



ALLIANCE™

(<https://www.globalseafood.org>).



**Responsible
Seafood**
ADVOCATE



Intelligence

Rutas más largas, logística más inteligente: cómo se adapta el comercio de productos del mar a una era de caos geopolítico

31 August 2026

By Rob Fletcher

Las guerras, los aranceles, las sanciones, las interrupciones en el transporte marítimo y la volatilidad de los mercados energéticos han obligado a procesadores, exportadores e importadores a replantearse todo



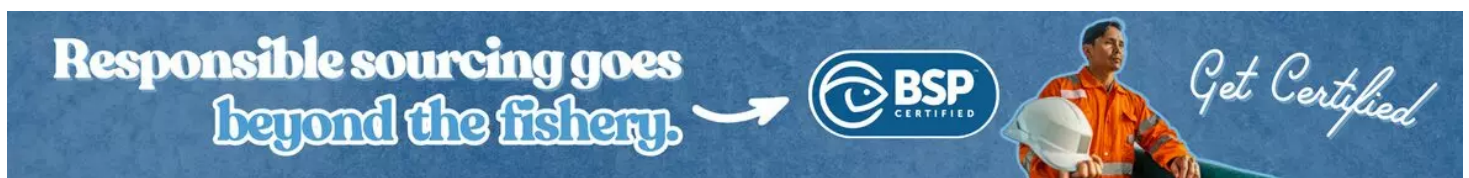
Surgen desafíos y oportunidades a medida que las guerras, los aranceles, las interrupciones en el transporte y un mercado energético volátil llevan a las empresas del sector pesquero a replantearse su estrategia integral. Foto de Hatta Sun vía Pexels.

Durante décadas, las empresas del sector pesquero han tenido que adaptarse a una de las cadenas de suministro más complejas del mundo. El pescado capturado en un hemisferio puede procesarse en otro antes de llegar a consumidores situados a miles de kilómetros de distancia. Sin embargo, los recientes acontecimientos geopolíticos han transformado de manera fundamental – y tal vez irreversible – el comercio mundial de productos del mar.

Las guerras, los aranceles, las sanciones, las interrupciones en el transporte y la volatilidad de los mercados energéticos han obligado a procesadores, exportadores e importadores a replantearse todo, desde las estrategias de abastecimiento hasta las redes logísticas. Y, ante las escasas perspectivas de recuperar la estabilidad a corto plazo, muchas empresas están rediseñando sus cadenas de suministro para hacerlas más flexibles, diversificadas y resilientes.

Según Gorjan Nikolik, analista del sector pesquero en Rabobank, la respuesta de la industria demuestra una notable capacidad de adaptación a circunstancias cambiantes.

“El sector es increíblemente ágil,” explicó. “Hemos visto una reconfiguración constante de la oferta, los mercados y los flujos comerciales a medida que las empresas responden a los acontecimientos geopolíticos.”



(<https://bspcertification.org/>).

Esa capacidad de adaptación fue un tema recurrente durante la Seafood Expo Global de Barcelona, donde la economista especializada en geopolítica, la Dra. Nomi Prins, sostuvo que el sector pesquero ha demostrado en repetidas ocasiones su capacidad para absorber impactos.

“La industria mundial de productos del mar ha demostrado ser extraordinariamente resiliente y adaptable a la hora de sortear problemas, asumir costos y – sí – trasladarlos al consumidor. Y el consumidor está acostumbrado a pagar más por los productos cuando los precios del petróleo suben, aunque no le guste. No es algo exclusivo de la industria pesquera,” argumentó.

Rutas marítimas más largas son la nueva normalidad

Uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan actualmente los exportadores es la creciente necesidad de evitar zonas de conflicto geopolítico. El conflicto en Oriente Medio ha alterado el tráfico en torno al estrecho de Ormuz, mientras que los ataques a buques en el Mar Rojo han obligado a muchas embarcaciones a tomar rutas mucho más largas.

Prins señaló que algunos envíos procedentes de la India y el Sudeste Asiático pueden tardar entre 10 y 14 días más en llegar a los mercados de destino.

“Eso implica costes adicionales de combustible y almacenamiento, así como posibles problemas añadidos relacionados con la refrigeración, el almacenamiento en frío y la conservación de los productos del mar ya cargados en esos buques,” puntualizó.

Los costes de los contenedores refrigerados también han aumentado considerablemente durante los periodos de interrupción, lo que suma miles de dólares al coste de cada envío.

Aunque estos costes adicionales no son bienvenidos, Prins sostiene que son manejables.

