



Presente y futuro de los mercados de pescado y productos pesqueros de la pesca a pequeña escala

**Enfocado especialmente en los casos de
*México, Perú y Brasil***

Documento final

Noviembre 2005

Preparado por:

Roland Wiefels
(INFOPESCA)

Con la participación de

Graciela Pereira
Henri Marquéz Escudero
Maria Ayala

Traducción del original inglés al español:
Inés Oribe (INFOPESCA)

INFOPESCA - FAO

ÍNDICE

<u>Introducción</u>	4
1 – Pesca a pequeña escala y la acuicultura en América Latina	5
1.1 – El caso de México	6
1.2 – El caso de Perú	13
1.3 – El caso de Brasil	19
2 - Comercialización de la producción de la pesca a pequeña escala	23
3 – Mercados potenciales para los productos de la pesca artesanal y la acuicultura	26
4 – Principales soluciones para superar los problemas existentes	30
<u>Conclusiones</u>	32

Introducción

La primera dificultad que se encuentra generalmente cuando se trata sobre la “pesca a pequeña escala” es la de definir un significado apropiado para el concepto, el cual se basa en una palabra subjetiva (qué es pequeño?)

En su reunión celebrada en Bangkok, en noviembre de 2003, el Grupo de Trabajo de FAO sobre la Pesca a Pequeña Escala se enfrentó con la misma dificultad y, luego de abstenerse de dar una definición definitiva, trató de brindar una caracterización del sector como sigue:

“La pesca a pequeña escala se puede caracterizar a grandes rasgos como un sector dinámico y en evolución que utiliza tecnologías de capturas, elaboración y distribución con mano de obra abundante para explotar los recursos pesqueros marinos y continentales. Las actividades de este subsector, realizadas de manera exclusiva o parcial, o bien simplemente estacional, están orientadas con frecuencia al suministro de pescado y productos pesqueros a los mercados locales y nacionales y al consumo de subsistencia. Sin embargo, durante el último o los dos últimos decenios ha aumentado en muchas pesquerías a pequeña escala la producción orientada a la exportación, debido a una mayor integración de los mercados y a la globalización. Si bien los hombres participan normalmente en la pesca y las mujeres en la elaboración del pescado y la comercialización, es un hecho conocido que las mujeres trabajan también en actividades de captura cercanas a la costa, mientras que los hombres lo hacen en la comercialización y distribución del pescado. Otras actividades complementarias, como la fabricación de redes, la construcción de embarcaciones, la reparación y mantenimiento de motores, etc., pueden proporcionar un empleo adicional relacionado con la pesca y oportunidades de ingresos en las comunidades de pesca marina y continental. La pesca a pequeña escala funciona con niveles organizativos muy diferentes que abarcan desde operadores únicos autónomos hasta microempresas no oficiales y actividades comerciales del sector oficial. Por consiguiente, este subsector no es homogéneo en el ámbito de los países y las regiones, ni entre ellos, y está justificado que se preste atención a este hecho a la hora de formular estrategias y políticas para aumentar su contribución a la seguridad alimentaria y al alivio de la pobreza”

En muchas lenguas de origen latino (Español, Portugués, Francés...), sin embargo, no es tanto el concepto de “pequeño”(ej.: por debajo del promedio, en tamaño o en magnitud) el que se utiliza, sino el concepto de “artesanal” (ej: trabajador experto que realiza algún oficio o alguna destreza manual). En América Latina, el concepto de “pesca artesanal” se utiliza más comúnmente como el opuesto a “pesca industrial”.

Pero el concepto tiene también varias definiciones según el país:

- En la actualidad, en Brasil, no es el tamaño de las artes de pesca pero sí la relación laboral la que define a un pescador artesanal: el pescador artesanal trabaja con autonomía, con sus propias artes de pesca, solo, con parientes o asociado a personas, pero sin ninguna relación de empleo.
- En México, los conceptos a “pequeña escala” o “artesanal” no se usan comúnmente, pero hay distinción según las áreas de producción: continental, costera (hasta 3 millas de la costa) o “pesca en alta mar” así como una distinción según el tamaño del barco (los barcos por debajo de las 10 BRT son llamados “barcos pequeños” mientras que aquellos de más de 10 BRT son clasificados de acuerdo a la especie objetivo: atún, sardina/anchoveta, camarón, peces blancos o propósito múltiple).
- En Perú, la pesca artesanal es la que se practica con barcos que tienen una capacidad de bodega de menos de 32,6 m³ (30 TM) o menos de 15 metros de

eslora, y las capturas destinadas al consumo humano directo, ej.: todas las pesquerías que no están calificadas como a “gran escala” (la que se practica en barcos con capacidad de bodega que exceden las 30 TM) y que no venden sus capturas a las plantas procesadoras de harina de pescado, son consideradas “artesanales”. También existen lugares diferentes para los desembarques de los barcos artesanales y los barcos industriales, incluso en el mismo puerto.

Todos los otros países de América Latina tienen sus propias definiciones, relacionadas con el tamaño de las artes de pesca, áreas de trabajo restringidas o relación laboral. En algunos países la diferenciación es más importante que en otros y, según la importancia que se le de a esa diferenciación, se considera, o no, la pesca artesanal dentro de las estadísticas pesqueras nacionales.

Las diferentes formas de percibir la pesca artesanal, sea por la relación laboral, las áreas de trabajo limitadas o el tamaño de sus artes de pesca, se pueden ver con carácter positivo dentro de las actuales grandes preocupaciones que existen a nivel mundial. En el caso de las áreas restringidas de trabajo se resalta la importancia del papel del pescador artesanal y sus comunidades en el ordenamiento costero. El tamaño limitado de las artes de pesca es un apoyo positivo para la sostenibilidad de los recursos. La libre asociación de los trabajadores especializados de la comunidad, sin relación laboral, se puede ver también como una forma muy moderna de trabajar y crear riqueza.

La diferencia semántica entre “a pequeña escala” y “artesanal” podría tener también alguna implicancia de percepción por parte del público en general (o por los consumidores). En algunos países, para los productos alimenticios (así como algunos otros), incluyendo el pescado, el sello “producto artesanal” se percibe en general como un sello de calidad y da puntos a favor del producto. No se tiene la seguridad de que un sello de “producto a pequeña escala” pudiera tener el mismo efecto.

1 – Pesca artesanal y la acuicultura en América Latina

En los países de América Latina, con muy pocas excepciones (como el caso de la caza de ballenas en Brasil en el siglo XVIII), todas las pesquerías se podrían considerar artesanales hasta mediados del siglo XX. Entonces, semánticamente, nosotros podríamos decir por lo tanto que la pesca “artesanal” es también en gran parte pesca “tradicional”

Por la naturaleza misma de la actividad, como forma de unir esfuerzos y cuidar de la seguridad común, en casi todos los países los pescadores viven en comunidades. Los pueblos pesqueros a lo largo de la costa o de los ríos y en distritos pesqueros en las grandes ciudades costeras, normalmente se establecen alrededor de pequeños muelles o en instalaciones de desembarque. A partir de la primera mitad del siglo XX, la mayoría de estas comunidades estaban organizadas en asociaciones o cooperativas. La organización de comunidades pesqueras en la primera mitad del siglo XX, tuvo el apoyo de la armada nacional, como una forma de supervisar las costas nacionales a través de “los ojos y los oídos” de los pescadores. Fue por ese motivo que la armada de Brasil, envió a un crucero en una misión de 4 años (1919 – 1923) para organizar las “colonias pesqueras”, brindándoles cuidados médicos, y enseñanza, para crear un fuerte sentido patriota. Muchas de estas colonias existen aún hoy en día.

El sector moderno de la pesca industrial de América Latina se desarrolló durante los años '60 y '70, teniendo como objetivo principal los mercados exportadores. El

desarrollo de la pesca industrial se centró en el camarón, la langosta, el atún, la merluza, y otros productos que tenían una creciente demanda en los mercados internacionales. Otros productores industriales, sin embargo, se centraron más en el mercado local, en particular en los abastecedores de las fábricas de conservas y en algunos procesadores de productos pesqueros congelados..

Durante ese período la pesca artesanal también mejoró mediante la modernización de los barcos y las artes de pesca, utilizando barcos más grandes, sustituyendo la madera por el acero o la fibra de vidrio, y por la sustitución progresiva de los remos y las velas por motores interiores o fuera de borda. Sin embargo, siguieron centrándose en los mercados locales que también crecían por todos lados, siguiendo el rápido crecimiento de la población en la mayoría de los países de América Latina. El crecimiento poblacional estaba combinado con el crecimiento urbanístico. En la actualidad, casi el 80% de la población en América Latina es urbana, concentrándose a menudo en grandes ciudades.

En forma paralela al desarrollo de la pesca, en todos los países se empezaron a construir redes de carreteras, la mayor parte a lo largo de la costa, facilitando así el transporte de las capturas a los mercados y también motivando el turismo que, mediante la construcción de residencias de veraneo para la clase alta y media local o de hoteles para turistas nacionales o extranjeros, comenzó a ocupar grandes porciones de terreno a lo largo de la franja costera. El impacto de esta evolución sobre la comunidad pesquera tradicional fue múltiple. Por un lado, le fue más fácil vender su producción pesquera a través de la construcción de instalaciones de transporte y permitiendo que el consumidor estuviera más cerca de la comunidad. Al menos durante la temporada de vacaciones pero, por otro lado, muchos pescadores fueron atraídos hacia otras actividades como la construcción civil o la pesca turística. Muchas de las comunidades pesqueras, principalmente las pequeñas, no resistieron y desaparecieron. Otras, mejor organizadas, se adaptaron rápidamente a los nuevos tiempos y modernizaron sus actividades.

Los casos de México, Perú y Brasil son un ejemplo ilustrativo de la tendencia general de América Latina. Uno no puede olvidar que estos tres países concentran más de la mitad de la población del continente e incluso más de la mitad de la producción pesquera del mismo, aún cuando la mayor parte de la producción provenga de la de harina de pescado de Perú en base a la anchoveta (tabla 1).

Tabla 1 – Consumo aparente de productos pesqueros – promedio 1999 -2001

País	Producción (TM)	Uso no alimentario (TM)	Balance Import/expor. (MMT)	Población (1.000)	Producción Per cápita (Kg)	Consumo Per cápita (Kg)
México	1.366.071	238.725	- 92.070	98.928	13,8	10,4
Perú	9.032.601	8.302.807	-212.085	25.950	348,1	20,1
Brasil	922.658	60.635	229.241	171.795	5,4	6,5
Total América Latina y el Caribe	19.197.660	12.617.204	-2.147.991	520.214	36,9	8,7
3 países/continente	59%	68,2%		57%		

Fuente: Estadísticas pesqueras- productos, FAO, 2002

1.1 – El caso de México

Existen alrededor de 1.650 cooperativas pesqueras en México, conocidas como "Sociedad Cooperativa de Producción Pesquera". Estas cooperativas recibieron en 1940 un fuerte apoyo por parte del Gobierno Federal, y durante muchos años, tuvieron el monopolio de la captura y comercialización de 8 especies importantes, entre ellas el camarón, la langosta y las ostras.

Mapa 1 - Tamiahua, en México

El caso de la cooperativa pesquera de Tamiahua es ilustrativo de cómo los pescadores artesanales pueden organizar sus comunidades.

