

Productores de Marín buscan un aliado industrial para el "mince"

A la presentación del músculo picado de pescado asistieron representantes de Carrefour

J.B. VIGO
mar@atlantico.net

La Organización de Productores de Pesca Fresca del Puerto y Ría de Marín (Opromar) presentó en Conxemar ante una nutrida representación del sector transformador de productos del mar de varios países una selección de platos elaborados con mince, la Proteína Marina de Calidad (PMC) que se obtiene a partir de músculo picado de especies descartadas por las flotas y de otras de escaso valor comercial como rubio, jurel, bacaladilla, caballa, faneca y escaurpota. El evento se desarrolló en el stand de la Xunta de Galicia.

Esta asociación busca ahora un aliado industrial y otro comercial para comenzar la producción y venta de este producto. Al evento asistieron representantes en el norte de España de Carrefour, interesados en este producto. Juan Carlos Martín, director gerente de Opromar, señaló que no se fijan un horizonte temporal para la producción y venta y reconoció el interés de caterings por este producto para su venta en colegios u hospitales.

El mince consiste en la carne del pescado triturada y tratada para su utilización en diferentes rece-



Juan Carlos Mosteiro y el cocinero Miguel Mosteiro con dos de los platos degustados.

IV LANDÍN

tas, que pueden ser más básicas como hamburguesas a más elaboradas, como las que presentó ayer el cocinero Miguel Mosteiro: unas guizos (empanadillas japonesas) de mince de rubio con caldo de cebollas y crema de calabazas asadas; albóndigas de mince de faneca con salsa de zanahorias; pastel de mince de rubio y faneca con mahonesa

de soja y huevas de trucha.

El mince es el resultado de 18 meses de trabajo de varios investigadores del CSIC, quienes, a petición de Opromar, buscaron la aptitud tecnológica de la carne de los diferentes pescados y realizaron diferentes pruebas de aptitud para determinar la vía de aprovechamiento más apropiada para es-

tas especies. Su trabajo permitió la obtención de nuevos productos con forma de hamburguesas, nuggets y varitas, a partir del músculo picado de las especies estudiadas.

En concreto, se estudió su utilización para la elaboración de especialidades muy demandadas por los más jóvenes, un segmento de la población reacio a comer pescado.

La atunera vasca Inpesca se une a la asociación gallega AGAC

REDACCIÓN VIGO
mar@atlantico.net

La empresa atunera vasca Inpesca, con sede en Bermeo y propietaria de siete barcos atuneros se ha integrado en la Asociación de Grandes Atuneros Congeladores (AGAC), asociación matriz de Opagac (Organización de Productores de Grandes Atuneros Congeladores). Con esta integración, el nivel de representatividad de la flota atunera a través de AGAC, se eleva hasta los 47 buques, 15 de bandera española y 32 bajo bandera de los países en los que los pescadores españoles de atún tropical han realizado inversiones, tales como Seychelles, Ecuador, El Salvador, Panamá, Curaçao, Belice y Guatemala.

Este importante proceso de concentración en torno a AGAC también propicia que ambas organizaciones sean líderes, en cuanto a su nivel de representatividad, de la pesquería europea de atún tropical, con 47 buques y 9 grupos pesqueros, que capturan 390.000 toneladas de las especies listado, rabil y patudo, un 7,5 % de la captura mundial de túnidos tropicales. De estos 47 barcos, 15 de ellos faenan en el Índico, 19 en el Atlántico y 13 en el Pacífico.

ENTREVISTA

SÉRGIO SILVA

CEO de Brasmar

"BRASMAR QUIERE CRECER EN ESPAÑA, ES UNA PRIORIDAD"

J.B. VIGO
mar@atlantico.net

Sérgio Silva es el CEO de Vigent Group, propietario de la marca de congelados Brasmar, presente durante 13 años en la feria Conxemar. En el último año facturó 150 millones de euros.

¿Qué productos ofrece Brasmar?
Nuestra variedad de productos es muy grande. Trabajamos desde bacalao, pulpo y todas las especies de peces posible, tenemos más de mil

referencias. También tenemos diversidad muy grande de clientes. Más del 50% de nuestra facturación es exportación. Toda Europa y América del Sur, con mucha importancia Brasil, donde tenemos nuestra propia empresa, Mar Nobre.

¿En qué segmentos venden?
Trabajamos desde el consumidor final a restaurantes y caterings. Pero no lo hacemos directamente, sino a través de empresas distribuidoras.



Sérgio Silva ante el expositor de Brasmar junto a Andrés Peláez, socio del fondo inversor HCO.

¿Qué presentan en la feria?

Para nosotros lo importante es el branding. Estamos en un proceso de cambio de imagen, queremos dar una nueva dinámica a la empresa y la forma de presentar los productos. Conxemar es un pun-

to importante para nosotros por la nueva imagen que ponemos en el mercado.

¿Están en fase de expansión?

Queremos reforzar nuestra presencia, queremos crecer más en España, es una prioridad. También

queremos entrar en Asia.

En España hay mucha competencia.

Es difícil pero no imposible. Vengo de visitar España y acredito que va a ser un mercado en el que vamos a crecer.