“Ya hemos pasado por situaciones similares, como durante la guerra de Ucrania, cuando el precio del barril de crudo superaba los 100 dólares y las empresas tuvieron que repercutir ese coste en sus balances y, en última instancia, en los usuarios finales, ya fueran mayoristas, minoristas o el consumidor en la mesa,” observó

Resiliencia mediante el cambio de rutas

Para mantener su actividad, los exportadores de productos del mar se han visto obligados a redirigir sus productos hacia mercados alternativos siempre que ha sido posible. De hecho, tal como señala Nikolik, la India ha desviado cada vez más sus exportaciones de camarón hacia China.

Sin embargo, añade que este crecimiento en China no ha estado exento de complicaciones.

“Dejan de ganar mucho dinero si cambian el mercado estadounidense por el chino, ya que pasan de un producto altamente procesado... a uno sin procesar y con un valor añadido mucho menor,” señaló.

Por otro lado, Prins destacó que Indonesia comenzó a centrarse en aumentar las exportaciones de camarón a Francia y España, mientras que Noruega incrementó sus ventas de productos del mar a Japón y China para reducir su dependencia del mercado estadounidense.

No obstante, añadió que, más que crear mercados totalmente nuevos, los exportadores han tendido a intensificar sus esfuerzos comerciales en destinos donde ya existían relaciones previas.

‘Los países se expandieron hacia lugares donde ya había valor, posicionamiento y una trayectoria establecida,’ observó.



Las sanciones comerciales han provocado una ‘reconfiguración’ del mercado mundial de pescado blanco. Foto de Kindel Media vía Pexels.

¿Hacia una regionalización?

Mientras tanto, Nikolik considera que las tensiones geopolíticas también están acelerando un cambio a largo plazo hacia patrones comerciales más regionales, una tendencia especialmente notable en el mercado del pescado blanco.

“Rusia se estaba desvinculando gradualmente de la industria occidental de productos del mar», afirmó. “Las empresas vendieron activos, el comercio se volvió más difícil y, con el tiempo, surgieron mercados totalmente nuevos.”

El abadejo ruso, que antes fluía hacia Europa y Norteamérica, encontró cada vez más compradores en China y en la propia Rusia. Por su parte, Estados Unidos eliminó prácticamente por completo el pescado blanco ruso de su mercado. El resultado ha sido una amplia redistribución de la oferta mundial, o una “reconfiguración,” tal como la describió Nikolik.

Esta reconfiguración también ha generado ganadores: los productores estadounidenses de pescado blanco operan ahora en un mercado nacional menos saturado, mientras que los criadores noruegos de bacalao podrían beneficiarse de los precios más altos del pescado blanco, derivados del mayor coste y las complicaciones que conlleva importar pescado blanco ruso a Europa.

‘Recuperación mixta’: Rabobank pronostica un crecimiento modesto para la industria del camarón en 2024, pero los desafíos del mercado global obstaculizan los esfuerzos de recuperación



Un nuevo informe de Rabobank pronostica un crecimiento modesto para la industria del camarón en 2024, pero los desafíos actuales del mercado global impiden una recuperación total.



Global Seafood Alliance

La lotería de los aranceles

La política comercial se ha convertido en otro factor clave que impulsa cambios en las cadenas de suministro, y Nikolik considera que esto es especialmente evidente en el comercio del camarón.

El aumento de los aranceles estadounidenses a los productores asiáticos reforzó la posición competitiva de Ecuador casi de la noche a la mañana.

“Ecuador ya contaba con menores tasas de mortalidad, mayor escala y más tecnología; además, estaba más cerca de Estados Unidos y su economía estaba dolarizada,” explicó. “A esto se sumaba la ventaja arancelaria.”

El resultado fue un rápido cambio en la cuota de mercado: “En poco tiempo, Ecuador pasó de ser el segundo al primer proveedor de camarón para Estados Unidos,” señaló.

La evolución del procesamiento

La modificación de las rutas comerciales también está obligando a las empresas procesadoras a replantear sus estrategias. Los procesadores europeos – tradicionalmente proveedores importantes de productos del mar ahumados, empanados y con valor añadido para Norteamérica – se enfrentan ahora a desventajas arancelarias frente a los envíos directos de los productores nórdicos, apuntó Nikolik.

Esto debilita la viabilidad económica de procesar productos del mar en Europa continental antes de exportarlos a Estados Unidos.

Al mismo tiempo, cada vez se posponen más proyectos de instalaciones de procesamiento, almacenamiento en frío e infraestructura de distribución, ya que las empresas no pueden prever con exactitud las futuras condiciones comerciales.

“Las empresas buscaban constantemente desarrollar el mercado estadounidense,” dijo Nikolik. “Ahora se observa un enfriamiento de esa tendencia. Es sencillamente imposible evaluar cuál será la rentabilidad de ese negocio.”

