

Proyecto financiado por la
Unión Europea



Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto

Contrato N° LA/2017/391-895

Misión: Definición de Modelos de Gestión para Facilidades Pesqueras
construidas por la Secretaría Técnica de Reconstrucción y
Reactivación Productiva.

Informe del documento No. 4

DOCUMENTO 4: CARACTERIZACION DE LA CADENA PRODUCTIVA E INSTRUMENTOS DE COMERCIALIZACION

Autores:

Attilio Aleotti

Luis Ambrosio

Carol Chehab

Raúl Súnico

Esteban Vega

Ecuador, noviembre 2018

Consortio AGRER - TYPASA



Disclaimer:

Este informe ha sido elaborado por el consorcio AGRER-TYPSA con financiamiento de la Unión Europea. Las opiniones aquí expresadas son del consultor y no expresan necesariamente las de la Comisión Europea.



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

CARACTERIZACION DE LA CADENA PRODUCTIVA E INSTRUMENTOS DE COMERCIALIZACION

Tabla de contenido

1	LA CADENA PRODUCTIVA DE LA PESCA ARTESANAL.....	4
1.1	Caracterización de los flujos de comercialización de la pesca artesanal por tipo de pesquería en Manabí y Esmeraldas	4
1.2	Descripción de los roles y tipos de relaciones que desarrollan los distintos actores en el proceso de comercialización de la pesca artesanal	6
1.3	Identificación de los cuellos de botella o problemas en el proceso de comercialización de la pesca artesanal.....	7
2	MECANISMOS DE COMERCIALIZACION QUE ARTICULAN LA CADENA PRODUCTIVA	8
2.1	Requerimientos y estrategias previos a la implementación de mecanismos alternativos de comercialización:.....	9
2.2	Propuesta de Modalidades Alternativas de Comercialización de la pesca Artesanal.....	18
2.2.1	Subasta de Pescado en Facilidad Pesquera o Puerto Artesanal.....	18
2.2.2	Otros métodos alternativos de Comercialización:	20
3	Consideraciones finales y conclusiones	23

CARACTERIZACION DE LA CADENA PRODUCTIVA E INSTRUMENTOS DE COMERCIALIZACION

El Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto financiado por la Unión Europea contrató una Asistencia Técnica Internacional con el objetivo de definir los modelos de gestión que sean aplicables a las facilidades o puertos pesqueros artesanales que tienen incidencia en las áreas de Manabí y Esmeraldas, considerando las características sociales, económicas, productivas y comerciales de los distintos territorios.

El resultado 4 de la asistencia técnica consiste en un documento que contenga una propuesta de mecanismos de articulación entre los eslabones de la cadena de producción, transformación y comercialización de la pesca artesanal en el Ecuador.

La metodología de trabajo consistió en una descripción de la información existente basada en la utilización de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias consistieron en una serie de entrevistas, más de 100, a los distintos actores e instituciones relacionadas con la actividad pesquera y la cadena productiva. Las fuentes secundarias se basaron en la revisión bibliográfica de la problemática de la comercialización y en la definición de instrumentos de comercialización basados en los modelos de países como Chile y España, y en experiencias ecuatorianas adaptados a la realidad de los pescadores artesanales.

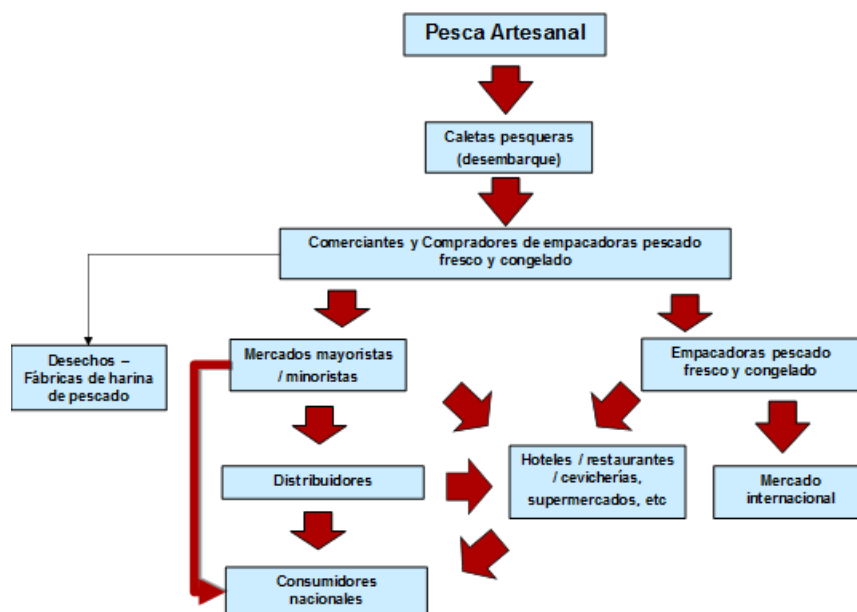
El documento contiene tres partes: (1) una caracterización de la cadena productiva, identificando y describiendo los actores participantes; (2) los modelos de comercialización propuestas que no son excluyentes entre sí y cuya implementación dependerá de la realidad de cada facilidad pesquera y de los niveles de organización existentes entre los pescadores, considerando la necesidad de que se cumplan ciertas condiciones para facilitar la articulación de la cadena; (3) conclusiones sobre la temática.

