

EL COMERCIO DE BIVALVOS EN EUROPA

Por Alessandro Lovatelli

Infopesca Internacional, N° 13 – Enero/Marzo 2003.

El mercado de los bivalvos en Europa se ha incrementado enormemente a partir de la segunda mitad del siglo XX, y esto es debido en gran parte al crecimiento de la acuicultura. Sin embargo, la mayor parte de esa comercialización se ha dado dentro de los propios países europeos. Las perspectivas para el mercado de estos moluscos provenientes de países ajenos al bloque parecen ser buenas, siempre que se cumpla estrictamente con las normas de calidad, y que se apunte a los nichos de mercado adecuados. El siguiente trabajo se centraliza en mejillones, ostras, almejas y vieiras.

Los moluscos bivalvos representaron, en el año 2000, un 8% de la producción pesquera mundial, y más concretamente, el 26% en volumen y el 17% en valor de total producido por la acuicultura mundial. La producción de bivalvos en el mundo se ha venido incrementando durante los últimos cincuenta años; habiendo partido de 900 mil TM en 1950, llegó a 11 millones de TM en el 2000. Este crecimiento se debe sobre todo al incremento de la producción acuícola, que fue particularmente veloz en la década del 90.

El cultivo mundial de bivalvos pasó de más de 3,3 millones de TM en 1990, a cerca de 9,1 millones de TM en el 2000, con una tasa anual de crecimiento del 11% durante este período. En el 2000, el 82% de la producción de bivalvos fue obtenida por acuicultura.

China es por lejos el principal productor de bivalvos con 7,1 millones de TM. Esto equivale al 64% de la producción total de bivalvos, y al 78 % de la producción de bivalvos de cultivo. La producción de China deriva en un 100% de la acuicultura. Más del 46% de la misma estuvo constituido por ostras. Otros grandes productores fueron Japón (827.000 TM), los EEUU (710.000 TM), Corea del Sur (318.000 TM), España (275.000 TM), Francia (240.000 TM) e Italia (223.000 TM). La producción de bivalvos de cultivo de todos estos países, represento el 93 % de la producción mundial.

El total de la producción europea de bivalvos creció durante los últimos 50 años; habiendo partido de 147.400 TM en 1950, llegó a 1.1100 millones de TM en el 2000.



Los bivalvos que se cultivan en Europa

Siempre refiriéndonos al año 2000, dentro del sector de los moluscos de cultivo europeos, los mejillones se sitúan primeros, con una producción de 550.000 TM. Las ostras se ubican segundo, con 149.000 TM. Tercero están las almejas y berberechos con 67.500 TM, y cuatro las vieiras con 191 TM.

MEJILLON				
Exportaciones mundiales por producto año 2000 (en TM)				
	Vivo, Fresco, refrigerado	Congelado	Enlatado	Curado
Año 2000 (Fuente: FAO FIDI)	162699	45.685	28.144	0.501

Principales productos	
Vivo	<ul style="list-style-type: none"> • Con cáscara.
Fresco	<ul style="list-style-type: none"> • Media cáscara, pulpa.
Congelado	<ul style="list-style-type: none"> • Entero, media Cáscara, pulpa cocido y crudo.
Con valor agregado	<ul style="list-style-type: none"> • Ahumado, pulpa enlatada, sopas enlatadas, empanado, fritos, entradas.

Principales productores mundiales año 2000 (en TM)			
Producción pesquera		Producción acuícola	
Dinamarca	110.618	China	534.503
Italia	42.000	España	247.730
Canadá	14.429	Italia	94.000
Perú	13.370	Nueva Zelanda	76.000
Chile	11.016	Francia	68.000
Francia	10.468	Holanda	66.800
República de Corea	6.928	Tailandia	56.000
Nueva Zelanda	4.467	Irlanda	25.660
Irlanda	1.053	Alemania	24.122
Brasil	900	Chile	23.996

(Fuente: FAO Fishstat – Versión 2.3)



Las distintas especies y el comercio mundial

Mejillones

Exportaciones

El 68,4% de las exportaciones de mejillones se dio en forma viva o fresca, mientras que el 19,6 % se exportó congelada, un 11,8% en conservas, y una pequeña cantidad, como curado. La mayor tasa de crecimiento se dio en la década pasada con las exportaciones de pulpa congelada de mejillón, que pasó de 14.000 TM en el 90, a 47.000 TM en el 2000. Nueva Zelanda fue el principal exportador de mejillones congelados, con una participación del 56,7% seguida por España, China, Dinamarca e Irlanda. El producto congelado de Nueva Zelanda consistió básicamente en mejillón de media cáscara, mientras que la mayoría de los otros exportó la pulpa congelada.