La ciudad de Tamiahua esta localizada en la boca sur del lago Tamiahua que tiene una extensión de 88.000 hectáreas (alrededor de 100 Km de extensión y 25 Km de largo). Este lago tiene un doble uso: turismo y pesca. Las capturas en el lago se realizan mediante concesiones que se les da a las organizaciones de pescadores locales, teniendo en cuenta la protección del hábitat y la conservación de los recursos. Las organizaciones de pescadores acordaron utilizar solamente artes de pesca selectivas que aseguran la sostenibilidad de la actividad pesquera y limitan el impacto ecológico de las actividades humanas. Las principales especies que se capturan son las ostras, los camarones y algunos peces blancos.



Foto 1: Lugar de desembarque de la

Cooperativa

La ciudad de Tamiahua tiene 5.153 habitantes (lo que representa el 19.2% del total de la población del municipio). Dentro de las estadísticas nacionales de México demuestra tener un alto índice de marginalidad, una cifra de 0.58648. Hay 2.562 pescadores registrados, 343 que pertenecen a la Cooperativa "Pescadores de Tamiahua". Esta cooperativa se estableció legalmente como S.C. de R.L. de C.V., que significa Sociedad Cooperativa, con Responsabilidad Limitada y Capital Variable. Es una Organización Social, una de las más grandes del Estado de Vera Cruz. Se estableció en 1972 con 343 miembros, manteniendo el mismo numero hoy en día, luego de 33 años, teniendo sin embargo 20 aspirantes para convertirse en miembros de la cooperativa.



La cooperativa tiene una concesión renovable a 20 años para la extracción o captura y procesamiento de ostras y camarones, así como autorización para capturar cangrejo azul y otros peces (besugo, róbalo, lisa, pescadilla...) dentro o fuera del lago.

1.1.1 – técnicas de producción en Tamiahua

Foto 2: barcos pesqueros típicos

a) extracción de ostras: Este trabajo se realiza con botes de fibra de vidrio de 18 a 23 metros de eslora y con motor fuera de borda de 15 a 40 HP. La extracción se hace con "gafas" que son dos rastillos de 2.5 a 5 metros de longitud que unidos forman una



pinza (figura 3). Sobre los bancos con una gran cantidad de ostras, es posible extraer unas 200 ostras en cada operación. Luego la tripulación selecciona las que están por debajo de los 8 cm de largo y las devuelven al banco de ostras. Las ostras del tamaño apropiado se envasan en costales llamados "arpillas" que pesan de 35 a 40 kg. Estas "arpillas" pueden llegar a contener hasta 500 ostras cada una.

b) capturas de camarón: Este trabajo se realiza durante la noche de 7:30 p.m. a 5:30 a.m. con solamente una persona por barco utilizando una red de mano dentro de un corral de madera (*charranga* –ver figura 5).

c) capturas de cangrejo azul: Esta tarea la realizan normalmente dos personas en el barco utilizando una trampa jaibera. La trampa se pone dentro de agua con pedazos de pescado o patas de gallina como carnada, unos 30 minutos.

d) capturas de peces: Esta actividad se realiza con redes de enmallé de unos 300 metros de largo y 3 metros de altura (el tamaño de la malla es entre 76 y 102 mm, mono o multifilamento de 0.2 a 0.55 mm) en los mismos barcos que se describieron anteriormente. Las redes se ponen en el agua de 8 a 12 horas. El barco tiene una tripulación de 2 o 3 personas y mientras la red está en el agua la tripulación golpea repetidamente la superficie para llevar a los peces directamente a la red. Las principales especies capturadas son besugos, róbalos, lisas, pescadillas, entre otros. Las capturas se mantienen a bordo en cajas de una capacidad de 40 a 50 Kg, sin hielo. Los barcos retornan a la tarde para descargar sus capturas en los lugares de desembarque donde los pescados se mantienen en cubetas cubiertas con paneles de madera.

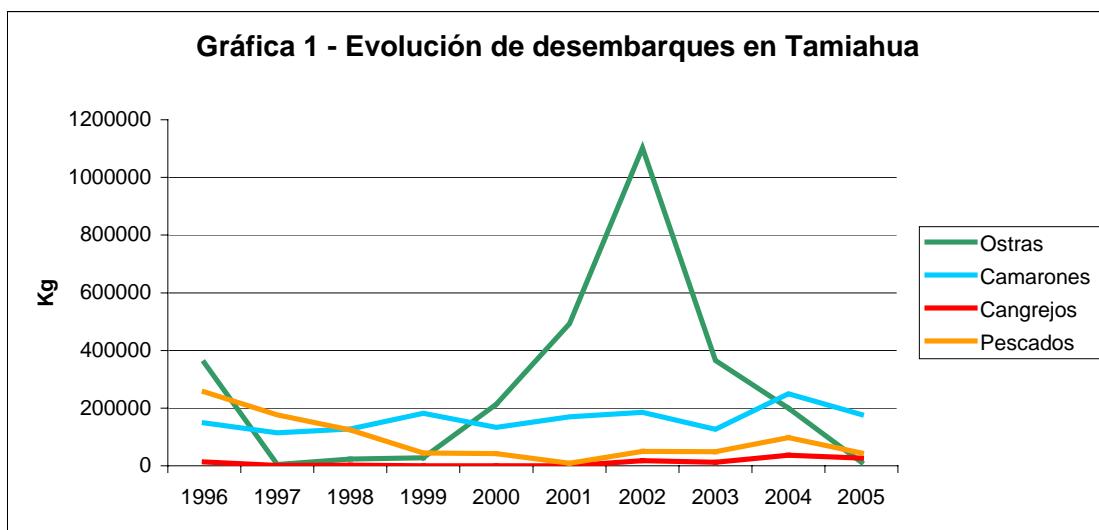
Los pescadores llevan su producción a las instalaciones de la cooperativa para que se venda a nivel local, o para ser enviada a otras ciudades de la región y a la ciudad de México. En este caso, la mercadería se pone en recipientes aislantes de fibra de vidrio con hielo. Este se compra en la planta de hielo de la ciudad a un costo de 90 a 100 pesos mexicanos (U\$S 8.40 a 9.50) por barra. Para conservar la producción el costo promedio mensual de hielo para la cooperativa es de U\$S 2.000, o un promedio de U\$S 20.000 por año.

Las capturas en Tamiahua han evolucionado de manera diferente durante los últimos 10 años, según la especie, incluyendo los 3 años que las capturas de cangrejo estuvieron vedadas (tabla 2). De hecho, está claro que durante ese período, la explotación del camarón mostró una buena sostenibilidad, mientras que los bancos de ostras fueron muy explotados del 2000 al 2004 y particularmente en 2002 (gráfica 1). Estos elevados niveles de extracción durante 5 años siguieron a un período de 3 años (1997-1999) de baja extracción que, a su vez, había seguido a la alta producción de 1996. Esto nos permite suponer que la explotación de ostras en el lago todavía no está bien administrada, dando lugar a ciclos sucesivos de alta y baja producción.

Tabla 2 – Evolución de los desembarques en Tamiahua (en Kg)

SPECIES	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Ostras	357,280	4,480	22,995	27,475	212,940	493,430	1,102,115	365,645	199,289	12,075
Camarones	148,600	114,248	127,928	182,182	132,820	170,079	185,179	126,062	250,160	177,075
Cangrejos	13,649	908	1,973	0	0	0	17,344	12,588	36,462	26,810
Pescados	255,973	176,790	124,536	44,813	41,704	9,397	50,448	49,077	97,610	44,747

Fuente: Cooperativa Pesquera de Tamiahua ; Enero-setiembre, 2005



Fuente: Cooperativa Pesquera de Tamiahua; Enero-setiembre, 2005

Luego de realizar una selección y un procesamiento ligero a algunas especies, la cooperativa reagrupa la producción de sus socios y la vende (tabla 3).

Las mujeres de la comunidad son las que realizan las tareas de preparación del producto final incluyendo el embalaje y eventualmente el pelado del camarón. Actualmente, las mujeres realizan muchas otras tareas aparte del procesamiento simple del pescado: ellas son, dentro de la comunidad, las verdaderas administradoras de las ganancias de sus maridos, además de dedicarse al hogar y a la familia.

Tabla 3 – presentación de los diferentes productos que vende la cooperativa

Producto	Descripción/ Presentación	Envasado	Calidad percibida
Pescado fresco, entero	Diversas especies, limpio y almacenado en cajas de plástico con hielo triturado	No envasado	Fresco, rico sabor, nutritivo, precios razonables
Cangrejo azul, entero, crudo	Entero, fresco	No envasado	Fresco, rico sabor, nutritivo, precios razonables
Pulpa de cangrejo	Cocido	Bolsas de nylon 1 Kg.	Rico sabor, precios razonables
Camarón	Camarón azul y “coffee”, almacenado en cajas de plástico con hielo triturado	No envasado	Fresco, rico sabor, nutritivo, precios razonables
Ostras	Con cáscara	En bolsas de 45 Kg	Fresca, rico sabor, nutritiva, precios razonables
Ostras	Peladas	Bolsas	Con hielo, rico sabor, precios razonables

Fuente: Cooperativa pesquera de Tamiahua

En la actualidad (Noviembre de 2005), los mercados varían según el producto. Las ostras se venden en ciudad de México y Guadalajara y el camarón principalmente en ciudad de México y Tampico. Los cangrejos y el pescado se venden a nivel local.

La Cooperativa vende la mayoría de sus productos a los mayoristas locales porque carece de los medios para venderlos directamente a los minoristas y consumidores fuera de la ciudad. Los mayoristas locales tienen mejores posibilidades que la Cooperativa para almacenar y transportar grandes cantidades hacia los mercados. La Cooperativa tiene un camión en la actualidad, pero ello no es suficiente para transportar toda la producción. De manera similar, la Cooperativa no tiene suficiente espacio para exhibir los productos a los minoristas locales. Por lo tanto, trabaja con los 20 almacenes de pescado independientes de Tamiahua, que se encargan de vender los productos a nivel local. No hay un supermercado en la ciudad y el más cercano está en Tuxpán, a 40 Km de Tamiahua. Ese supermercado, que pertenece a la cadena CHEDRAHUI, compra regularmente por semana, directamente a la cooperativa, 100 Kg camarón grande, 50 Kg de camarón pequeño y 100 Kg de pescado.

Los precios minoristas del pescado y cangrejos en Tamiahua son iguales o a veces más altos que los precios del mercado mayorista de Nueva Viga, ciudad de México. Es lógico que al obtener el camarón y las ostras precios más altos (un 35%) en ciudad de México, sea mejor venderlos ahí a pesar de que tengan que transportarlos 500 Km.

En comparación con los precios a nivel mayorista, los pescadores de Tamiahua reciben un precio equitativo por su producción (tabla 4). Esto es definitivamente el resultado de juntar esfuerzos en la cooperativa.