1 LA CADENA PRODUCTIVA DE LA PESCA ARTESANAL

1.1 Caracterización de los flujos de comercialización de la pesca artesanal por tipo de pesquería en Manabí y Esmeraldas

Para establecer la caracterización de los flujos de comercialización de la pesca artesanal de las caletas analizadas, tanto en la provincia de Esmeraldas como en Manabí, conviene describir el funcionamiento general de la cadena de producción, caracterizando a cada uno de los actores o eslabones, para entender el tipo de interrelaciones que se han establecido. Estos flujos se esquematizan en el siguiente gráfico:

CADENA DE VALOR SECTOR PESCA ARTESANAL



Pesca Artesanal

Como ya se indicó en otros documentos de esta consultoría, la pesca de alta mar se la realiza mayoritariamente en los botes que se encuentran a largo de la costa ecuatoriana, llamados “fibras” con motores fuera de borda de diversos caballajes, pero también se estila desarrollar las faenas con botes de mayor capacidad llamadas “nodrizas” que remolcan entre cuatro a diez fibras, para tener mayor capacidad de captura.

Desembarque en las caletas pesqueras

En cualquiera de los dos tipos de modalidad descritos, la primera actividad que desarrolla el pescador una vez que ha realizado la captura, es desembarcar el pescado en las llamadas “caletas” que se encuentran distribuidas a lo largo de la costa de las dos provincias;¹ en estos lugares, el desembarco se hace en la playa conforme llegan los botes. El pescado desembarcado es eviscerado en la playa o en alguna infraestructura, generalmente de madera, construida para el efecto; la mayor parte de la pesca artesanal es faenada en condiciones físico sanitarias inadecuadas sin cumplir los procesos de trazabilidad y la inocuidad que exigen los mercados.

Venta del pescado

La primera venta del pescado se hace en la playa, “a pie de bote” a comerciantes y compradores de empacadoras, quienes llevan el producto a empresas empacadoras y procesadoras de pescado fresco y congelado o a los mercados del país para la venta a los consumidores finales. La venta a las empresas empacadoras se destina principalmente al mercado de exportación y una parte se vende en el

¹ Como se señaló en el capítulo sobre la caracterización de la pesca artesanal en el Ecuador, el Esmeraldas existen 74 caletas y en Manabí 76.



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

mercado nacional.² El pescado se transporta en camiones o camionetas descubiertas a los cuales se les agrega hielo en bloques y en escamas para mantenerlo fresco; también se utilizan vehículos refrigerados que generalmente son aquellos que van a las empresas empacadoras.

Transporte hacia el mercado nacional

Los comerciantes llevan el pescado a dos mercados mayoristas que concentran buena parte de la pesca de las provincias costeras: a) el mercado 17 de diciembre de Santo Domingo de los Tsáchilas y b) el mercado Caraguay de Guayaquil. De estos mercados, el producto pasa a los mercados minoristas y distribuidores y finalmente llega al consumidor final. Las capturas de la provincia de Esmeraldas van casi en su totalidad al mercado de Santo Domingo, mientras las capturas de Manabí se distribuyen entre los dos mercados.

Transporte hacia las industrias procesadoras de pescado

Los comerciantes llevan el pescado a las plantas empacadoras de pescado fresco y congelado, que una vez procesado se exporta a diferentes mercados internacionales (principalmente USA);³ un volumen menor se vende en el mercado nacional, en supermercados, restaurantes, hoteles, etc. Las exportaciones salen de Guayaquil y Quito, mientras el procesamiento se hace en Manta.