Nueva Zelanda fue también el principal exportador de mejillón vivo y fresco, con 73.300 TM. Esto representa el 23% del total, seguido por Dinamarca (25.000 TM), España (18.900 TM), Grecia (18.700), Alemania (17.000) y China (12.000). Dinamarca, además, fue el mayor exportador de pulpa enlatada (24.500 TM), seguido de Holanda, Irlanda y España. La industria conservera de mejillones se está desarrollando firmemente en América Latina. Esta modalidad productiva abarca diferentes preparaciones como mejillones al natural, en aceite y marinado. Chile, en particular, está aumentando en este rubro. Las exportaciones de mejillón seco, salado o en salmuera (500 TM), provienen casi en su totalidad en Tailandia.

España, que es el segundo gran productor de mejillones de cultivo en el mundo y el cuarto mayor exportador, se ha estado volcando hacia las conservas y los congelados. Entre estos productos, cabe mencionar a los precocidos, que tienen mayor vida útil que los mejillones frescos. Las principales plazas para los mejillones españoles han sido Italia y Francia, al tiempo que Alemania, Portugal y Suiza también constituyen importantes mercados.

La principal industria mejillonera de Nueva Zelanda es la del mejillón verde (*Perna canalicus*), una especie que se limita únicamente a este país (EEUU comenzó hace poco a cultivarla en las costas del estado de Florida). Solo uno pequeño porcentaje de los mejillones que se cosechan se venden vivos, mientras que el resto se procesa. Más del 85% de la producción anual de Nueva Zelanda se exporta. El restante 15% se vende a nivel local. Los principales mercados son EEUU y la Unión Europea (sobre todo España, el Reino Unido e Italia), además de Japón, Australia, China y Hong Kong.

La principal especie producida en Noruega es el mejillón azul. En la actualidad, la mayor parte de la producción noruega de mejillones se destina a la exportación. Estas últimas se destinan principalmente a Holanda y Bélgica. Se venden también, pequeños volúmenes de mejillones congelados previamente embalados, y paquetes de 1 kilo de mejillones frescos.



Importaciones

Francia fue el líder de las importaciones durante el 2000, registrando un volumen de 48.000 TM, por un valor de U\$S 57 millones. Luego siguen Italia (30.200 TM), Alemania (29.700 TM), Bélgica (28.500 TM) y EEUU (19.600 TM). Los países europeos absorbieron un 82% en volumen y un 72 % en valor del total mundial de importaciones. La UE representa por si el mayor mercado para el mejillón en el mundo, si bien el consumo varía enormemente entre los distintos estados miembros. La comercialización de mejillones de la UE, se da principalmente dentro de la propia UE. Apenas un 5% del volumen importado provino de países ajenos al bloque. Estos países fueron fundamentalmente Nueva Zelanda (50,2%), Chile (23,1%) y Turquía (16,4%). Estas importaciones de países no miembros de la UE, consistieron sobre todo en mejillón congelado o en conservas.

Aparte de la Unión Europea, los productos a base de mejillones están ganando popularidad en los EEUU, tanto en comercios minoristas como en los propios restaurantes. Las importaciones de EEUU crecieron de 1.900 TM en 1989, a 19.600 TM en 1999. Canadá fue el principal proveedor, seguido de Nueva Zelanda, Chile y China.

Ostras

Exportaciones

Las exportaciones mundiales de ostras aumentaron, de 12.400 TM, por valor de U\$S 32,6 millones en 1976, a 47.500 TM y por valor de U\$S 196,8 millones en el año 2000, cuando se llegó a un pico en términos de volumen. Los productos vivos, frescos y refrigerados constituyeron el 64,4% del volumen de ostras exportado, mientras que el 22,3% correspondió a congelados, el 11,5% a enlatados, y el resto a curados.

Corea del Sur fue por lejos el líder de los exportadores de ostras, con un 47% del volumen total y un 66% del valor de las exportaciones del 2000. De ese total, un 44% fue en forma congelada, un 30% fue viva o fresca, un 24% fue enlatada, y un 3%, seca. Otros grandes exportadores han sido Francia (5.300 TM; U\$S 14 millones), China (6.500 TM; U\$S 10 millones), Canadá (2.300 TM; U\$S 8 millones), EEUU (1.500 TM; U\$S 7 millones), Nueva Zelanda (1.000 TM; U\$S 4 millones), y Holanda (2.700 TM; U\$S 4 millones).

