultad de desembarcar en algunos puertos, se han traducido en un aumento de costes significativo y una importante reducción de los periodos de pesca y, por lo tanto, de las capturas. Por otra parte, los precios en el mercado se han mantenido bajos, dada la abundante oferta de materia prima proveniente de Asia, donde existe una flota que no opera con los mismos estándares de sostenibilidad social y que ha seguido suministrando al mercado en un momento de contracción de consumo en el sector horeca.

**RA. ¿Cuáles serán los retos a superar en 2021?**

AG. El próximo año se prevé similar al actual. Pescar y producir con los estándares adecuados de seguridad que la pandemia requiere, se traduce en un incremento de costes que cada vez resulta más complicado trasladar al mercado que, mientras tanto, se abastece de otros orígenes con otros estándares más laxos. Nuestro principal reto para 2021 es trasladar este mensaje al mercado: pescar y producir de una manera sostenible no sólo desde un punto de vista pesquero sino social, no es significativamente más caro, pero sí tiene un coste que debemos poner en valor.

**RA. Una de vuestras campañas habla de #SosTunabilidad. ¿Qué significa este concepto?**

AG. En los últimos años el sector atunero europeo ha hecho grandes esfuerzos en la búsqueda de la sostenibilidad pesquera. Toda la flota y la industria se rigen por

los estrictos requerimientos que, por ejemplo, marca la ISSF, una parte de la flota ya está certificada Msc y el resto está en proceso de certificación. El mercado reconoce estos estándares y los pone en valor. Sin embargo, en nuestro entorno parece que no se valora tanto los altos estándares sociales y medioambientales que la flota e industria europea cumplen. Nosotros consideramos que no sólo debemos ser sostenibles desde el punto de vista pesquero, sino también desde un punto de vista social o medioambiental. Eso significa la #SosTunabilidad, cuidar del mar y cuidar de nuestra gente.

**RA. Tenéis previsto el lanzamiento de una gama de productos de atún para el canal retail. ¿Cuáles son las razones para el desarrollo de esta nueva categoría?**

AG. En Atunlo pensamos que existe un consumidor que demanda este tipo de productos sostenibles en todos los ámbitos. Y especialmente en el sector de los elaborados crudos de atún, donde no existe un operador de referencia que oferte una gama completa de este tipo de productos. En este sentido, hemos hecho nuevas e importantes inversiones en nuestra planta de Cambados para producir y comercializar una gama completa de elaborados crudos de atún, seleccionando la mejor materia prima de la flota de nuestros accionistas y siempre con el objetivo de garantizarle al consumidor no solo un producto de alta calidad, sino también que cumpla con los más altos estándares pesqueros, sociales y medioambientales. En esta primera fase, hemos lanzado los formatos que mejor se adaptan a la demanda del consumidor actual de atún natural: Steaks de atún, en formato individual y en formato familiar; Tataki de atún para los amantes de la cocina internacional; Trozos de atún para guisos y arroces para las recetas más tradicionales; Dados de atún perfectos para brochetas y recetas a la plancha. Con todos ellos queremos ofrecer al consumidor cortes que se adapten a su estilo de cocina y a sus necesidades actuales. **RA**