

Petaca Chico se consolida como uno de los grandes líderes del sector pesquero en España

La compañía, con más de 120 millones de facturación y 20.000 m² de instalaciones, ha evolucionado de la compra-venta a liderar la transformación y el I+D del atún.

Petaca Chico es una empresa familiar con más de 30 años de trayectoria que ha pasado de la comercialización de pescado fresco a convertirse en un grupo de referencia en el sector. Con tres plantas de producción, 20.000 metros cuadrados de instalaciones y una facturación superior a los 120 millones de euros, está especializada en atún rojo salvaje de almadraba y controla todo el proceso, de la pesca a la venta. Su crecimiento, nuevas adquisiciones y reconocimientos recientes reflejan una clara apuesta por la calidad, la innovación y su expansión internacional, ahora también en Estados Unidos. Hablamos con Ernesto Chalela, director general de Petaca Chico.

Pregunta. ¿Qué supone para Petaca Chico dar este paso hacia EUA y con qué objetivos afrontáis este nuevo mercado?

Respuesta. Para Petaca Chico, este paso hacia Estados Unidos supone un hito muy importante dentro de nuestra trayectoria. Es un proyecto que llevamos años madurando y que afrontamos con la seguridad de estar preparados para dar este salto.

Nuestro objetivo es posicionar en este mercado productos de altísima calidad como nuestro atún rojo salvaje de almadraba, reconocido como uno de los mejores atunes del mundo, así como nuestro pulpo. Queremos trasladar al mercado estadounidense no



“Controlar todo el proceso nos permite garantizar una calidad absoluta y preservar intacto el valor gastronómico del producto”

solo un producto, sino una forma de entender el mar, la pesca y la excelencia gastronómica.

P. ¿Qué valor diferencial os aporta vuestra visión integral de la pesca a la comercialización?

R. En nuestro caso, especialmente en el atún rojo salvaje de almadraba, controlamos todo el proceso, desde la pesca hasta la comercialización. Esta visión integral nos permite garantizar la trazabilidad y la correcta custodia del producto en cada fase.

Esto se traduce en un control absoluto sobre la calidad, asegurando que el producto llegue al cliente final en las mejores condiciones posibles, manteniendo intactas sus cualidades y su valor gastronómico.

P. ¿Cómo se trabaja para seguir innovando sin perder la esencia del producto y la tradición que os define?

R. Creo que la clave está en nuestra trayectoria, con más de 30 años de experiencia,

y en los valores que siempre nos han guiado: la pasión por el mar y el respeto absoluto por el producto.

Desde esa base, trabajamos con una mentalidad abierta a la innovación, investigando, siendo curiosos y explorando nuevas posibilidades, pero siempre sin perder de vista nuestras raíces y la tradición que nos define.

P. La colaboración con Ángel León os sitúa también en un territorio de alta gastronomía e I+D. ¿Qué os aporta esta alianza y qué representa para la marca trabajar junto a una figura tan influyente?

R. Nuestra relación con Ángel León es el resultado de una conexión que se ha construido de forma natural a lo largo de los años. Hemos compartido camino como proveedor y cliente, pero sobre todo nos une una misma pasión por el mar y un profundo respeto por el producto.

De esa afinidad han surgido proyectos conjuntos que han dado lugar a desarrollos muy relevantes para la gastronomía, como el “jamón del mar” o el “lomo del mar”, y otros que están por venir.

Para nosotros, esta alianza representa no solo una oportunidad de innovación, sino también la posibilidad de seguir explorando los límites del producto marino desde una visión compartida.

Más información
www.petacachico.com