Procesamiento de desechos

Finalmente, los desechos del pescado eviscerado en la playa y en las empresas empacadoras, se vende a las fábricas que procesan harina de pescado, cumpliendo la normativa de que para la producción de harina no se puede utilizar el producto principal (pescado).⁴

1.2 Descripción de los roles y tipos de relaciones que desarrollan los distintos actores en el proceso de comercialización de la pesca artesanal

Pescador Tripulante

Este pescador es contratado por los días que dura la faena de pesca y no cumple ningún rol relacionado a la comercialización. Al finalizar la faena, recibe un porcentaje de lo que se recauda por la venta del pescado.

Pescador Armador, dueño de embarcación

Cuando este pescador financia el zarpe con dinero propio es dueño del pescado y está en posibilidad de negociar el precio con el comerciante al momento del desembarque; la negociación es un proceso complejo porque los pescadores actúan individualmente mientras los comerciantes están organizados y se ponen de acuerdo en los precios. El precio sube y baja en cuestión de horas según van llegando los botes.

Comerciantes

² De entrevistas realizadas a los empresarios, el 60% de la pesca artesanal se destinaría al mercado de exportación y el 40% al mercado nacional.

³ USA recibiría el 60% de la pesca según información de los empresarios entrevistados.

⁴ La casi totalidad de la harina de pescado se exporta; en 2017 este rubro generó US\$ 102.1 millones en exportaciones, según reporte de la Secretaría Nacional de Aduanas- SENA-



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Con frecuencia, el pescado que llega a las caletas está comprometido de antemano y pertenece al comerciante que financió el zarpe. En otros casos, el pescado se vende en el mar, cuando las embarcaciones están regresando a las caletas; el comerciante se pone en contacto telefónico con el capitán o el patrón del bote y negocia la compra antes del desembarque.

Empresarios

Los empresarios compran la pesca artesanal a través de los comerciantes y no lo hacen directamente a los pescadores, porque saben que no están organizados, no hay seguridad en las entregas, no hay abastecimiento continuo, es decir, les generan altos costos de transacción. Un problema adicional que se presenta es que muchas embarcaciones artesanales no están regularizadas y a las empresas no les conviene comprar un pescado que podría tener problemas al exportar, ya que no pueden certificar su trazabilidad.

Los comerciantes manejan el negocio de la pesca

Los empresarios, los dirigentes de los pescadores y los propios pescadores concuerdan que el negocio de la pesca lo dirigen los comerciantes, personajes conocidos que compran en diferentes caletas, consolidan volúmenes importantes de pesca, manejan los stocks y marcan los precios. Frases como: “el negocio de la pesca no está en la captura ni en el procesamiento sino en la comercialización”; “todo el mundo quiere ser comerciante”; “los comerciantes son los que tienen pescado cuando nadie lo tiene”; “guardan el producto para incrementar los precios” son comunes en el sector pesquero

Llama la atención que el sector industrial pesquero tampoco se ha organizado para hacer frente a esta situación, lo que se refleja en los márgenes promedio de ganancia que obtienen: 2% en las plantas, comparado con el 25% del comerciante.⁵

1.3 Identificación de los cuellos de botella o problemas en el proceso de comercialización de la pesca artesanal

Los problemas de comercialización de la pesca artesanal se inician con el comportamiento del propio pescador, no proclive a entregar el pescado y esperar el pago; lo que le interesa es que le entreguen el dinero de la pesca de inmediato. Mientras el comerciante tiene dinero en efectivo para pagar la pesca, no sucede lo mismo con una empresa empacadora o una asociación de pescadores. El comerciante no sólo que paga al contado, sino que financia los zarpes y asegura de esta manera la propiedad de la pesca antes de que se realicen las capturas. Este sistema no ha podido ser desmontado y el comerciante continúa siendo el principal beneficiario del negocio.

Otra característica de comportamiento del pescador artesanal que afecta la comercialización es su marcado individualismo y poco apego a formar parte de organizaciones. Un ejemplo, es el caso de San Mateo donde todos los pescadores siguen vendiendo de manera individual a 6 comerciantes que “les hacen pedazos” según expresión de nuestro entrevistado.⁶ En este pueblo existen varias asociaciones de pescadores, pero ninguna de ellas se ocupa de comprar pescado ni relacionarse con empresas u otros compradores. Otro ejemplo son los pescadores de Crucita, quienes solicitan apoyo para

⁵ Dato entregado por uno de los empresarios entrevistados

⁶ Entrevista realizada al Presidente de los barrios de San Mateo.