Tabla 4 - Evolución de precios (Pesos mexicanos) en Tamiahua (Octubre 2005)

ESPECIES	Precio pagado por Cooperativa a los Pescadores (a)	Precio pagado por mayorista o minoristas locales a la Cooperativa (b)	Δ a/b	Precio pagado por los consumidores locales a los minoristas (c)	Δ b/c
Lisa	16.00	19.00	18.7%	21.00	10.5%
Sargo	35.00	37.00	5.7%	40.00	8.1%
Lebrancha	7.00	10.00	42.9%	11.00	10%
Robalo	70.00	75.00	7.1%	85.00	13.3%
Chucumite	30.00	33.00	10%	35.00	6.1%
Trucha pinta	30.00	33.00	10%	34.00	3%
Mojarra	30.00	33.00	10%	35.00	6.1%
Trucha blanca	15.00	20.00	33.3%	25.00	25%
Tilapia	10.00	15.00	50%	19.00	26.7%
Ostión*	90.00	100.00	11.1%	125.00	25%
Camarón grande	85.00	95.00	11.8%	120.00	26.3%
Camarón chico	55.00	65.00	18.2%	85.00	30.8%
Jaiba cruda	20.00	22.00	10%	25.00	13.6%
Palota	32.00	36.00	12.5%	38.00	5.6%
Cazón	15.00	20.00	33.3%	26.00	30%
Bacalao	24.00	26.00	8.3%	30.00	15.4%
Bandera	10.00	11.00	10%	13.00	18.2%
Cubera	27.00	27.50	1.9%	30.00	9.1%
Chabela	27.00	28.00	3.7%	30.00	7.1%
Chopa	10.00	12.00	20%	14.00	16.7%
Churro	3.00	4.50	50%	6.00	33.3%
Guachinango	55.00	63.00	14.5%	75.00	19%
Gurrubata	8.00	11.00	37.5%	14.00	27.3%
Jurel	12.00	15.00	25%	19.00	26.7%
Pargo	25.00	30.00	20%	38.00	26.7%
Pámpano	30.00	35.00	16.7%	40.00	14.3%
Raya	8.00	11.00	37.5%	15.00	36.4%
Rastrero	6.00	8.00	33.3%	10.00	25%
Ronco	5.00	7.00	40%	10.00	42.9%
Sierra	11.00	13.00	18.2%	15.00	15.4%
Tonton	8.00	11.00	37.5%	14.00	27.3%

Fuente: Cooperativa pesquera de Tamiahua

Obs: 1 U\$S = 10,66 Pesos Mexicanos en Octubre 2005

Más allá de los buenos precios que reciben los pescadores, nosotros podemos colegir que la cooperativa también recibe buenos beneficios por las ventas. Si nosotros aplicamos los precios de arriba y el margen bruto por especies a las cantidades que se informan en la tabla 4 para los 9 primeros meses de 2005, podemos realizar una estimación para la cooperativa como sigue:

- camarones: 177,075 Kg X 10 MP = 1,770,750 MP = U\$S 166,111
- pescados: 44,747 Kg X promedio estimado 5MP = 223,735 MP = U\$S 20,988
- cangrejos: 26,810 Kg X 2 MP = 53,620 MP = U\$S 5,030
- ostras: 12,075 MP X 10 MP = 120,750 MP = U\$S 11,327

Esto hace un beneficio bruto de un poco más de U\$S 200,000 en 9 meses de actividad, que se podría proyectar a U\$S 270,000 por el año. Si consideramos el costo anual del hielo en U\$S 20.000, el desgaste del camión y el costo de la gasolina, el deterioro de las edificaciones y de los equipos (cajas para el pescado, balanzas,..) y

otros costos menores posibles, todavía queda un beneficio neto para la cooperativa y sus 343 miembros.

Durante sus 33 años de vida, la Cooperativa se las arregló para sobrevivir, beneficiando directamente a sus socios e indirectamente a toda la comunidad de Tamiahua. Esto se debe por supuesto, al tradicional apoyo que brinda el gobierno mexicano a las organizaciones sociales, y también a la seria administración de la cooperativa durante todos esos años. El monitoreo de la situación actual, la identificación de los problemas y de las oportunidades y el desarrollo de planes estratégicos (tabla 5), llevarán a que la cooperativa sea igual a cualquier empresa de tamaño medio administrada profesionalmente dentro del sector pesquero.

La principal diferencia con las empresas privadas, es el hecho de que la cooperativa pertenece a sus miembros, quienes efectivamente reciben un gran beneficio por parte de un recurso común.

Tabla 5 – Principales estrategias y metas de la Cooperativa de Tamiahua

Estrategia	Impacto	Acciones
Capturas		
Modernización del equipamiento	Mejoramiento de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de actividades de investigación más relacionadas con las aguas continentales, por medio de empresas consultoras y centros de investigación. ▪ Obtención de opciones financieras para los pescadores ▪ Instalación de actividades de apoyo de acuerdo con los cambios necesarios ▪ Información posterior a la cadena de distribución sobre el beneficio de los cambios
Procesamiento		
Desarrollo de actividades de procesamiento	Valor agregado a los productos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Búsqueda de opciones financieras para la Cooperativa
Comercialización		
Mejor colocación del producto en el mercado regional	Incremento de la demanda del producto Incremento del valor de venta del mismo, Mejora de la imagen del producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementación de estudios de Mercado a través de firmas consultoras ▪ Implementación de campañas de publicidad para poder informar mejor al consumidor ▪ Establecimiento de diferentes niveles de asociación con los miembros de la cadena de distribución
Transporte		
Tener unidades de transporte más adecuadas	Reducir pérdidas, Más oportunidades de envíos, mejor calidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación de mejores equipos de conservación y de transporte ▪ Identificación de posibilidades financieras para la compra.

Fuente: Cooperativa pesquera de Tamiahua – Plan estratégico; Noviembre 2005

La cooperativa de Tamiahua puede ser considerada como un emprendimiento exitoso de la pesca artesanal de América Latina. También puede ser un ejemplo para muchos

otros emprendimientos, incluso aunque existan muchas cosas que se pueden mejorar dentro de esa actividad.

Foto 3: grapas para ostras y trampa jaibera para el camarón



Foto 4: artes de pesca para la captura de camarón



Foto 5: "charranga" para captura de camarón



Foto 6: capturas de peces



Foto 7: mujeres pelando camarón en la cooperativa



Foto 8: típico puesto de venta de pescado de Tamiahua abastecido por la cooperativa



1.2 – *El caso de Perú*

En Perú, trabajan en la pesca artesanal 62.341 personas (tabla 6), el 80% de las cuales están involucradas directamente en las capturas. Los pescadores artesanales están organizados en unas 300 asociaciones. Están reservados especialmente para la pesca artesanal 109 caletas marinas y 13 continentales (Mipe, 2000). Se estima que la flota artesanal cuenta con 6.258 barcos que operan entre las 60 y 80 millas de la costa. En 1999, sus desembarques fueron de 237.881 TM, principalmente pescado, destinado al Mercado local para consumo humano directo.

Tabla 6 – Categorías Artesanales en Perú

Category	Number of persons
Pescadores marinos embarcados	30.057
Recolectores y buzos costeros	7.218
Pescadores de agua dulce	16.886
Procesadores artesanales	7.693
Cultivadores artesanales de peces	487
total	62.341

Fuente: Mipe, 2000 – Agenda Pendiente pesca Artesanal

Los pescadores artesanales se encuentran bien distribuidos a lo largo de la costa de norte a sur, aunque se ha notado un descenso en la densidad (ver mapa 2 y tabla 7). Cada barco pesquero es tripulado por un promedio de 4,5 pescadores

Tabla 7 – distribución de los pescadores artesanales a lo largo de la costa peruana

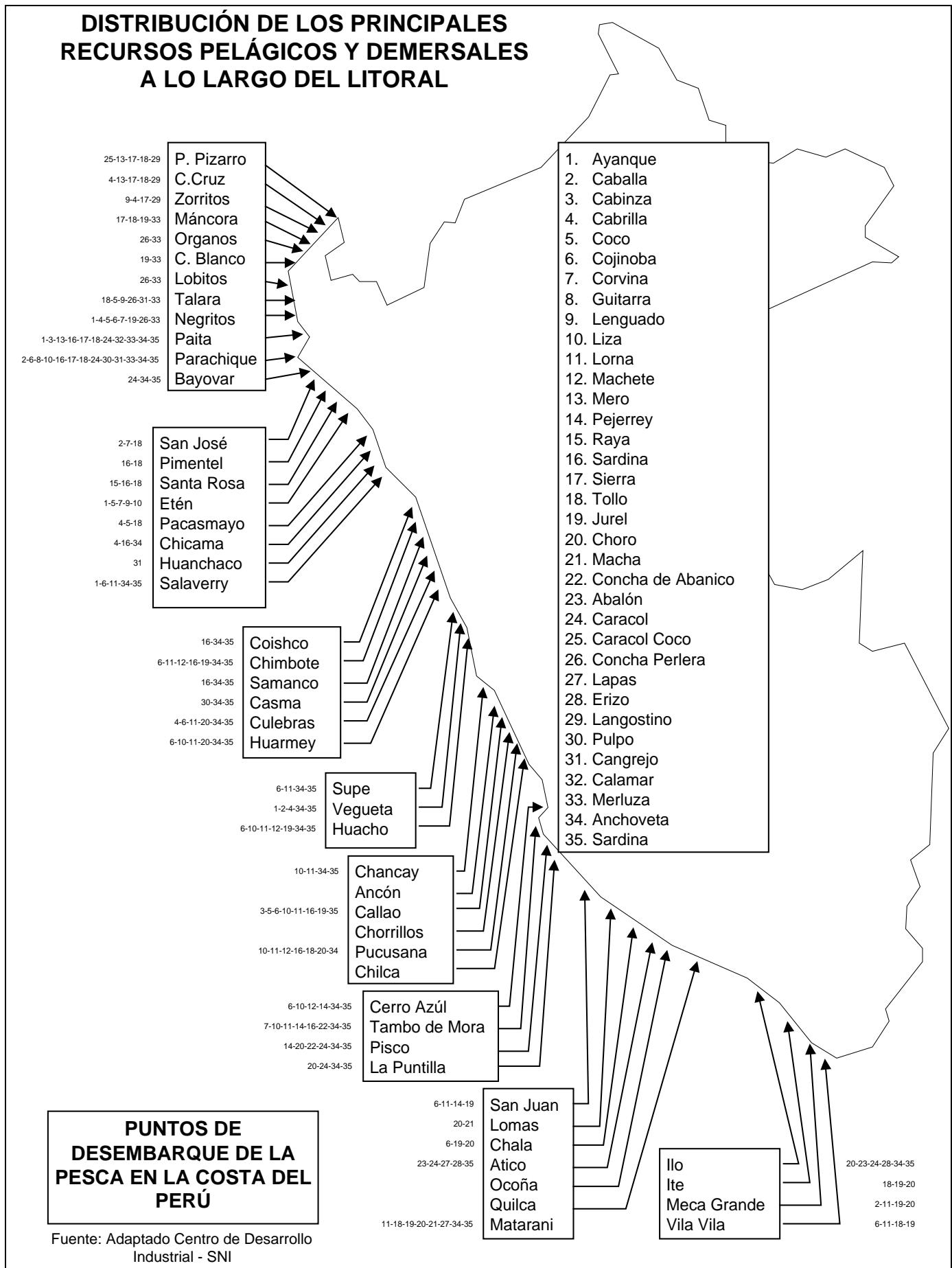
Zona de pesca marina (de norte a sur)	Numero de pescadores artesanales	Numero de barcos de pesca artesanal
Tumbes (Pto Pizarro – Cancas)	2.125	468
Piura (Máncora – Negritos)	3.576	911
Piura (Colán – Chulliyachi)	3.631	834
Piura (Parachique – Puerto Rico)	1.896	455
Lambayeque (San José - Chérrepe)	2.938	285
La Libertad (Pacasmayo – Puerto Morin)	1.080	172
Ancash y Norte Lima (Santa – Supe)	3.299	784
Lima (Calta Vidal – Callao)	2.146	741
Lima Centro y Sur (Chucuito – Cerro Azul)	1.440	474
Ica (Tambo de Mora – San Juan)	2.372	626
Arequipa	2.318	260
Ilo - Tacna	1.177	248
total	28.098	6258

Fuente: Mipe, 2000

La Dirección Nacional de la Pesca Artesanal de Perú (del Viceministerio de Pesquería) estimula a los pescadores artesanales para que se junten en asociaciones, uniones o empresas, llamadas generalmente organizaciones sociales. Hoy en día hay 108 de ellas trabajando en el país..