Según las estadísticas del Servicio Nacional Marítimo y de Pesca (NMFS), los EEUU aumentaron en el 2001 sus exportaciones de ostras a casi 1.800 TM (U\$S 8,3 millones). La mayor parte de ese volumen tuvo como destino a Canadá (1.100 TM), Hong Kong (400 TM) y Japón (130 TM).



OSTRAS				
Exportaciones mundiales por producto año 2000 (en TM)				
	Vivo, Fresco, refrigerado.	Congelado	Enlatado	Curado
Año 2000 (Fuente: FAO FIDI)	30.607	10.615	5.489	0.816

Principales productos	
Vivo	<ul style="list-style-type: none"> • Con cáscara.
Fresco	<ul style="list-style-type: none"> • Media cáscara, pulpa.
Congelado	<ul style="list-style-type: none"> • Entero, Media cáscara, pulpa, cocido y crudo.
Con valor agregado	<ul style="list-style-type: none"> • Ahumado, pulpa enlatada, sopas enlatadas, empanados, fritos, entradas.

Principales productores mundiales año 2000 (en TM)			
Producción pesquera		Producción acuícola	
EEUU	199.038	China	3.291.929
México	49.929	Japón	221.252
República de Corea	15.939	República de Corea	207.943
Nueva Zelanda	15.319	Francia	135.500
Canadá	4.130	Australia	12.853
Indonesia	2.257	Canadá	10.024
Cuba	1.870	Chile	5.841
Venezuela	1.590	Irlanda	5.297
Brasil	1.550	México	1.471
Reino Unido	444	Brasil	477

(Fuente: FAO Fishstat-Versión 2.3)

Importaciones

Japón es el líder absoluto entre los importadores de ostras. Sus importaciones se incrementaron, de 5000 TM por valor de U\$S 23,1 millones en 1988, al pico de 15.900 TM por valor de U\$S 94 millones en el 2000, y todas de producto vivo o fresco. Otros grandes importadores han sido los EEUU, Hong Kong, Italia, Bélgica, Singapur y Francia.

Durante el 2001, las importaciones japonesas de ostras bajaron a casi 15.000 TM. Corea del Sur fue el principal abastecedor, con 13.900 TM, seguido de China, Nueva Zelanda, Chile y los EEUU. Luego de una investigación en el marco de la ley de higiene alimentaria, el



gobierno japonés prohibió a partir de diciembre del 2001, el consumo de ostras de origen coreano como sashimi.

Las importaciones de EEUU también bajaron en el 2001, cayendo a 8.400 TM por valor de U\$S 37 millones. La mayor parte consistió en ostras en conserva (2.800 TM) y en ostras ahumadas en conserva (2.600 TM).

El proveedor al mercado de EEUU fue también Corea del Sur, que contribuyó con un 65% (5.450 TM). El consumidor estadounidense ha preferido siempre a la ostra del Atlántico (*Crassostrea virginica*), que es la que constituye el grueso de las cosechas de ostras en el país, y también por la del Pacífico (*C. gigas*). A la ostra europea (*Ostrea edulis*), con su buena reputación de sabor muy refinado, se la ofrece viva en media cáscara. A esta especie a menudo se la llama incorrectamente “Belons”. Incluso en Francia, esta denominación está protegida por la ley. Solamente a las ostras criadas en Bretaña, al norte de Francia, se las puede denominar de esa manera. El mercado de los productos de ostras con valor agregado, se ha extendido en forma notoria durante los últimos años.

A las ostras se las considera un producto de lujo en Francia y en el resto de Europa; el período de mayor consumo se da durante las Fiestas (Navidad y Año Nuevo). Salvo en Francia, Bélgica y Suiza, las ostras son consumidas en su mayoría en los restaurantes. La mayor parte de las ostras que se comercializan en Europa provienen de la propia región. En el año 2000, la oferta proveniente de países no miembros de la UE apenas representada el 0,3% del volumen total (12.700 TM), y el 1,1% del valor. Francia fue el principal abastecedor, y sus exportaciones al resto de Europa totalizaron 5.800 TM. Holanda se ubicó segundo, seguido de Irlanda. Por su parte, los principales importadores fueron Italia y Bélgica. A nivel minorista, las ostras se venden vivas en Europa. Los productos con valor agregado todavía no muestran mucha significación.