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

comercializar directamente, pues en la actualidad toda la comercialización se hace a través de 5 comerciantes, sin que ninguna cooperativa de pescadores de las 10 que existen, hayan podido relacionarse con la industria.

Un problema que se está generalizando y al parecer no tiene un control adecuado, es el robo del pescado a la salida del puerto o en la carretera; si se considera que la demanda de pescado supera ampliamente la oferta, esta actividad resulta muy atractiva y rentable. Los empresarios manifiestan que la industria está ávida de pesca y viven en crisis por falta de materia prima.

La “compra en playa” (primera venta), juega a favor del comerciante, pues siendo pocos, tienen facilidad de ponerse de acuerdo para imponer el precio o retardar su decisión de compra, a fin de que el precio baje. El pescador que requiere el dinero con urgencia y no está organizado, carece de opciones para hacerles frente. Una característica del mercado de playa es la fuerte variación de precios, (subidas y bajadas en cortos periodos), según van llegando las embarcaciones y se conocen los volúmenes y tipos de pescado que se transa. A esta situación de variabilidad permanente habría que añadir la alta perecibilidad del producto que exige al pescador una venta rápida.

Los comerciantes mayoristas son en general, personas con el siguiente perfil: 1. Tienen más de un vehículo propio o alquilado a terceros. 2. Disponen de capital de trabajo, a medida de la necesidad. 3. Poseen un sistema de información permanente, interconectándose con otras playas, con los mercados mayoristas, u otros lugares de destino. 4. Hay quienes comercializan una sola especie y quienes diversifican su carga. 5. Trabajan en diferentes playas según el número de vehículos que disponen. 6. Hay quienes además de vehículos de transporte, poseen embarcaciones. El comerciante asume el financiamiento de la faena, emplea sus contactos y su experiencia, haciendo que correspondan la oferta y la demanda, una actividad no exenta de riesgos.

2 MECANISMOS DE COMERCIALIZACION QUE ARTICULAN LA CADENA PRODUCTIVA

En el caso ecuatoriano, se podrían implementar algunas alternativas de modalidades de comercialización que podrían resultar funcionales a las necesidades de la cadena de pesca artesanal, permitiendo que se reduzca el poder hegemónico del comerciante o intermediario, acortando la cadena de intermediación entre el pescador y el consumidor final, sea este la industria empacadora, el mercado de abasto, los restaurantes y establecimientos de comida o los hogares.

Sin embargo, cualquiera que sea el esquema que se adopte, va a ser necesario introducir previamente y de forma gradual, cambios a la dinámica actual de comercialización, especialmente en la informalidad y desorden con que se dan las transacciones de lo que se conoce como “primera venta”⁷. También en cuanto a la infraestructura de comercialización y los implementos y servicios de apoyo para su desarrollo.

⁷ Es la que se realiza por primera vez dentro del territorio nacional y al momento del desembarque o cualquier otra modalidad de entrada en el territorio nacional, cuando la nave toca puerto o caleta de pesca.

2.1 Requerimientos y estrategias previos a la implementación de mecanismos alternativos de comercialización:

1. Reglamentación de la Comercialización de “primera venta” de la pesca artesanal:

De lo que se ha podido observar de las experiencias documentadas de comercialización de otros países como Chile o España⁸, la autoridad competente debe establecer una serie de normas tendientes a ordenar, regularizar y estandarizar los procesos de comercialización de “primera venta” de la pesca artesanal, preferiblemente mediante Decreto Ejecutivo, especialmente en lo que tiene que ver con los siguientes aspectos:

- Definición de objetivo y ámbito de aplicación.
- Formalización de términos y definiciones usualmente utilizados en la cadena de pesca artesanal.
- Obligación de realizar las descargas de pesca en las Facilidades Pesqueras, Puertos Artesanales o Caletas que dispongan de infraestructura adecuada para esta labor y que estén sujetos a registro y control de las autoridades de pesca, para efectos de registro y control de los productos capturados.
- Referencia a las distintas modalidades de comercialización permitidas (subasta, venta directa, contratos, acuerdos, o cualquier tipo de transacción regularizada) y que no sean excluyentes entre sí.
- Procedimientos de registro, identificación, control de calidad y descripción de los productos capturados.
- Requisitos de las instalaciones y/o concesionarios encargados de la comercialización en las facilidades Pesqueras, Puertos Artesanales o Establecimientos Autorizados.
- Emisión de documentos que certifiquen la transacción comercial de primera venta, así como las características, calidad de los productos comercializados e información para identificar su trazabilidad.
- Requisitos de transporte de productos de pesca dentro y fuera de las Facilidades Pesqueras, Puertos Artesanales o Establecimientos Autorizados para la comercialización de la pesca.