La comunidad pesquera de El Chaco, ubicada en el distrito de Paracas, a 18 Km al sur de la ciudad de Pisco y a 260 Km al sur de Lima, es un buen ejemplo de la diversidad de la pesca artesanal peruana. En esta zona desértica, a la que cruza la autopista Panamericana del Sur, los primeros asentamientos aparecieron en los años '60, y desarrollaron actividades pesqueras como un modo de subsistencia. La población de El Chaco no creció mucho, incluso ha estado descendiendo lentamente desde 1980. Las estadísticas nacionales informan de una población de 727 personas en 1961, 1.378 personas en 1981 y 1.196 en el año 2000.

Mapa 2 – Principales lugares de desembarque de la flota pesquera artesanal de Perú



Mapa 3: Ubicación de la comunidad pesquera El Chaco

La comunidad El Chaco está muy próxima de la ciudad de Paracas, en una importante zona turística, con el Parque Nacional de Paracas, que fue creado en 1975 como una reserva de la biodiversidad y ecosistemas así como un lugar arqueológico (relicquias pre-incaicas) Es la única zona marina protegida de Perú, y un lugar de investigación para muchas ONG nacionales e internacionales como ACOREMA, *The Nature Conservancy* o WWF. Estas ONG han realizado cursos de entrenamiento a los pescadores para el ordenamiento de los recursos. Por esta costa pasa la corriente de Humboldt, la que permite desarrollar una rica vida marina.

También se encuentra en este lugar el banco natural de vieiras más grande del país, conocido como "La Pampa".

Según el Viceministerio de Pesquería, la comunidad El Chaco tiene 190 pescadores, 165 de los cuales se embarcan en 46 barcos (tabla 8). Los 25 restantes trabajarían como estibadores en los muelles (foto 10)

Los pescadores embarcados operan con las artes de pesca tradicionales como las redes de enmalle, red de cerco y palangres. Muchos de ellos son incluso buzos y operan en los bancos de vieiras.

Los barcos de pesca artesanal son pequeños respecto a lo que establece la legislación peruana sobre definición del tamaño de los barcos.(ver tabla 8).



Foto 9: Puerto de pesca artesanal El Chaco



Foto 10: Puerto de pesca artesanal El Chaco (2)



Tabla 8 – la flota pesquera de El Chaco

Capacidad pesquera		Tipo de motor	
0.5 a 2 TM	24	Fuera de borda	32
2 a 5 TM	22	A bordo	14
Total	46	total	46

Fuente: Viceministerio de Pesquerías

Estos barcos operan básicamente con redes de enmalle, red de cerco y palangre, y se dedican principalmente a la captura de pequeños y grandes pelágicos. También transportan buzos a los bancos de vieiras.

Las vieiras son extraídas de sus bancos naturales por los buzos (junto con algunos abalones, mejillones y crustáceos con cáscara) la mayoría trabajando con apnea. Estos bancos se ven sumamente favorecidos por el fenómeno *El Niño*, haciendo que la producción de vieiras sea un éxito. Cuando este fenómeno no se da, los bancos de vieiras crecen a mayor profundidad, fuera del alcance de los buzos. Este hecho los ha motivado para desarrollar la acuicultura. La actividad acuícola se realiza en base a "semillas" naturales, las vieiras quedan suspendidas en líneas que cuelgan de jaulas flotantes. Por ser una actividad natural y que no daña el medio ambiente se permite su cultivo dentro del parque.

La tercera actividad de la comunidad es la cosecha de algas, en especial la comestible *Rhodophytes*.

Los pescadores de la comunidad pescan pelágicos, principalmente anchoveta y el pejerrey (tabla 9).

Tabla 9 – Desembarque en El Chaco: Enero- agosto 2005

Especie	Tm
Vieiras	655.6
Crustáceos con cáscara	132.5
Abalón y mejillones	18.4
Algas	531.8
Anchoveta	5,215.8
Pejerrey	142.7
Caballa	64.0
Jurel	46.2
Lapa	1.1
Pulpo	25.0
Mahi-mahi	20.0
Total	6,853.2

Fuente: Estadísticas del Viceministerio de Pesquerías

Los pelágicos (principalmente la anchoveta) se venden a las plantas procesadoras de la región de Pisco, donde se salan y se marinan. El armador tiene dos posibilidades para realizar sus ventas: puede vender sus capturas de anchoveta a la planta, y otras especies en general a los mayoristas, o, muy rara vez, puede arrendar su barco y tripulación a la planta para un viaje. En este caso, la planta asume los costos operativos, recompensa a la tripulación y se queda con toda la producción.

Las otras especies las compran los mayoristas en los muelles y son transportadas a Pisco y Lima, donde se venden a otro mayorista o directamente a los minoristas. En el ínterin los precios pueden subir mucho. (tabla 10). Algunas cadenas de supermercados cuentan con camiones refrigerados que vienen de Lima y compran directamente de los muelles. Sin embargo, a diferencia del mayorista tradicional, ellos normalmente no pagan en efectivo.

Tabla 10: evolución de los precios de especies selectas desembarcadas en El Chaco

Especies	Precios in Nuevos Soles/Kg ¹						
	Muelle (a)	Ventamilla Mercado mayorista en Lima (b)	Δ b/a promedio	Mercados locales (c)	Δ c/a promedio	Super-mercados (d)	Δ d/a promedio
Pejerrey	0.50	1.70-2.20	290%	3.0-3.50	550%	4.00	700%
Corvina	0.50-0.60	1.50-2.00	218%	2.50-3.0	400%	3.50	536%
Pargo	0.50-0.60	1.50-2.00	218%	2.50-3.00		3.50	
Jurel	2.00-2.20	3.50-4.00	79%	4.50	114%	5.00	138%
Pescado <i>Blenny</i>	2.50-3.00	5.00	82%	6.00-6.50	127%	7.00-7.50	164%
Cangre-jos ²	4.00-5.00	8.00	78%	10.00	122%	12.00	167%
Vieiras ³	10.00	18.00	80%	22.00	120%	35.00	250%
Mejillones	3.00-5.00	8.00	100%	10.00	150%	12.00-15.00	237%
Crustá-ceos	3.50-5.00	8.00-9.00	100%	10.00-11.00	147%	12.00-15.00	218%

Fuente: observación directa – María Ayala, Noviembre 2005

1 – 1U\$S = 3,40 NS

2 – por docena

3 – por manojo (= 8 docenas)

Los altos márgenes que obtienen los mayoristas y los supermercados sobre los precios que ellos pagaron a la comunidad de pescadores no organizadas de Perú, se pueden comparar con aquellos observados en México en el caso de una cooperativa de pescadores organizada (tabla 4). En el caso peruano, nosotros podemos asumir que el pescador podría conseguir precios más altos si fueran una cooperativa organizada, utilizaran hielo, y si al no ser dueños de sus medios de transporte, pudieran por lo menos atraer mayor cantidad de compradores mayoristas y elevar sus precios mediante la competitividad en la compra.

Los precios de las vieiras son muy bajos (U\$S 0,30 por docena en el muelle o U\$S 0,66 por docena minorista). Las reglamentaciones sanitarias peruanas exigen que los bivalvos se deben vender vivos pero los vendedores no las cumplen y los consumidores las ignoran.

El pescado más barato queda para consumo de la comunidad.

Las mujeres participan activamente en la venta minorista local. Al no tener ninguna otra forma de conservar los pescados, ellas los evisceran y pelan los crustáceos para poder ofrecerlos en la ciudad, incluso en Paracas. También presentan platos preparados, como el tradicional “ceviche” o el “chupe” (una sopa local). Estas ventas que realizan constituyen un importante ingreso para las familias de los pescadores.

Las mujeres también trabajan como empleadas en las plantas procesadoras que existen en la región. Su trabajo consiste normalmente en eviscerar, limpiar y sacarle la cabeza al pescado, principalmente las anchovetas que serán marinadas.

Durante la temporada turística, en el verano, no solo las mujeres sino también sus hijos preparan artículos artesanales con las cáscaras de los crustáceos o con los dientes de los lobos marinos. También ofrecen hospedaje en sus casas.

La comunidad El Chaco está constituida por familias de pescadores pero todavía carece de una asociación o cooperativa formal. De hecho ellos son grupos individuales que viven en la misma zona. Sólo los buzos están un poco organizados, juntándose en la Asociación de Captura de Crustáceos de Pisco que tiene 65 miembros de ambas comunidades. Ellos viven en una zona marina protegida, en donde han recibido algún entrenamiento sobre protección al medio ambiente que les dio una ONG. Esta zona muy natural y también muy cultural recibe muchos turistas, principalmente durante el verano. Paracas es promocionada en todos los paquetes turísticos para visitar Perú.

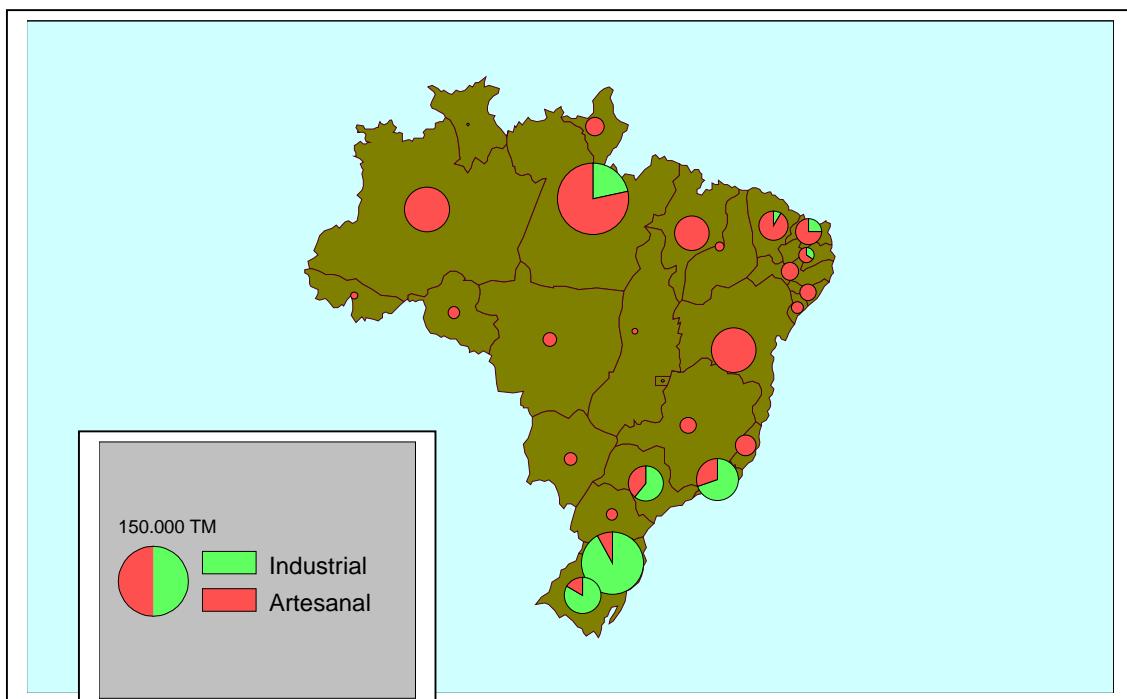
La pequeña comunidad de apenas 200 pescadores activos ha estado mostrando un descenso poblacional, posiblemente debido al desarrollo turístico que ofrece otras oportunidades laborales. No existe la seguridad de que esta comunidad pesquera artesanal pueda sobrevivir así por mucho tiempo, sin organizarse ella misma y sin un fuerte apoyo del gobierno, sea de la municipalidad, la provincia o de la Dirección Nacional de Pesca Artesanal del Viceministerio de Pesquería.