Almejas

Exportaciones

Las exportaciones mundiales de almejas y similares crecieron notablemente durante los últimos 25 años: de 18.000 TM por valor de U\$S 23,2 millones en 1976, pasaron a 174.000 TM por valor de U\$S 372 millones en 1999. En el 2000, sin embargo, cayeron levemente (168 mil TM y U\$S 363 millones). El 87% de las exportaciones (en términos de volumen) se dieron en forma viva o refrigerada, mientras que el 8% fue en forma de enlatados (ver tabla 3).

Durante el año 2000, China encabezó la lista de exportadores con 69.500 TM por valor de U\$S 81 millones. Otros grandes participantes fueron Corea del Norte (46.500 TM) Corea del Sur, Tailandia y Canadá. En lo que hace a valor, Corea del Sur se ubicó al tope con más de U\$S 91 millones, seguido por Canadá, China, Corea del Norte, Chile y Tailandia.



Importaciones

Japón fue el principal importador de almejas y similares en el 2000, con 126.000 TM por valor de U\$S 210 millones. Otros grandes compradores fueron Tailandia (19.300 TM), EEUU y Corea del Sur.

En el 2001, Japón importó más de 121.500 TM. La mayor parte de ese volumen consistió en producto vivo o refrigerado. Casi un 61% fueron almejas del tipo “baby clams”, mientras que el resto estuvo constituido por almejas comunes, almejas de agua dulce y berberechos. Los países asiáticos proveyeron el 98,9% de las importaciones japonesas en el 2001. Aparte de Corea del Norte, otros grandes abastecedores de almejas al mercado japonés fueron China y Corea del Sur.

Durante 1999, las almejas se ubicaron en el octavo lugar de la lista de las especies más consumidas en EEUU. En el año 2001, las importaciones alcanzaron las 14.700 TM, por valor aproximado de U\$S 53 millones. Estas importaciones consistieron básicamente en conservas, aunque también hubo algo de producto vivo y refrigerado. Canadá fue el mayor exportador de almejas hacia EEUU en el 2001 con 5.400 TM, seguido de Tailandia (2.900 TM,) China, Indonesia, Nueva Zelanda y Vietnam. La almeja “chirla” (*Mercenaria mercenaria*) esta considerada como la especie de almeja más apreciada en los EEUU.

ALMEJAS			
Exportaciones mundiales por producto año 2000 (en TM)			
	Vivo, Fresco, refrigerado	Congelado	Enlatado
Año 2000 (Fuente: FAO FIDI)	148.296	13.493	8.147

Principales productos	
Vivo	<ul style="list-style-type: none">• Con cáscara.
Fresco	<ul style="list-style-type: none">• Pulpa, enteras al vapor.
Congelado	<ul style="list-style-type: none">• IQF media cáscara, entero con cáscara, pulpa, cruda y al vapor.
Con valor agregado	<ul style="list-style-type: none">• Pulpa enlatada, desmenuzada, empanada, frita, trozos pre-fritos, jugo de almejas, sopas y tartas.

Principales productores mundiales año 2000 (en TM)			
Producción pesquera		Producción acuícola	
United Status of America	311.133	China	2.368,336
Japón	88.821	Malasia	64.396
Tailandia	50.200	Tailandia	55.000



Indonesia	46.707	Italia	53.000
Venezuela	45.062	República de Corea	29.366
República de Corea	43.752	Taiwán	27.372
Chile	39.807	EEUU	26.487
Italia	34.191	España	8.951
Canadá	32.487	Francia	2.870
Reino Unido	20.563	Portugal	2.548
(Fuente: FAO Fishstat – Versión 2.3)			

En Europa, el consumo de almejas se concentra en las regiones del sur, siendo Italia, España, Francia y Portugal los principales mercados. Durante el año 2000, los países de la UE importaron 12.000 TM, con España como el principal comprador (8.500 TM), seguido de Francia (1.350 TM), Portugal e Italia. Solamente un 10,5% de las importaciones de la UE provienen de países no miembros del bloque. Entre estos últimos se destacan Perú, Turquía y Vietman como los principales abastecedores. Las importaciones provenientes de los países asiáticos consistieron básicamente en almeja amarilla (género *Meretrix*). El mercado español prefiere la “almeja fina” (*Ruditapes decussatus*), y su principal proveedor es Italia. España es además, un importante mercado para los berberechos en conserva, tanto al natural como en salsas.

