

## EMPRESAS Y SECTORES

POR GINÉS DONAIRE

**E**l monocultivo del olivo configura el océano verde con que, a vista de pájaro, se presenta la provincia de Jaén. Y sorprende que, en medio de este bosque de 70 millones de árboles, emerja una de las empresas punteras en la comercialización de mariscos y productos del mar. Gambas, langostinos, cigalas o nécoras salen desde los cocederos y plantas de elaboración de Mariscos Castellar hacia las principales cadenas de alimentación del país. En 2020, pese a la pandemia y el cierre del canal Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) durante muchos meses, la venta de marisco se ha mantenido en los niveles más altos, pero ha sido en las fiestas navideñas cuando se dispararon.

“Estamos gratamente sorprendidos por cómo han ido las ventas en la última campaña de Navidad, mucho mejor de lo que podíamos pensar después de un año tan atípico”, explica Josefina García Calero, directora comercial de Mariscos Castellar. Esta empresa, fundada hace medio siglo por su padre, concentra en estas fiestas el 70% de su facturación anual, que en 2019 ascendió a 37,5 millones de euros. La firma jienense comercializa más de 10 millones de kilos de mariscos y pescados y va a aumentar su producción de marisco cocido.

### Los cimientos

Fue en el año 1969, en la comarca de El Condado, una de las más deprimidas de la provincia de Jaén, cuando José García y Elisa Calero pusieron los cimientos de lo que hoy es una empresa familiar de éxito. Primero empezaron a vender, casi de manera rudimentaria, las cajas de gambas que le llegaban desde las costas andaluzas. Más tarde crearon su propio cocedero de mariscos y actualmente cuentan ya con una importante red logística que hace que sus productos lleguen a buena parte del territorio nacional (sobre todo la franja centro-sur) y también a países como Portugal, Países Bajos, Rumania, Reino Unido, y se preparen para dar el salto a Alemania. En el mercado británico las ventas se ralentizaron cuando irrumpió la pandemia, al ser la hostelería su principal nicho de mercado, y ahora el Brexit inquieta sobre el futuro más inmediato.

Mariscos Castellar se abastece del mejor marisco en la lonja de Huelva y también lo importan de países del Magreb. Los productos procedentes de piscifactoría se traen desde Ecuador, mientras que en Vigo adquieren otro tipo de pescado. Y es que, en los últimos años, la empresa ha puesto en el mercado otros productos complementarios al marisco recién cocido y los ultracongelados. Es el caso de los pescados blancos, como el bacalao de primera conge-



Trabajadoras de Castellar en la planta que la compañía tiene en Jaén.

## Mariscos en medio del olivar jienense

Castellar, cuyo dueño comenzó vendiendo gambas en bicicleta, se convierte en uno de los principales cocederos de crustáceos de España

ción con origen en Islandia; salpicón de marisco y preparados para sopa y paella; precocinados como tortillitas de camarones, ortiguillas o mejillones; y, finalmente, se han atrevido con las carnes y ofrecen desde croquetas a *nugets* de pollo o miniflanqueines.

Sus tres centros de producción, con 36.000 metros cuadrados de superficie y una capacidad de frío superior a los 100.000 metros cúbicos, están repartidos por la provincia de Jaén. En el pequeño municipio de Castellar, de apenas 3.000 habitantes,

conservan su primitivo cocedero, donde elaboran cada año 2,5 millones de kilos de productos del mar. En la vecina localidad de Santisteban se encuentra la mayor capacidad frigorífica y las oficinas, y en la capital jienense tienen su principal centro de distribución. Desde aquí comercializan sus productos a través de mayoristas y en las principales cadenas de alimentación del país. Algunas de ellas, con presencia en otros países, comercializan los productos de Mariscos Castellar mediante marca blanca.

Pese a las adversidades surgidas con el estallido de la pandemia, Castellar no se ha visto obligada a realizar ningún ajuste de plantilla entre su centenar de trabajadores. Tampoco ha aplicado ningún ERTE, aunque sí que se han resentido los empleados eventuales que solían contratar en épocas de alta demanda, como la Semana Santa o las ferias estivales. “Hemos mantenido el tipo gracias a nuestra clientela de tiendas de alimentación, donde se ha incrementado la demanda, en buena medida por los precios competitivos

que ofrecemos”, señala Josefina García. No oculta, sin embargo, el impacto que tuvo en las cuentas de la empresa el cierre del canal Horeca durante los meses del confinamiento, ya que la hostelería acapara el 40% de sus ventas.

Pero esa minoración en las ventas se ha compensado sobradamente con el repunte experimentado en las fechas previas a las fiestas navideñas. Aunque lanzaron esta campaña en octu-

**José García y Elisa Calero levantaron la compañía en 1969 en la comarca El Condado**

**La firma comercializa 10 millones de kilos de pescado y factura cerca de 38 millones de euros**

**El 70% de las ventas se concentran en Navidad y la última campaña fue mejor de lo esperado**

bre, fue después del puente de la Constitución cuando se dispararon los pedidos. “Creo que pese a las dificultades económicas que están pasando muchas familias en esta crisis, se ha puesto de manifiesto que el marisco es algo incrustado en la cultura gastronómica en Navidad en nuestro país”, subraya la directora comercial.

En un mercado muy competitivo, Mariscos Castellar quiere expandirse apostando por la innovación y la diversificación. Coincidiendo con su 50º aniversario, en 2019 la firma jienense renovó su imagen y empaquetado, lo que le valió el premio ARCA al mejor *packaging* de alimentos de la península Ibérica por el diseño innovador de sus nuevos envases. También aprobó un plan estratégico con el que prevé seguir esa línea de crecimiento en los próximos años. “Y tan importante para nosotros es el factor humano, que constituye un pilar esencial en una industria alimentaria en la que aún pervive el valor de la tradición artesanal”, manifiesta Josefina García.

En este medio siglo de andadura, Castellar ha ido evolucionando ante un mercado cada vez más exigente hasta convertirse en uno de los cocederos de marisco más pujantes del país y un referente en la distribución de alimentos congelados. Una especie de oasis en medio del manto verde que cubre el territorio olivarero por excelencia del mundo. Y todo gracias a la visión empresarial que tuvo José García, que empezó repartiendo gambas y cigalas en una vetusta bicicleta.