El Chaco es un ejemplo ilustrativo de lo que sucede en un gran numero de comunidades pesqueras artesanales, que aún no han aprovechado la actividad turística para mejorar sus actividades pesqueras, por ejemplo, mediante la construcción de locales de venta de pescado y de restaurantes. La principal oportunidad que tiene El Chaco, es el hecho de estar ubicada en una zona que está clasificada como parque nacional. Las actividades de los pescadores que no dañan el medio ambiente, incluyendo el cultivo de vieiras, junto a un mejor control de calidad de sus capturas (especialmente al utilizar hielo a bordo) y también mejores ventas, podrían llevar a una revitalización de la comunidad.

1.3 – *El caso de Brasil*

Las Colonias Pesqueras que fueron organizadas por la Armada Nacional a fines de la 1a. Guerra Mundial son en la actualidad 750, constituidas en 23 federaciones, casi una por cada uno de los 24 Estados Federales del país, y cuentan con un total de 326.696 pescadores. Con respecto a la producción, la pesca artesanal es responsable de los dos tercios (66%) del total de las capturas del país, 712.143 TM en 2003 (ver mapa 4).

Mapa 4 – Producción artesanal e industrial de productos pesqueros de Brasil – 2003 (en TM)



Fuente: En base a estadísticas pesqueras brasileñas, IBAMA, 2004

La mayoría de los colonias pesqueras son en realidad asociaciones, no cooperativas. Se piensa que en la actualidad hay en el país, unas 50 cooperativas pesqueras y acuícolas¹.

Con respecto a la acuicultura, la producción de productos pesqueros de cultivo fue de 272.128 TM en el 2003, y trabajaron 19.277 cultivadores de pescado registrados.

El caso de la Asociación de Mujeres de Betume, en el Estado de Sergipe, en el Nordeste brasileño, es un ejemplo ilustrativo del desarrollo de nuevas organizaciones asociadas para la producción, sea ésta de pescadores como de cultivadores de pescado.

La asociación se encuentra ubicada en Betume, un pueblo que tiene 900 habitantes, en la municipalidad de Neópolis (ver mapa 5). Los habitantes viven del cultivo de arroz

¹ Hacia fines de 1999, la Organización de Cooperativas Brasileñas (OCB) tenía registradas 14 cooperativas trabajando dentro de la pesca y la acuicultura; la Asociación Nacional de Cooperativas Pesqueras (ANACOOP) cuenta con 53 cooperativas pesqueras asociadas y el Ministerio de Agricultura tiene formalmente registradas 90 cooperativas, sin embargo, muchas de ellas están en un estado precario o incluso desactivadas.

y la cría de ganado. Betume está ubicado en el margen del río del bajo San Francisco y la región fue elegida en los años '90, por el gobierno Federal para implementar el cultivo de tilapia y otras especies de aguas dulces (principalmente *Colassomas*). Muchos cultivadores de arroz en la región del bajo San Francisco, se transformaron en pequeños cultivadores de pescado, produciendo cada uno unas 20 TM a 30 TM por año. Están agrupados en asociaciones o cooperativas. El principal problema de estas cooperativas era que no tenían los medios para procesar el pescado y solo lo podían vender a nivel local.

Mapa 5 – Betume, cerca de la boca del río San Francisco (1 cm ≈ 10 Km)



En 1997, un grupo de 14 mujeres, esposas e hijas de los cultivadores de Betume, se unieron y establecieron la Asociación de Mujeres de Betume, con el propósito de agregar valor al pescado de cultivo, principalmente mediante el fileteado. Con la ayuda de la organización Federal CODEVASF, pudieron construir un pequeño taller procesador de pescado, equipado con mesas de trabajo de acero inoxidable, herramientas de trabajo, así como con suministro de agua y luz.

Con la ayuda de un proyecto de cooperación internacional, financiado por el Common Fund for Commodities e implementado por INFOPESCA, instalaron una pequeña planta de hielo (3TM/día) para preservar su materia prima y poder procesarlo en las mejores condiciones de conservación posibles. El sobrante de la producción de hielo se vende a los pescadores y cultivadores locales, y también a restaurantes. Las ventas de hielo le permite a la asociación incrementar su capital de trabajo para comprar pescado para ser procesado, dado que la Asociación de Mujeres de Betume, en este momento, no produce su propio pescado.

El precio de la tilapia de cultivo en la región oscila entre R\$ 2,00 a R\$ 2,40 por kilo, unos U\$S 1,00/Kg (R\$ 2,20 = U\$S 1,00 en noviembre 2005). La Asociación vende filetes de tilapia en R\$ 11,00, principal y directamente a los restaurantes de la región, así como a Aracaju, la capital del estado de Sergipe. Considerando que se necesitan 3 Kgs de pescado entero para procesar 1 Kg de filetes, el margen de ganancia obtenido por kilo de filetes (R\$ 4,40, o U\$S 2,00), indica un negocio saneado con un

punto de equilibrio de sólo 1 TM de filete por mes, lo que permite pagar un salario nacional mínimo de R\$ 300 a cada uno de los 14 miembros de la Asociación, teniendo en cuenta que la venta de hielo sobrante cubre los bajos costo operativos (principalmente el transporte de pescado).

En la actualidad, el precio de venta es relativamente alto debido a la buena calidad del producto (ver fotos 10 a 15). Se asegura la calidad desde el momento en que el pescado es sacado del agua y puesto inmediatamente en hielo. El taller de procesamiento es pequeño, pero está equipado como toda planta procesadora y pronto debería recibir la autorización de los servicios sanitarios para vender en todo el territorio nacional. Hoy en día la autorización es solo válida para el estado de Sergipe. La ropa blanca de trabajo de las mujeres, así como la usual limpieza del cuarto de trabajo, demuestran la atención que se le da a la higiene y a la calidad del producto. El producto final por sí mismo: filetes frescos, envasados en plástico y mantenidos en hielo es, sin ninguna duda, uno de los productos de más alta calidad disponible en la región. Asociado a la calidad del producto sigue la logística de abastecer rápidamente y regularmente a los clientes que quieren pagar por esa calidad. En este sentido, la elección de abastecer a los restaurantes antes que a los supermercados o a los mercados municipales, fue muy adecuada.

Al observar los otros pueblos los buenos resultados obtenidos con esta actividad comercial, expresaron su deseo ingresar a la Asociación, sin importar el género. En noviembre 2005, la Asociación de Mujeres de Betume tenía 15 miembros, de los cuales 4 eran hombres. La Asociación está también incentivando a los otros pueblos que cultiven tilapia para tener un mejor abastecimiento de materia prima.

El caso de Betume demuestra que la pesca artesanal o el cultivo de pescado puede comenzar mediante el establecimiento de un taller de procesamiento artesanal. Esta iniciativa, liderada por mujeres contó, por supuesto, con el apoyo del gobierno federal y del proyecto de cooperación internacional. Sin ese apoyo, hubiera sido muy difícil para ellas lanzar el taller y pagar toda la inversión necesaria para comenzar una producción mínima viable. Una de las razones por las cuales el gobierno federal y el proyecto internacional apoyaron esa iniciativa, se debió a la visión de futuro que tenía la asociación. La comunidad de Betume se hizo a sí misma y se ha hecho conocer por el duro trabajo de su asociación de mujeres, la primera empresa de género dentro del sector acuícola de la región del bajo San Francisco.

Foto 11: cultivo artesanal de tilapia en el valle del bajo San Francisco



Foto 12: Taller y planta de hielo de la Asociación de Mujeres de Betume



Foto13: tilapia en hielo –materia prima de alta calidad



Foto14: mesa de fileteado en el taller



Foto 15: producto correctamente envasado



Fot 16: venta en la feria de Aracaju



2 – La comercialización de la producción de la pesca artesanal

En los tres ejemplos presentados anteriormente existe la evidencia de que hay innumerables diferencias dentro de la pesca artesanal en América Latina. Tanto la pesca artesanal como la acuicultura son muy dinámicas y muestran un desarrollo diferente. Según su organización y su forma de trabajar, una comunidad artesanal puede vender directamente a los consumidores o a un grupo de minoristas. El pescador artesanal se puede mantener independiente y vender su producción a un intermediario que conozca, que controla la venta al por mayor. Es evidente que el precio que se le paga a los productores es bajo, dado que el producto pasa por dos o tres mayoristas sucesivamente, a menudo con poco hielo, y lleva días antes de que llegue al consumidor. También es muy difícil mantener la reastreabilidad del producto en estas condiciones.

En gran medida, la comercialización de los productos de la pesca artesanal en América Latina, (pero también en otros lugares) enfrenta la paradoja de que la calidad es proporcionalmente inversa al precio. La mejor calidad que tiene el pescado es en el momento de su captura. A partir de ahí queda en manos del pescador. A medida que va recorriendo la cadena de distribución, de un mayorista a otro, luego al minorista y finalmente al consumidor final, la calidad del pescado se va deteriorando y los precios aumentan. Al final, el consumidor recibe un producto de la peor calidad a un precio alto, mientras que el productor que tuvo el producto de mejor calidad recibió un precio muy bajo.

Hoy en día, con muy pocas excepciones, la producción de la pesca artesanal se comercializa normalmente a través de la cadena de distribución tradicional, de los lugares de producción a los centros de consumo. Esta cadena de distribución, es común que incluya dos mayoristas, uno responsable de recoger los productos pesqueros en los lugares de producción y transportarlos a los mercados mayoristas en los principales centros de consumo y el otro responsable de las ventas a los minoristas de esos mercados.

A veces el segundo mayorista es sustituido por una planta procesadora que producirá cualquier tipo de producto con valor agregado en base a esa materia prima. No se debe confundir la planta procesadora con el mayorista que congela los productos que recibe y lo vende congelado al minorista, que a su vez, lo descongela y lo vende como “fresco”. Este segundo tipo de procesamiento le agrega costos al producto mientras le resta calidad. El congelado no siempre sigue las buenas prácticas de procesamiento. Esto se debe normalmente a una falla en el transporte y en la distribución logística del producto fresco. Las malas prácticas en el salado y secado del producto tiene a menudo un efecto similar al de agregar costos y restar calidad.

Los países de América Latina tienen la particularidad de haber pasado por una fuerte migración rural durante los últimos 50 años. Hoy en día, el 80% de sus 520 millones de habitantes están en la zona urbana, la mayoría de ellos en grandes ciudades.. Más de 50 ciudades en el continente tienen más de 1 millón de habitantes. Cuatro ciudades tienen más de 10 millones de habitantes, dos de ellas (ciudad de México y San Pablo) tienen cerca de 20 millones de habitantes. Por ese motivo los mercados se están concentrando cada vez más en puntos geográficos. Hace ya 10 años que INFOPESEA identificó esta tendencia, cuando comenzó a realizar estudios de los mercados en las grandes ciudades latinoamericanas. La colección ya cuenta con 14 publicaciones que brindan una amplia visión de los mercados urbanos latinoamericanos:

Ciudad de México (1998)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 145.555 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 8,6 Kg)
 101.552 TM de productos pesqueros se consumen frescos.