Vieiras

Exportaciones

El comercio de vieiras vivas es algo bastante marginal, dado que se trata de productos de alta fragilidad. Por su parte, las normas sanitarias referentes a los moluscos vivos importados son muy estrictas en varios países, sobre todo en la Unión Europea. La comercialización internacional de vieiras consiste sobre todo en pulpa refrigerada y congelada. La pulpa se vende al público tanto húmeda como seca (sin tratamiento).

Las exportaciones mundiales de vieiras y conchuelas aumentaron, desde 10.800 TM por valor de U\$S 49 millones en 1976, a 84.300 TM por valor de U\$S 513,5 millones en el 2000. La mayor parte de estos volúmenes correspondió a congelado, refrigerado y vivo, siendo muy poco el producto en conservas (Tabla 4). China se situó al tope de la lista de exportadores de pulpa congelada, seguido por Argentina, Reino Unido y Canadá. Paralelamente, China lideró también las exportaciones de vivo y refrigerado, seguido de Canadá, de Reino Unido, Italia y Francia. Dentro de los países europeos, el Reino Unido fue el principal exportador de vieiras con 7.900 TM.



Importaciones

Dentro del grupo de los bivalvos, a las vieiras solo se las considera productos marinos de alto valor, en un selecto grupo de países. En el año 2000, EEUU fue el principal importador de vieiras y conchuelas, absorbiendo un 31,4% del mercado (24.500 TM y U\$S 220 millones), seguido de Francia (15.300 TM), España, Japón, Canadá e Italia. Durante la década pasada, se incrementó la demanda por vieiras en los tres grandes mercados: EEUU, UE y Japón. Las importaciones europeas crecieron de manera notable para satisfacer la demanda emergente. Durante el 2000 la producción de vieiras en los países de la UE fue de apenas un 2,4% del total mundial. Francia es el principal mercado europeo para las vieiras, sobre todo preparado. Se calcula que el consumo per capita en este país es de 1,7 kilos al año. España y Bélgica se ubican segundo y tercero respectivamente. El consumo en otros países todavía es pequeño, aunque está creciendo. Según las estadísticas de EUROSTAT, la UE importó más de 32.400 TM de vieiras en el 2000, de las cuales el 30% fue como producto vivo.

Las importaciones de la UE provenientes de países no miembros del bloque, fueron de 10.700 TM, lo cual representa el 33% del total. Perú fue el principal proveedor de este grupo, seguido de Chile, Argentina, EEUU, Canadá e Islandia. Por su parte, Japón, Noruega e Islandia son tradicionales abastecedores al mercado de la UE. Sin embargo, las vieiras de cultivo japonesas fueron prohibidas en Francia al principio (a partir de 1990), y luego en toda Europa (1992). China ocupó el lugar dejado por Japón, pero debido a razones de carácter sanitario, también fueron prohibidas sus exportaciones a UE en julio de 1997, por lo cual los compradores debieron salir a buscar otras fuentes. Perú, Chile y Argentina ayudaron a llenar ese vacío. Paralelamente, Nueva Zelanda y Australia son abastecedores regulares de ejemplares de gran talla y de alto valor comercial.

Perspectivas de futuro

Mejillones

Los mejillones son los bivalvos que más se consumen en Europa. Nunca existió una variedad de productos disponibles en el mercado como la que hay ahora. Se prevé que el desarrollo de productos en la industria procesadora de mejillones va a mejorar y fomentar las ventas. Los productos a base de mejillón con valor agregado (paquetes al vacío, con cáscara y congelados IQF; comidas prontas, productos rebozados, etc.) satisfacen las necesidades del consumidor actual y además le ofrecen al minorista, la oportunidad de incrementar el volumen y las ganancias comerciales.



Ostras

La falta de una oferta firme y de una calidad consistente, son dos serios obstáculos para un eficiente mercadeo de estos moluscos. Las lluvias fuertes o los veranos muy soleados, son factores que pueden afectar gravemente a la producción. Lo poco predecible del clima y la gran variabilidad de las condiciones naturales de un año a otro, tornan difícil la obtención de una calidad estable en términos de forma, color, sabor, etc. La contaminación es también otro elemento que representa una potencial amenaza al cultivo de ostras.

