

“Innovación, calidad y sostenibilidad son pilares fundamentales de Krustagroup”

ELÍAS SUÁREZ GARMENDIA CEO Y PRESIDENTE DE KRUSTAGROUP

En plena expansión a nuevos mercados más allá del Atlántico, Krustagroup sabe que el futuro de las empresas pesqueras pasa por un estricto cumplimiento de las normativas de sostenibilidad

Krustagroup es una compañía líder en la comercialización de pescados y mariscos con casi 60 años de vida. Venden 17.000 toneladas de marisco al año buscando ser un proveedor de confianza que simplifique las complejidades propias de la actividad pesquera. “Somos expertos en el desarrollo de producto a través de la innovación continua, en identificar oportunidades de negocio y en ofrecer a nuestros clientes las mejores soluciones. De ahí nuestro eslogan ‘Your Global Shrimp Partner’, que creemos refleja el conjunto de prestaciones que podemos ofrecer en nuestra actividad”, explica Elías Suárez Garmendia, CEO y presidente de Krustagroup.

¿Cómo han cambiado las preferencias de los consumidores y las estrategias de comercialización de mariscos y pescados en los últimos años, especialmente en un mercado tan dinámico como el actual?

La evolución de nuestro sector ha sido muy importante debido a factores como los cambios en los hábitos de los consumidores. La sociedad ha evolucionado, con innovaciones que ya son imprescindibles en su día a día, y eso ha hecho que Krustagroup se haya tenido que adaptar a estas nuevas necesidades y a las oportunidades que representan.



España está avanzando hacia un modelo de compra, por ejemplo, menos tradicional en cuanto a formatos. El producto viene en bandeja, perfectamente limpio y con la conveniencia de llevarse solo la cantidad deseada. Es necesario dar respuesta a estos nuevos hábitos de consumo a la hora de elaborar nuestra producción, tanto en España como en Argentina, con instalaciones modernas y convenientemente equipadas. Contamos con las certificaciones más exigentes para poder cumplir con la estricta normativa en ma-

“Las prácticas sostenibles dentro de la pesca y de la acuicultura están ganando impulso, y Krustagroup no puede estar más de acuerdo con este planteamiento”

teria de seguridad e higiene alimentaria.

¿Qué papel juega la innovación en el desarrollo de nuevos productos y en el cumplimiento de los estándares de sostenibilidad en Krustagroup?

La innovación, junto con la calidad y la sostenibilidad, son pilares fundamentales en nuestra empresa. Una de las tendencias más acusadas en nuestro sector es el énfasis en la sostenibilidad de nuestros productos. Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental a la hora de elegir lo que compran, y esto se extiende a los productos del mar. Las prácticas sostenibles dentro de la pesca y de la acuicultura están ganando impulso, y muchas cadenas de ali-



mentación exigen a sus proveedores que lo certifiquen. Krustagroup no puede estar más de acuerdo con este planteamiento. La pesca sostenible implica un manejo responsable de los caladeros, respetando escrupulosamente las vedas y evitando la sobrepesca para que las poblaciones de diferentes especies objetivo se puedan reproducir de forma adecuada, manteniéndose saludables y productivos.

¿Cuáles son las prioridades estratégicas de Krustagroup a corto, medio y largo plazo, y cómo planean enfrentarse a los retos del sector en los próximos años?

Nuestra estrategia se basa en reducir la brecha que existe entre los operadores pesqueros y los consumidores finales. De uno a otro hay un sinfín de pasos que hay que dar, y procuramos garantizar el suministro con los estándares más altos de calidad para asegurar que el producto llega en perfectas condiciones, minimizando siempre el impacto sobre el medio marino y su biodiversidad. Añadimos valor y transformamos la complejidad operacional de la industria pesquera mediante procedimientos estrictos impuestos por la industria de consumo masivo y por las grandes superficies.

En términos financieros y de expansión, ¿cómo se perfila el cierre de 2024 para Krustagroup? ¿Qué hitos destacan como los más relevantes?

Este año está siendo un positivo por el gran desarrollo en el mercado estadounidense con el gambón argentino. Empezamos el año dentro del TOP 25 de las empresas españolas comercializadoras de pescado y marisco congelado, y esperamos seguir escalando puestos en esta lista. En 2025 esperamos afianzarnos en los mercados en los que tradicionalmente estamos y llegar a otros

nuevos, como el mexicano. Además, este año ha sido el primero tras la adquisición de la italiana Effegi Service S.p.a., lo que se ha traducido en impulsar nuestra estrategia de crecimiento en el mercado europeo y de diversificación en nuestros canales de venta.

Uno de los hitos que alcanzaremos en 2025 es la obtención de la certificación MSC para el gambón argentino, una de las más importantes en cuanto a estándares de sostenibilidad pesquera a nivel mundial. En este proceso ha jugado un papel fundamental nuestra estructura en Argentina, y nos permitirá crecer en los mercados más sensibles a las exigencias en materia de sostenibilidad certificada, como pueden ser los anglosajones.

En su opinión, ¿qué necesita una empresa del sector de productos del mar para mantenerse competitiva y exitosa en los próximos años?

Debe seguir trabajando en defensa de la pesca responsable en caladeros certificados, aplicando las tecnologías más avanzadas en todas las etapas de la cadena de valor para garantizar la calidad de todos nuestros productos. Esto es una máxima en nuestra compañía, y disponer de productos certificados será determinante en los próximos años. No menos importante es saber comunicar estas prácticas y poner en valor el enorme trabajo que se realiza en este sentido.

Otra de las cosas que buscamos es tener un mayor conocimiento del consumidor para poder adaptarnos a sus necesidades, saber quién es, qué consume o cómo compra. Y saber informarle de forma ágil y rápida de la trazabilidad del producto a lo largo de la cadena.