Bogotá (2001)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 42.011 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 7Kg)
 24.237 TM de productos pesqueros se consumen frescos.
 Los supermercados son responsables del 57% de la distribución de los productos, los mercados de los distritos del 33% y los restaurantes y las instituciones del 10%.

Caracas (2000)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 48.478 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 15,2 Kg)
 19.200 TM de productos pesqueros se consumen frescos.
 Las tiendas de pescado son las responsables del 34% de la distribución de los mismos, los mercados municipales del 25%, los supermercados del 17%, los restaurantes del 1% y otros del 23%.

Maracay (2005)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 5.870 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 9,3 Kg)
 Los supermercados se encargan del 49% de la distribución, los mercados municipales del 29%, las tiendas de pescado del 16%, los restaurantes del 5%.

Valencia (2005)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 16.836 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 19,8 Kg)
 Los supermercados se encargan del 69% de su distribución, los mercados municipales del 15%, las tiendas de pescado del 8%, y los restaurantes también un 8%.

Recife (2005)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 26.872 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 8,05 Kg)
 Los supermercados se encargan del 34% de toda la distribución de los productos, los mercados públicos del 29%, los restaurantes del 6%, los mercados callejeros del 4% y no determinados del 27%.

Maceió (2004)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 12.685 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 12,8 Kg)
 El Mercado municipal distribuye el 68% de los mismos, los supermercados del 20% los mercados callejeros del 7% y los restaurantes del 4%.

Aracaju (2004)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 7.760 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 16,8 Kg)
 2.076 TM de los productos se consumen frescos
 Los supermercados se encargan del 71% de la distribución, los mercados municipales del 20%, los restaurantes del 5% y las tiendas de pescados y los mercados en la calle del 4%.

Brasilia (1997)

Tamaño del mercado de productos pesqueros: 23.201 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 12,8 Kg)

4.961 TM se vende fresco.

Los supermercados realizan el 59% de la distribución, los restaurantes el 17%, el catering institucional del 14%, los mercados en las calles el 4% y otros el 6%.

Río de Janeiro (1997)

Tamaño del Mercado: 167.124 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 16,4 Kg)

54.452 TM de los productos se consumen frescos.

Los supermercados se encargan del 50% de la distribución de todos los productos frescos, los mercados callejeros y los vendedores ambulantes del 25%, las tiendas de pescado del 15%, los mercados municipales del 7% y los restaurantes del 3%.

San Paulo (1998)

Tamaño del mercado: 249.087 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 15,3 Kg)

145.317 TM de los productos consumen frescos.

Los restaurantes y las instituciones son los responsables del 49% de la distribución de todos los productos frescos, los mercados callejeros y municipales del 35%, los establecimientos pesqueros deportivos "capture & pague" del 12% y los supermercados del 4%.

Montevideo (1997)

Tamaño del mercado: 12.400 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 9,1 Kg)

5.225 TM de los productos se consumen frescos.

Los mercados municipales y callejeros se responsabilizan del 45 del pescado fresco, los puestos de pescado del 32%, los supermercados del 12% y los restaurantes del 11%.

Buenos Aires (1997)

Tamaño del mercado: 109.730 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 9,5 Kg)

80.372 TM se consume fresco

Los puestos de pescado se responsabilizan del 36% de la distribución de pescado fresco, los mercados al aire libre y los municipales del 26%, los supermercados del 23% y los restaurantes e instituciones del 15%.

Santiago de Chile (2000)

Tamaño del Mercado: 161.000 TM/anuales (consumo anual *per cápita*: 26,4 Kg)

58.710 TM de los productos se consumen frescos

Los supermercados se encargan del 45% de la distribución, las tiendas de pescado del 24%, los restaurantes e instituciones del 6%, los mercados al aire libre el 15%.

Esta rápida visión sobre algunos de los grandes mercados urbanos de productos pesqueros de Latinoamérica, muestra una diversidad de situaciones y la variedad del consumo anual *per cápita*, de 7 Kg en Bogotá a 26,4 Kg en Santiago. También muestra la importancia relativas dentro de los diferentes segmentos del mercado (supermercados, tiendas de pescado, restaurantes, etc.).

La calidad de los productos pesqueros frescos a lo largo de la cadena de distribución en América Latina hasta ahora no ha recibido la misma atención que a bordo de los barcos pesqueros o en las plantas procesadoras. Por lo tanto, la calidad de los productos frescos que se le presentan al consumidor puede variar mucho según la boca de salida o según el lugar donde se vende. Casi no existe la previsión de programas de entrenamiento para los minoristas y los mayoristas, aparte de los

pequeños esfuerzos que realizan internamente algunas cadenas internacionales de supermercados.

El relativo bajo consumo *per cápita* de productos pesqueros en la mayoría de las ciudades del continente se debe también al pequeño numero de puestos de venta minoristas, en comparación, por ejemplo, con el numero de carnicerías.

En varios países latinoamericanos se ha estado experimentando en la venta de productos pesqueros artesanales. La exportación puede ser tanto de producto fresco como procesado. En el ultimo caso, los clientes reales de la pesca artesanal son las plantas procesadoras, que compran por igual a los pescadores industriales, artesanales o a los acuicultores. En su momento, el pescado fresco que va a ser exportado necesita una calidad de primera clase y una logística de transporte eficiente. Los exportadores de productos frescos tienen en general sólo unos pocos clientes en el exterior y los abastecen con pocas especies específicas. Muy a menudo, los exportadores son agentes locales de los importadores extranjeros. Los precios que se le paga al pescador son normalmente un poco más altos que aquellos que le paga el mercado local, como una forma de alentarlo para que preste especial cuidado con sus capturas: que utilice hielo, una suave manipulación, viajes cortos.

Es frecuente que dentro de las áreas de trabajo comunal, durante las experiencias de exportaciones de pescado fresco, se produzca la depredación de la especie objetivo. Esto afecta directamente a la comunidad y algunas veces al exportador (o al agente importador extranjero). En la práctica, el exportador tiene la posibilidad de trabajar con otras comunidades así como el importador extranjero tiene la posibilidad de tratar con otros países.

3 – Potencial del mercado de los productos de la pesca artesanal y de la acuicultura

La producción de los pescadores artesanales y de los acuicultores pasa a través de dos canales posibles. El primero es la industria procesadora y el segundo el mercado de frescos. A pesar del hecho de que no existen estadísticas que midan la relativa importancia de ambas posibilidades, parecería que dentro de la escala continental, el Mercado de productos frescos es más importante como punto de destino de la producción artesanal que la industria procesadora. La diferencia podría estar en un 80% - 20% o 70% - 30%, según la experiencia del autor. La mayor parte de los productos frescos van hacia el mercado local, pero existen algunos ejemplos que muestran que los productos pesqueros artesanales enfriados también pueden ser exportados por los comerciantes que cuentan con una buena logística de transporte. Algunos mercados también atraen alimento marino procedente de países vecinos. Este es el caso de Colombia, en donde a menudo los importadores compran productos frescos de Ecuador, Venezuela o de Brasil (el 85% del pescado de agua dulce comprado por los mayoristas de Leticia proviene de la Amazonía brasileña).

Todas los institutos de investigación están de acuerdo en que la mayor parte de las especies costeras ya están, o están cerca de ser, totalmente explotadas, por lo que es evidente que los pescadores artesanales no pueden esperar una mayor producción de la que tienen en la actualidad. El desafío es, por lo tanto, no producir más sino producir mejor. Desde el punto de vista comercial, el tema no es vender mucho sino vender mejor. Vender mejor significa vender la misma cantidad de capturas a mejores precios.

El factor calidad, del producto que ofrece el pescador artesanal tiene, por supuesto, un fuerte peso sobre el incremento de los precios pero no es el único. En la actualidad, todo gira sobre la necesidad de brindarle al consumidor, que desea pagar por la

calidad, un producto que tenga casi la misma calidad que cuando el pescador lo sacó del agua. Esto requiere contar con fuerte apoyo logístico así como la toma de conciencia de la necesidad de mantener la calidad a lo largo de una rápida cadena de distribución. En todas partes existen consumidores que desean pagar por la calidad. Estos son en general los restaurantes o tiendas de pescado especializadas, y, eventualmente, algunos supermercados. La Asociación de Mujeres de Betume, por ejemplo, entendió que se podrían conseguir mejores precios mediante la venta directa a los restaurantes de productos de alto valor. En este caso, tener una oferta regular es tan importante como la calidad del producto.

Son aspectos indispensables para conseguir una mejor comercialización: utilizar hielo desde el momento de la captura, el cuidado que se debe tener con las capturas a bordo y en los lugares de desembarque, así como la rapidez para transportar el producto a los centros de consumo. Pero también existen otras posibilidades para que los productos pesqueros artesanales consigan mejores precios. Una de ellas es la de recortar todos los elementos posibles dentro de la cadena de distribución y utilizar la información ya existente sobre el mercado. En México, por ejemplo, se puede acceder fácilmente por internet a la evolución diaria de los precios en el mercado mayorista de Nueva Viga. Lo mismo sucede con los precios del mercado mayorista CEAGESP en San Pablo. Estos precios se utilizan como referencia dentro de todas las transacciones de productos pesqueros que se realizan en el país. El acceso a internet se ha democratizado en toda América Latina, así como el uso de la telefonía celular, lo cual ayuda a las comunidades pesqueras a mantenerse informada y poder tener elementos para negociar. Los precios se han vuelto más transparentes. La cooperativa pesquera de Tamiahua, por ejemplo, está enterada de la diferencia de precios según los mercados. Por esa razón algunos de sus productos se venden localmente y otros se envían al Mercado mayorista de ciudad de México o incluso a Guadalajara.

Otra forma de obtener mejores precios consiste en diferenciar el producto haciendo conocer y valorizando a la comunidad que lo produce, y también haciendo valer la especificación de "artesanía" del mismo. Los pescadores artesanales viven en comunidades en todas partes del mundo. Solo se encuentran pescadores aislados a lo largo de algunos ríos, principalmente en la región amazónica y, en estos casos, la pesca es más una actividad de subsistencia que de comercialización. Como hemos visto a través de los ejemplos de México, Perú y Brasil, hay miles de comunidades de pescadores artesanales en Latinoamérica. Estas comunidades son dinámicas y tienen sus propias características. Mientras que algunas de ellas han desaparecido a través del tiempo, debido a la urbanización, la depredación de sus caladeros tradicionales, la invasión del turismo en sus regiones costeras, o por otras causas, podemos ver que otras comunidades se han podido adaptar a la modernización y se han vuelto incluso más fuertes y más organizadas.

La mayoría de los comunidades pesqueras cuentan con características que hoy en día se consideran de alto valor. No todas las comunidades tienen las mismas características, pero pueden transferir a sus productos algunos de los valores que el consumidor quiere. Junto al producto ya se encuentra incluido el moderno concepto de rastreabilidad.

Algunas de las características de las comunidades nos permiten hacer una diferenciación positiva:

Características ambientales:

El destino de la comunidad de los pescadores artesanales está íntimamente unido a los recursos existentes en la zona donde habita. La comunidad es consciente de este hecho y participa activamente en el ordenamiento costero y en poder asegurar la

preservación del recurso, luchando contra la polución y, de esta, forma mantener la sostenibilidad de su principal actividad. En el caso particular de Tamiahua, los pescadores operan en una zona concreta: la laguna Tamiahua. Ellos mismos desean realizar un monitoreo de los recursos y usar artes de pesca selectivos en sus actividades, y este concepto también se puede transmitir al consumidor: el pescado que usted compra no daña el medio ambiente o ecológico. Las comunidades pesqueras pueden llegar a ser el concepto más cercano a **pesca responsable**.

