

LA COMERCIALIZACION DEL MEJILLON

En el Boletín Oficial del Estado siguen proliferando las autorizaciones para instalar viveros flotantes de mejillón en las rías de Galicia. Antes, cada solicitud originaba una orden de concesión. Ahora, en vista seguramente de su creciente número, se agrupan en una Orden todas las solicitadas por el mismo titular.

Ante este brote reanimador de la economía mejillonera, en sus relaciones con la Administración, pudiera suponerse que la industria miticola marcha viento en popa. La realidad es muy distinta. Los precios de venta al mayor siguen siendo tan bajos que la media no llega a tres pesetas el kilogramo. Lo cual no es obstáculo para que el consumidor pague, en los puestos y pescaderías, bastante más del doble.

No es la primera vez que traemos este problema a nuestras páginas. Ni desgraciadamente será la última, porque hace tiempo que hemos descubierto que mucha gente no escarmienta ni en cabeza propia. En este caso... en la bolsa propia. Algo así como... trabajar para el inglés, que en este caso no lo es, sino tan español como nosotros.

El mejillón de viveros flotantes es el molusco de protección más costosa. Comienza por una inversión que se acerca a las 250.000 pesetas, cuando no pasa, en la construcción y habilitación de la batea. Después exige un período más o menos largo de desarrollo en inmersión, durante el cual exige cuidados y obliga al explotador a utilizar mano de obra, a hacer reparaciones, pagar tasas, arbitrios, impuestos, seguros, etc.

Sin embargo, esta especie se vende por los productores más barata que ninguna. El propio berberecho, que se extrae directamente en las playas sin costo alguno de producción, se vende en las lonjas a precios mucho más elevados. No hay proteína animal en el mercado, que soporte hoy semejante depreciación inicial. Y se trata de un alimento excelente, rico en componentes altamente nutritivos, y sabrosísimo.

Los industriales mejilloneros sufren, además, frecuentes pérdidas por la vulnerabilidad que sus instalaciones ofrecen a los temporales. Aunque en parte los daños se compensen con el seguro, el lucro cesante durante el proceso de reposición nadie lo sufre. Por tanto, la estructura de la economía mejillonera puede considerarse frágil, y no sería de extrañar que proporcionase disgustos serios, si continúa indefinidamente resignada a la subestimación sistemática de sus productos.

Se está registrando la paradoja de que los dueños de viveros flotantes demuestran actividad en producir, pero



inhibición al vender. Aumentan indefinidamente la oferta, sin preocuparse de aumentar y libertar la demanda, con lo cual el problema de los precios bajos se agrava.

El oligopolio comprador de Barcelona, de Madrid o de donde sea, va muy bien en el machito mientras los ofertantes, cada uno por su lado, se dedican a desahacerse de la mercancía como sea. La verdad es que, al dictado del apetito de los mediadores, las cosas no podrían hacerse mejor... para éstos.

Pero los industriales gallegos, sean del mejillón o de la patata, tienen que defender sus intereses. En este caso la defensa es bastante fácil, siempre que la gente comience por entenderse entre sí. Nos referimos a nuestra gente, a la que produce la mercancía, porque la otra se entiende y la entiende. ¡Vaya si la entiende!

La revista del Ministerio de Comercio, "Información Comercial Española", viene realizando en su Boletín Semanal una campaña contra las prácticas monopolísticas y defendiendo la libertad mercantil. Entre los ejemplos que cita, desde las farmacias a los bancos, no incluye el de la distribución del mejillón cultivado en el mercado español, pero cita a los asentadores de pescado. En este caso los efectos son acaso peores, porque la depreciación de la mercancía se ha convertido en la base misma del negocio oligopólico, lo que no ocurre en las otras formas de anulación de la libre competencia mencionadas.

El individualismo exacerbado que aún subsiste entre nosotros, resulta hoy un camino de servidumbre económica. En este caso no perjudica sólo de mejillón a consecuencia de unas formas de comercialización demasiado estrechas, no se ha desarrollado como debiera. Como prometen la excelente calidad y la baratura extrema de la mercancía. — M.