¿Quién asume los costos?

Una de las consecuencias menos visibles de las perturbaciones geopolíticas es el desfase temporal con el que los costes se trasladan a lo largo de la cadena de producción de productos del mar. Según Nikolik, el aumento de los precios del combustible afecta a mucho más que al transporte marítimo, ya que los costes energéticos influyen en las operaciones de pesca, en los fertilizantes utilizados para cultivar ingredientes del pienso acuícola (como la soya) y en los gastos de procesamiento, antes de llegar finalmente a los minoristas y consumidores.

“El coste se traslada primero al pienso y luego al animal,” explicó. “En el caso del camarón, el ciclo dura tres meses; en el del salmón, dos años y medio.”

Esto significa que incluso acontecimientos geopolíticos de corta duración pueden seguir afectando a los precios de los productos del mar años después.

Los contratos minoristas, los ciclos de inventario y la producción de pienso ralentizan la transmisión de los costes a través de la cadena de suministro.

“Esto tendrá un impacto en los costes desde ahora hasta dentro de tres o cuatro años,” observó Nikolik.

La tecnología puede reforzar la resiliencia

Tanto Prins como Nikolik sostienen que la tecnología cobra cada vez más importancia a medida que se alargan las cadenas de suministro. Prins considera que las inversiones en refrigeración, rastreabilidad digital, innovación en el envasado e inteligencia artificial ya no son opcionales.

“Todo está integrado,” afirmó.

Prins también observó que las empresas tecnológicas presentes en la Seafood Expo Global ya no operan de forma aislada respecto a los productores de productos del mar, sino que se están convirtiendo en socios integrados en las fases de producción, logística, empaque y venta minorista. Asimismo, las rutas de transporte más largas hacen que el control de la temperatura, la optimización de la vida útil y la rastreabilidad sean aún más valiosos.

Al mismo tiempo, Prins señaló que los requisitos normativos cada vez más estrictos –especialmente en Europa, donde se ha implantado el sistema CATCH para abarcar la importación de todos los productos del mar de captura extractiva – están impulsando una mayor inversión en sistemas digitales capaces de documentar el origen y el movimiento a lo largo de la cadena de suministro.

La flexibilidad es fundamental

Aunque es probable que la inestabilidad geopolítica siga siendo un desafío clave para el comercio internacional, ni Prins ni Nikolik creen que los productos del mar se encuentren en una situación de desventaja particular.

Prins argumenta que, dado que el aumento de los costes del combustible afecta a casi todos los sectores, los productos del mar mantienen en gran medida su posición competitiva frente a otras fuentes de proteínas.

“El coste adicional incremental para los productos del mar no es mayor que para cualquier otro producto que requiera transporte,” señaló. “No altera el panorama competitivo.”

También considera que las generaciones más jóvenes de consumidores están dispuestas a pagar un sobreprecio por los productos del mar.

“La oportunidad es enorme y el impulso no deja de crecer a medida que las generaciones más jóvenes maduran, aportando su afición por los productos del mar, la salud y este tipo de proteína, así como su interés por la comodidad, la frescura, la sostenibilidad, la rastreabilidad y el origen de los alimentos,” argumentó.

Es poco probable que el comercio mundial de productos del mar se simplifique en los próximos años. Es posible que las rutas de transporte sigan siendo largas, que las tensiones geopolíticas continúen reconfigurando los mercados y que los costes mantengan su volatilidad.

Sin embargo, la experiencia reciente del sector sugiere que las empresas están aprendiendo a competir frente a estos desafíos. Y, si se cumple la previsión de Prins de que el valor del consumo mundial de productos del mar pasará de unos US\$ 740.000 millones a US\$ 1 billón en el plazo de una década, seguirá habiendo oportunidades de negocio rentables.

“Es una cifra elevada, pero se debe a que, si observamos dónde está cobrando fuerza la tendencia, vemos preferencias reales –conveniencia, frescura, cocción con aire caliente, sushi – todas ellas están arraigadas en una generación que simplemente dispone de más dinero y gasta más en estos aspectos que las generaciones anteriores,” señaló.

Author



ROB FLETCHER

Rob Fletcher ha cubierto la industria acuícola internacional desde 2010 como editor de Fish Farmer, Fish Farming Expert, y The Fish Site. Desde principios de 2026, ha retomado su actividad independiente como redactor de reportajes, editor y consultor. Posee títulos de máster tanto en Historia como en Acuicultura y vive desconectado de la red eléctrica en la costa oeste de Escocia.

Copyright © 2026 Global Seafood Alliance

All rights reserved.