Características turísticas

Muchas comunidades pesqueras se encuentran ubicadas en lugares costeros muy hermosos que atraen a muchos turistas. Esto a veces puede ser fatal para las comunidades dado que el turismo ofrece otras alternativas laborales, y les brindan la oportunidad de vender sus tierras y su casa, y mudarse a otro lugar. Desafortunadamente, a veces se dan estos casos. Sin embargo, las comunidades más fuertes aprovechan el turismo, a veces con la ayuda de sus municipalidades, al ser ellas mismas una atracción turística como un ejemplo de cultura pesquera artesanal, y brindar la oportunidad de que los turistas compren realmente pescado fresco, junto al bello paisaje, las playas y el sol. Los pescadores no necesitan ir muy lejos para vender sus productos y los precios son iguales a los de cualquier lugar turístico.

Como un caso extremo, podemos citar el de la colonia de pescadores en la playa de Copacabana en Río de Janeiro, donde la municipalidad construyó para ellos una pequeña tienda de pescado para que puedan vender sus capturas. Esta colonia de pescadores ya existía sobre la playa antes de la urbanización, a principios del siglo XX. Pescadores arreglando sus redes, empujando sus botes al agua o clasificando sus capturas, ya son parte del paisaje de Copacabana. El turismo y la pesca artesanal pueden tener un relación exitosa. Lo mismo sucede en muchos puertos de moda del mundo, desde Isla Margarita a Acapulco o desde Punta del Este a Cancún. Se espera que los pescadores de El Chaco tengan el mismo destino.

En forma independiente a sus actuales ubicaciones, las comunidades pesqueras artesanales tienen de todos modos el color y el sabor de las vacaciones de la mayoría de los consumidores. La asociación del paisaje de la comunidad pesquera junto al pescado que proviene de ella, brinda una imagen positiva del producto a la mayoría de los consumidores. *Rastreabilidad* he aquí un argumento comercial.

Aspectos culturales

Los pescadores artesanales tienen por supuesto, muchas culturas características en común: su cercanía al mar y a la naturaleza, la marinería, un trabajo arduo, la solidaridad en este trabajo en el que corre riesgo la vida... En la literatura mundial también se han descrito estas características, que son muy reales. El personaje descrito en la novela "El Viejo y el Mar", de Ernest Hemingway, aún se puede encontrar en muchas villas pesqueras, así como los personajes descritos por Jorge Amado en sus libros. Lo mismo sucede con los personajes de las canciones populares y los *jangadeiros*, que interpreta el cantante bahiano Dorival Caimi, siguen existiendo.

Además de las características en común, también podemos encontrar dentro de estas comunidades características culturales específicas, dependiendo del origen nacional o étnico. La imagen cultural nacional / étnica ayuda a diferenciar sus productos. Tenemos el ejemplo de los pescadores artesanales de Mar del Plata, en Argentina, que tienen sus raíces en la inmigración siciliana, y hasta hoy en día la cultura siciliana está muy arraigada en los pescadores artesanales de ese puerto argentino, sobre todo cuando algunas de las especies que se capturan son procesadas de acuerdo a técnicas tradicionales y originales. Un caso específico es el de la anchoita salada al estilo *allíci*. En Florianópolis, Brasil, la pesca artesanal fue desarrollada originalmente por los inmigrantes de las Islas Azores, y algunas comunidades pesqueras siguen manteniendo sus tradiciones. Lo mismo sucede con muchas comunidades a lo largo de la costa latinoamericana: Caiçaras al sur de Brasil, Miskitos y Garifunas en América Central, los Quechuas y Aymaras en el lago Titicaca, los Mayas en la península de Yucatán... Muchas de ellas siguen teniendo fuertes valores culturales (lenguaje, canciones y danzas, mitologías, arte culinario, técnicas pesqueras..) de que algún modo se puede asociar con sus productos para poder diferenciarlos. Sin embargo, ninguno de los tres casos tratados en México, Perú y Brasil, presentan esas fuertes características.

Las comunidades pesqueras de América Latina, se encuentran muy a menudo asociadas a manifestaciones religiosas. En la actualidad, este continente tiene la mayor población católica del mundo. Desde el patrono San Pedro a Nuestra Señora de los Navegantes, pasando por Nuestra Señora del Buen Viaje, los pescadores artesanales se encuentran en el corazón de las grandes ceremonias religiosas, incluyendo desfiles marinos con la participación de cientos de barcos, que son promocionados por los medios de comunicación. Junto a la religión cristiana, existen otras religiones que están relacionadas con la pesca artesanal, por ejemplo, Yemanjá, la diosa del mar para los afro-americanos, sincretismo de *Candomblé*.

A veces, el público percibe a la comunidad de pescadores artesanales como una asociación libre de artesanos, sin una relación laboral (esta es precisamente la definición de pesca artesanal en Brasil). Por eso se la puede ver como una alternativa económica a la relación laboral capitalista "tradicional" entre patrones y empleados. Estas imágenes de igualdad y comunidad caen bien dentro de la actual corriente "alterglobalización", un modo de vida que puede ser muy moderno, principalmente entre la juventud.

Nosotros vemos que la pesca artesanal puede confiar en una serie de factores, o valores, para poder promover sus productos. Por supuesto, que todos los ejemplos dados anteriormente, no pueden ser utilizados en la misma comunidad, pero sí es posible asociar los valor existentes a sus productos, una vez se haya alcanzado efectivamente la calidad de los mismos. De otra manera sería contraproducente.

La meta es una **diferenciación positiva** del producto y brindar la mejor imagen posible al consumidor. No hay nada nuevo sobre este concepto. Los pescadores artesanales franceses han realizado esfuerzos para diferenciar sus productos, no solo del producto industrial, adoptando un etiquetado de "producto artesanal", sino también de los productos acuícolas, agregando en la etiqueta la mención de "pescado silvestre" (foto 17).

Foto 17: etiquetado de pescado artesanal silvestre en Francia

Esta diferenciación doble justifica que el consumidor pague un precio más alto en el mercado.

Con respecto a la acuicultura artesanal, esta actividad es todavía muy nueva en el continente. La mayoría de los acuicultores artesanales no viven en comunidades como los pescadores artesanales. Sin embargo, en algunos esto podría suceder, como ya lo hemos visto en el valle bajo San Francisco. En este caso, se está realizando una tentativa de diferenciación mediante la adopción de un sello que indique el origen geográfico del producto. La región tiene una gran riqueza cultural incluyendo ciudades que mantienen su antiguo aspecto colonial. El agua del río que utilizan los acuicultores locales es particularmente limpia, luego de haber sido decantada al atravesar sucesivamente una docena de represas a lo largo del río. Otros acuicultores artesanales de América Latina están apostando a un sello de "producto orgánico" para poder aumentar sus precios. Lo cierto es que la mayor parte de la actividad acuícola en la región es realizada por empresas "industriales", tanto para el camarón, como el salmón o la tilapia.



Todavía existen muchos contratiempos dentro de la pesca artesanal latinoamericana, para alcanzar plenamente todas las oportunidades descritas arriba. Entre los principales contratiempos tenemos:

- En muchos lugares, se sigue considerando todavía a los pescadores artesanales como pescadores de segunda clase, no como pescadores profesionales. Esto se debe al hecho de que en la actualidad, muchas personas pobres han comenzado a pescar como una manera de sobrevivir, al no contar con otras posibilidades laborales. También al hecho de quienes solo pescan medio tiempo, salen a pescar sólo durante algunos períodos del año para aumentar sus ingresos familiares. Generalmente, el pescador artesanal tiene un bajo nivel educativo y muchos de ellos (principalmente los más viejos) son analfabetos. Esto lleva a que en la sociedad actual, se ubique al pescador artesanal en la escala social más baja. Esta percepción que tiene el público en general, induce a menudo a que los pescadores artesanales se consideren ellos mismos "clase baja", y anhelan que sus hijos tengan acceso a una mejor educación y, por lo tanto, un futuro mejor, y que no sean solamente pescadores artesanales como ellos.

- Otros pescadores artesanales no dominan su profesión, utilizan artes de pesca inadecuados para trabajar, no tienen una conciencia real de la sostenibilidad y no se preocupan demasiado de la calidad de sus productos. Estos se podrían clasificar como "malos profesionales". En realidad, en los países latinoamericanos existen pocas escuelas de entrenamiento para los pescadores artesanales. Se enseña algo sobre organización de asociaciones o cooperativas, pero muy poco sobre administración de los recursos, artes de pesca selectivos, control de calidad o comercialización de los productos pesqueros. Esto no ha sido siempre así, y muchos de los pescadores artesanales brasileños más viejos todavía recuerdan que durante los años '40 y '50 había "escuelas de pesca a bordo" gratis, administradas por la Armada y especialmente dirigidas a los hijos de los pescadores artesanales. En ese momento, durante y después de la II Guerra Mundial, la intención de la Armada, era entrenar hombres jóvenes que vivían en las comunidades pesqueras de la costa para controlar y defender la misma. Hoy en día, en tiempos de paz en esta región, se podría impartir el mismo entrenamiento, como un modo de controlar y defender el medio ambiente marino y de los ríos.
- Las autoridades sanitarias le prestan más atención a las exportaciones que a la distribución y comercialización local de los productos pesqueros. En la actualidad, los servicios sanitarios nacionales que controlan las exportaciones de dichos productos son diferentes a los que controlan la comercialización de los productos a nivel local, el cual a menudo está bajo la autoridad de las municipalidades. La calidad de los productos que se ofrecen es muy variable. Ya hemos visto anteriormente que en muchos países de América Latina los vendedores de productos pesqueros carecen de entrenamiento. Para asegurar la calidad del producto, incluyendo la diferenciación de precios, es necesario que los esfuerzos se hagan a lo largo de toda la cadena de distribución, y no sólo en una parte de la misma.

Sin embargo, la realidad no es tan buena como podrían suponer las oportunidades expuestas, pero tampoco tan mala, como podría sugerir las principales dificultades expuestas. La situación de la mayoría de los pescadores artesanales varía mucho en todos los países. Algunos de ellos están destinados a desaparecer irremediablemente mientras que otros podrán alcanzar el éxito por sí solos.. Muchos otros, sin embargo, podrían triunfar si pudieran recibir algún tipo de ayuda.

4 – Principales soluciones para superar los problemas existentes

La característica más positiva que nosotros podemos encontrar dentro de la pesca artesanal de América Latina es que, en todo el continente, ellos están organizados en comunidades, colonias, asociaciones, cooperativas, uniones, etc., reagrupados en federaciones y confederaciones. Junto con estas organizaciones ya existentes, se podrán encontrar soluciones para una mejor comercialización de la producción de productos pesqueros artesanales.