El suministro de ostras se obtiene de pequeñas unidades de pequeña escala, las cuales a su vez están muy fragmentadas. Esto hace que sea muy difícil coordinar una estrategia de mercadeo. Inclusive, un pequeño grupo de compradores a gran escala (las cadenas de supermercados) juega un rol cada vez mayor en la distribución minorista, provocando fluctuaciones de precios de un mes a otro. La alta demanda estacional representa otra característica prominente de esta industria. Las ostras son consideradas un producto de lujo, y por eso se consumen tradicionalmente solo durante las Fiestas.

Teniendo en cuenta todo esto, será necesario mejorar las técnicas de mercadeo y de organización de la distribución, si se quiere acrecentar el consumo de ostras. Será necesario promover al producto en países en que su consumo no sea algo tan tradicional. Al mismo tiempo, se podrían ofrecer productos con valor agregado (ostras congeladas en salsa, ostras ahumadas, etc.) a nichos de mercado claramente definidos.

Almejas

La irrupción de las comidas prontas y de los productos refrigerados, congelados y enlatados, fue una cosa que ayudó a promover a las almejas. El desarrollo de estos productos en base a mariscos (pastas y pizzas) de hecho ha estimulado la demanda por almejas y barbechos congelados en España. La industria procesadora aumentó su demanda por productos congelados, tanto por entero como por la pulpa.

En lo referente a la calidad, los intermediarios y los procesadores a menudo se quejan por la presencia de arena en las conchas congeladas. Es muy probable que un control de calidad más estricto y refinado, tenga un efecto importante en el mejoramiento del comercio. A modo de ejemplo, se controla mucho a los berberechos en Holanda. Los mercados del sur de Europa (España, Italia, Francia) aceptan a los bivalvos bien purgados (sin arena) y bien clasificados según talla, congelados y en buenas condiciones.

La inseguridad del consumidor y del intermediario con respecto, a las condiciones sanitarias en las cuales se procesaron los moluscos bivalvos, es un factor que podría impedir un mayor crecimiento. Las buenas prácticas de aseguramiento y control de la calidad ayudarán también a fomentar el mercado.



VIEIRAS			
Exportaciones mundiales por producto año 2000 (en TM)			
	Vivo, Fresco, Refrigerado	Congelado	Enlatado
Año 2000	46.698	37.483	0.13
(Fuente: FAO FIDI)			

Principales productos	
Vivo	<ul style="list-style-type: none"> • Con cáscara.
Fresco	<ul style="list-style-type: none"> • Pulpa
Congelado	<ul style="list-style-type: none"> • Pulpa (IQF), bloques, sin cáscara, con o sin huevas.
Con valor agregado	<ul style="list-style-type: none"> • Pulpa ahumada; empanado o rebozado (congelado), entradas (congelado) pulpa con salsa (20% a 60% de carne).

Principales productores mundiales año 2000 (en TM)			
Producción pesquera		Producción acuícola	
Japón	304.286	China	919.591
EEUU	115.307	Japón	210.703
Canadá	86.451	Chile	19.018
Argentina	36.934	República de Corea	2.371
Reino Unido	24.656	Perú	2.277
Federación Rusa	18.445	Federación Rusa	197
Francia	16.233	Reino Unido	99
Perú	11.810	Irlanda	61
Australia	10.947	Canadá	55
Islandia	9.074	Francia	20
(Fuente: FAO Fishstat – Versión 2.3)			

Vieiras

Los altos precios minoristas y las grandes fluctuaciones de precios, son dos características típicas en las vieiras.

El mercado de estos productos también se ve afectado por el desconocimiento por parte del consumidor, y se adolece de una muy ineficiente red de distribución. La poca demanda de vieiras en la mayoría de los países europeos es debida a la falta de conocimiento en los países no productores (España, Italia, Alemania). Unas buenas campañas promocionales, podrían fomentar y estimular las ventas de estos moluscos.



Las exigencias sanitarias son bastante estrictas. En el caso de las vieiras, las sucesivas vedas sanitarias impuestas a los productos japoneses y chinos han perturbando al mercado. Solamente se permite el ingreso a los mercados, de los productos que sean cien por ciento seguros. Un mejoramiento de las condiciones sanitarias por cierto contribuirá a que exista un mercado internacional más grande; mientras tanto, no debe dejar de tenerse en cuenta que la presentación y el embalaje del producto deben estar bien a tono con los gustos del consumidor.