2. Fortalecimiento de la Organización de Pescadores:

Es necesario impulsar un proceso de fortalecimiento de las asociaciones de pescadores en cada caleta, para lo cual es necesario desarrollar al menos las siguientes actividades:

- Regularización de las organizaciones y socios,
- Creación de beneficios e incentivos que hagan atractiva la asociatividad,
- Desarrollo de capacidad en manejo de la comercialización en beneficio de sus asociados de forma ordenada y eficiente,
- Capacitación en todas las modalidades posibles de comercialización que se permitan y que más convengan a la organización,
- Elevar el poder de negociación frente a los comerciantes mediante capacitación en técnicas de negociación,
- Formación de líderes,
- Capacitación y asistencia técnica especializada en aspectos asociativos, de parte de las instituciones de Estado encargadas del fomento de la actividad pesquera artesanal,

⁸ Real Decreto 418/2015, Boletín Oficial del Estado, 23 de junio de 2015



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

- Acompañamiento y seguimiento a las asociaciones en proyectos alternativos de comercialización y creación de valor agregado.
- Incentivo y apoyo a la creación de fondos para capital de trabajo y dotación de crédito para los asociados.
- Capacitación en cuidado y mantenimiento de la calidad de los productos durante la pesca y en la fase de manipulación en puerto post arribo de las naves.

Es importante mencionar que la labor de fortalecimiento de las organizaciones de pescadores es una tarea que debe iniciarse desde sus fundamentos, pues la asociatividad existente en la actualidad es incipiente. Será necesario un acompañamiento permanente a las organizaciones de pescadores artesanales, sobre todo para lograr acuerdos formales con socios estratégicos, como abastecimiento de productos de pesca en mercados urbanos, en cadenas de supermercados, en compras públicas y en industrias procesadoras y empacadoras.

Una actividad importante para ampliar y/o diversificar mercados, es establecer alianzas estratégicas entre asociaciones de pescadores, con caletas cercanas a las Facilidades Pesqueras que tengan productos similares para *incrementar* la oferta y otras que desarrollen pesquerías diferentes para *diversificar* la oferta.

3. Integración de los actores de la cadena

Uno de los mecanismos más eficaces para lograr un desarrollo sólido de la cadena de pesca artesanal en la que se logre repartos más equilibrados de valor, es alcanzar una mayor integración entre sus eslabones.

Luego de romper la posición hegemónica del comerciante e intermediario, hay que integrarlo coherentemente a los demás eslabones para que se constituya en el vínculo que consolida, transporta, y mantiene la calidad entre el pescador y la industria.

Para ello, se deben crear incentivos a las industrias y empacadoras a que se incorporen a mecanismos organizados de subasta o comercialización alternativa dentro de los puertos o facilidades pesqueras en donde están garantizadas el peso, valor y calidad de los productos, para mejorar el vínculo directo con los pescadores.

Es necesario impulsar alianzas estratégicas entre industrias y asociaciones consolidadas de productores, para acuerdos de provisión de materia prima y garantía de compra, que incluyan capacitación y asistencia técnica, así como condiciones flexibles y de mutuo beneficio en precios y términos de pago.

Un mecanismo probado que resulta eficaz para iniciar una relación más estrecha entre la pesca artesanal y la industria procesadora es firmar convenios de compra-venta con empresas ancla, (pesca por contrato) para asegurar la venta de la pesca a precios negociados que se revisan cada cierto tiempo y tienen plazos de pago definidos.

En estos convenios se detallan los volúmenes de pesca de cada una de las especies convenidas, la periodicidad de las entregas y las características de calidad requeridas para cada una de ellas. Estos convenios de compraventa son procesos complejos que llevan tiempo, comenzando por superar la



UNIÓN EUROPEA



ECUADOR

mutua desconfianza que existe entre empresarios y pescadores.⁹ Por este motivo deben ser impulsados desde el organismo público rector de la pesca artesanal, con un acompañamiento continuo.