La mayoría de las organizaciones de pescadores artesanales están involucradas en la política local, y por eso algunas de ellas podrían tener interés en aumentar su número de miembros para poder tener un mayor peso político. Pero también saben que un aumento del número de pescadores en la comunidad puede perjudicar la sostenibilidad de los recursos pesqueros de la misma. En algunos casos, se podrá conseguir un crecimiento de la comunidad mediante la conversión de algunas de las actividades, pasando de las capturas a la acuicultura. Esto pasó en el estado de Santa Catarina, en Brasil, donde comunidades decrecientes de pescadores artesanales fueron alentados por préstamos a bajo interés y apoyadas técnicamente por asistentes

estaduales para criar mejillones y ostras. En un periodo de cinco años, la producción de mejillones y ostras creció de cero a 4000 TM/anuales. Este ejemplo se podría aplicar en muchas regiones. Por ejemplo, en Tamiahua, México, donde la extracción de ostras nativas pasa por periodos de altas y bajas. Con el continuo avance de las tecnologías acuáticas, podría ser, que en un futuro cercano, muchas de las comunidades pesqueras artesanales existentes se transformaran en estancias marinas. Ante esta posibilidad, es necesario que las comunidades se encuentren bien organizadas e involucradas en el ordenamiento costero de sus regiones.

Necesidades de entrenamiento

Queda claro con lo expuesto arriba que la principal solución para superar los problemas existentes y sacar la mejor ventaja al potencial está íntimamente unida a la capacitación. Para conseguir una producción sostenible de productos pesqueros de alta calidad y obtener mejores precios en los mercados, se necesita que los pescadores artesanales se organicen, sean maestros en su profesión y que estén abiertos a la innovación. Se pueden implementar muchas modalidades de capacitación. Ellas necesitan de la voluntad política de los gobiernos de los países y de inversiones.

- *Capacitación en extensión:* apoyo técnico a las comunidades pesqueras, tanto para una mejor manipulación de las capturas, un mejor conocimiento de los recursos pesqueros locales, para la acuicultura o ranchos marinos, para un mejor conocimiento de las posibilidades de comercialización, puede ser el resultado del trabajo de profesionales en extensión, reunidos y capacitados por las autoridades pesqueras nacionales o del estado (provincia, departamentales). Estos extensionistas también pueden ser respaldados por las universidades locales, trabajando junto con las organizaciones de pescadores en sus comunidades. El contacto de los pescadores con estudiantes de diversas materias (biología, sociología, veterinaria, geografía, tecnología de alimentación, administración comercial, etc.) será enriquecedor para ambas partes.
- *Escuelas de pesca artesanal:* pueden ser escuelas de especialización a bordo para chicos y chicas provenientes de las diferentes comunidades pesqueras, en donde se les enseñará durante algunos meses prácticamente todo sobre técnicas pesqueras, medio ambiente y otros temas relacionados. También se puede dar capacitación práctica en las escuelas locales de las comunidades pesqueras, como algo adicional dentro del programa nacional de educación normal. Este entrenamiento profesional tiene como meta formar las nuevas generaciones de pescadores artesanales, y la puesta al día de las técnicas de trabajo y con las perspectivas de su profesión como pescadores artesanales. Según las posibilidades locales, una modalidad de capacitación no exclusiva podría ser supervisada por aprendices.

En forma paralela al entrenamiento de los pescadores artesanales, se puede pensar también en un entrenamiento de los minoristas de productos pesqueros tanto de productos industriales, acuáticas o artesanales. La capacitación de entrenadores nacionales en los mercados locales puede ser financiada por organizaciones internacionales especiales (como FAO) e implementada por organizaciones regionales (por ejemplo la INFO network).

Inversión y capitales necesarios

Junto con la capacitación, la comercialización de los productos pesqueros artesanales necesita de la inversión en equipos, trabajo civil y capital de giro. Esto solo se puede conseguir mediante algún tipo de organización como las cooperativas, empresas, u organizaciones legales autorizadas en el mercado de productos pesqueros.. Las inversiones incluyen plantas de hielo, talleres de trabajo para un procesamiento ligero

(fileteado y pelado, por ejemplo), medios de transporte (camiones refrigerados) y, por supuesto, un capital de trabajo para lograr el pronto pago a los pescadores y el plan crediticio para mayoristas y minoristas. Normalmente, los bancos de inversión nacionales o regionales están autorizados a dar fondos con bajo interés para este tipo de inversión. A menudo, sin embargo, los bancos carecen de conocimientos técnicos para poder valorar los planes de inversión presentados por las cooperativas pesqueras artesanales. A menudo también, las cooperativas pesqueras artesanales no tienen los conocimientos técnicos para preparar un plan de inversión, cuando están efectivamente conscientes de las posibilidades de financiar sus necesidades de inversión con tasas de interés soportables. Algunas veces algunas cooperativas o asociaciones no pueden enfrentar la garantía solicitada por los bancos.

La preparación de planes de inversión puede recibir la ayuda de los extensionistas mencionados anteriormente. Para obtener intereses y garantías razonables, cada una en su momento, es necesario que las políticas económicas nacionales le den prioridad a este tipo de inversión.

Como en el caso anterior, en forma paralela a las necesidades de inversión en la zona de producción de la cadena de distribución, también se debe prever inversiones del lado de los mayoristas y minoristas, para poder asegurar la oferta de productos de calidad ante los consumidores..

Requerimientos legales y reglamentarios:

En muchos países latinoamericanos existen legislaciones y reglamentaciones relacionadas con la pesca artesanal y la distribución de los productos pesqueros. Nosotros ya hemos visto que pueden diferenciarse mucho unos de otros, incluso en su propia definición como “pesca artesanal”

Las legislaciones pesqueras, incluyendo a aquellas que tratan sobre temas sanitarios, no son las únicas que afectan a los pescadores artesanales. La legislación nacional sobre el establecimiento de cooperativas u otro tipo de asociación también los afecta, así como las reglamentaciones nacionales sobre el registro de marcas de comercialización, sello de “productos artesanales” o las indicaciones sobre lugar de origen. A menudo, los pescadores artesanales, sus cooperativas o asociaciones, e incluso las autoridades pesqueras nacionales, no tienen conocimiento de todas las posibilidades que ofrece su legislación nacional existente. La preparación y la difusión entre todas las comunidades (y por supuesto dentro de todo el sector pesquero y acuícola) de un compendio nacional sobre el tema podría ser de gran ayuda.

El intercambio de experiencias y la evaluación de los resultados de las legislaciones, dentro de los países y entre los países, se podría organizar junto con las autoridades pesqueras nacionales, para poder ellas estimar la adecuación de sus legislaciones a sus políticas de desarrollo y permitirles encontrar inspiración y otras formas de pensar. Las instituciones internacionales especializadas son las encargadas de realizar este tipo de reunión.

Infraestructura necesaria

Muchas cooperativas pesqueras a lo largo de la costa de América Latina ya están comunicadas por medio de carreteras a los principales centros de consumo y tienen electricidad, telecomunicaciones (incluyendo cobertura de teléfono celular) y agua potable. Sin embargo, existen comunidades que se mantienen aisladas en algunas partes del continente, que no han sido beneficiadas por esa infraestructura. En particular el caso del Amazonas, la región costera andina o Mosquito. Con el rápido desarrollo que están teniendo estas regiones, es posible que en periodo término de un par de décadas, la infraestructura básica estará disponible en todo el continente.

5 - Conclusiones

La producción actual de la pesca artesanal en América Latina ya es responsable del abastecimiento de muchos mercados locales de productos pesqueros frescos de la región en donde se concentran más de 500 millones de consumidores, en mayor parte urbanos. Los pescadores artesanales están fuertemente organizados en todo el continente, en comunidades, colonias, cooperativas y otros tipos de asociaciones. Sin embargo, la eficiencia de todas esas organizaciones dentro de la comercialización de los productos es muy variable.

Los tres casos presentados, México, Perú y Brasil, han mostrado un poco la variedad de situaciones que se pueden encontrar entre las comunidades artesanales en la región de América Latina. También han mostrado algunos de los potenciales de los mercados que pueden beneficiar tanto a los pescadores como a los consumidores.

Una vez que se tiene claro que la mayoría de los recursos pesqueros se encuentran sobreexplotados, la palabra calidad es la clave para poder abrir nuevas oportunidades comerciales en los mercados para los pescadores artesanales. La única forma de aumentar la producción artesanal es a través de la acuicultura (y, en un futuro los ranchos marinos) y algunas comunidades artesanales podrían pasar de sus principales tareas de extracción a las de cultivo. Esto ya ha sucedido en algunas comunidades en el caso del cultivo de bivalvos.

El mejoramiento de la calidad de la producción artesanal debería permitirle al pescador artesanal mejorar sus ingresos, a medida que ellos puedan llegar hasta los consumidores que está deseando pagar por esa calidad. Esto implica la necesidad de elegir en qué canales de distribución se quiere invertir. En los restaurantes, las tiendas de productos pesqueros especializadas y algunos supermercados, son, posiblemente, los lugares en que el consumidor quiere pagar por la calidad.

La calidad de los productos artesanales tiene dos componentes: el primero es la calidad que puede ser medida objetivamente (por ejemplo a través del análisis organoléptico) y puede asegurarse por el buen manejo de las capturas, el uso del hielo así como por eficientes logísticas de transporte y una rápida entrega al consumidor. En realidad, la calidad sólo tiene sentido si se mantiene a lo largo de la cadena de distribución, incluyendo a los minoristas, una vez que el precio final sea pagado por el consumidor.

El segundo componente es más subjetivo. El mismo implica que el consumidor perciba la diferenciación entre un producto “artesanal”, aunque solo sea por medio de la etiqueta, y se le induzca a comprar el primero de ellos y no el segundo. La experiencia con otros productos alimenticios (y no solo comida) demuestra que tal es efectivamente el caso, por lo menos en lo que respecta a un amplio segmento del mercado. En este caso, la rastreabilidad es necesaria, no solo por razones de sanidad sino principalmente por motivos comerciales. Es cuestión de promover (por medio de la publicidad y avisos) no solo al producto sino también al productor y de mantenerlos relacionados.

Esto explica también porque es mejor hablar de “pesca artesanal” que de “pesca a pequeña escala”. La profunda diferencia del concepto nos lleva a que veamos a los pescadores y sus comunidades con otros ojos. Apoyar a esos pescadores no pasa por aliviar su pobreza sino como un modo de promover las habilidades que ellos tienen a través de su trabajo y la venta de productos de calidad, y obtener un sustento decente para sus familias. La promoción de la profesión es también un modo de aumentar su autoestima, atraer a los jóvenes de las comunidades y poder garantizar una nueva generación dentro de la profesión.

La promoción de las comunidades pesqueras artesanales junto con sus productos es una forma de conseguir la diferenciación de los mismos. Esta promoción necesita de una inversión sólida en capacitación, no solo en tópicos como tecnología pesquera, manipulación y comercialización de los productos, sino también sobre temas como medio ambiente, sostenibilidad de los recursos, ordenamiento costero y la posibilidad del cultivo de peces. Se podrán evaluar también otros aspectos de las comunidades cuando sea el caso. Dentro de esos aspectos están las culturas específicas (incluyendo características étnicas y religiosas), relación laboral, cuidado ambiental, el paisaje y el turismo.

Entre las inversiones necesarias se incluyen equipos (principalmente plantas de hielo y transporte) y un capital de trabajo para las cooperativas de los pescadores artesanales. Capacitación y préstamos accesibles son por lo tanto los principales ingredientes dentro de cualquier programa que apunte a desarrollar el mercadeo de los productos de la pesca artesanal.

El concepto de pesca artesanal y algunas de las soluciones recomendadas en el presente documento para mejorar el mercadeo de la producción de los pescadores artesanales ya se están aplicando en México, Honduras y Cuba por el proyecto *“Mejoramiento en la Eficiencia del Mercadeo de los Pescadores Artesanales en América Central, México y el Caribe”*, financiado por el Common Fund for Commodities, con la supervisión de FAO y la ejecución por INFOPESCA.