4. Diseño de instrumentos de financiamiento para la pesca artesanal

Uno de los factores determinantes no solo de la comercialización sino también de la faena de pesca, es la disponibilidad de financiamiento, a la cual tiene difícil acceso el pescador artesanal. En este sentido, si se quiere romper el “círculo vicioso” que perjudica al pescador, es necesario facilitar su acceso a financiamiento, a través de líneas de crédito diseñadas “a la medida” de sus necesidades.

La banca de desarrollo que tiene competencia sobre el sector de la pesca artesanal, en este caso BanEcuador, debería mejorar sus instrumentos crediticios, al menos para las siguientes necesidades:

- Capital de trabajo o de operación
- Crédito productivo
- Compra de equipo (motores fuera de borda) e insumos
- Financiamiento de proyectos de pre-proceso, transformación y valor agregado en los Puertos Artesanales.

Aparte de la banca pública, sería deseable que intervenga la banca privada, las cooperativas de ahorro y crédito, las ONGs y otras entidades financieras. El crédito debe acompañarse de un proyecto de comercialización que apoye a los pescadores a vender su pesca, con la finalidad de que los prestatarios aseguren el repago, adquieran confianza y continúen proporcionando financiamiento. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que el acceso al crédito a través de una entidad financiera está restringido por la condición de informalidad de parte de los pescadores, situación que hace indispensable su regularización previa.

Sería deseable también la apertura de líneas de crédito asociativo, en condiciones blandas y con mayor flexibilidad de garantías que incluyan sistemas cruzados o activos que dispone el pescador.

En cuanto al capital de operación, se ha determinado que el gasto más significativo en que incurre el pescador es el combustible que utiliza para grandes desplazamientos¹⁰. En este rubro se puede buscar un convenio entre BanEcuador y Petroecuador bajo la figura de reembolso de combustible consumido, al retorno de la faena de pesca. Para ello es necesario calificar a los pescadores, identificar los circuitos de pesca y definir una tabla de consumo estimado de combustible.

De esta forma, el pescador ya no está obligado a devolver el préstamo para la faena de pesca al comerciante, sino al Banco, con lo cual obtiene libertad en negociar el producto capturado a un mejor precio, sin estar condicionado por el prestamista.

5. Dotación de Infraestructura de Acopio y Comercialización

⁹ Una industria de Manta trató sin éxito de formar una empresa con los pescadores de Crucita; la idea era que los pescadores entreguen el pescado y la empresa se encargue del procesamiento y la comercialización. El proyecto no prosperó porque “ el pescador tiene metido en su cabeza que el industrial lo explota” según palabras del empresario

¹⁰ El combustible representaría alrededor del 60% del costo de la faena, según los pescadores



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

A partir de la infraestructura creada en las facilidades pesqueras y puertos artesanales, es necesario adecuar las instalaciones para que sean funcionales a varias modalidades de comercialización alternativa como la subasta, venta directa, convenios de abastecimiento, ferias, entre otras, de tal forma que los pescadores puedan hacer uso e inclusive administrar estas infraestructuras en su beneficio.

En algunas facilidades pesqueras, como la de San Mateo y Jaramijó en las que se construyó un recinto destinado a un mercado de mariscos, se puede adecuar estas instalaciones sin mayor esfuerzo para que sean útiles a modalidades formales y controladas de comercialización, en las que se equilibren las condiciones de comercialización entre pescadores y compradores.

En este aspecto también es recomendable que se reactive la infraestructura de acopio y almacenamiento en frío, construida en las caletas pesqueras, para que se ponga al servicio de los pescadores organizados y no en favor de los comerciantes, y que estén coherentemente articuladas a modalidades alternativas de comercialización.

En las caletas o facilidades en las que no se disponga de infraestructura suficiente de acopio y comercialización, se deberá implementar estas obras indispensables. Un ejemplo es el proyecto financiado por la GIZ de Alemania para la “Asociación de Pescadores y Recolectores de Productos del Mar” (ASOPESCAMAR)¹¹ que cuenta con 50 asociados y está localizada en el cantón Pedro Carbo, al sur de la provincia de Esmeraldas y a 15 minutos en bote de la Facilidad Pesquera de Cojimies. La GIZ financió la construcción de un centro de acopio que cuenta con cuarto frío¹² y un vehículo refrigerado para transportar la pesca; ha coordinado adicionalmente con un grupo de restaurantes en Quito para que compren el producto bajo el concepto de comercio justo y pesca sostenible.¹³

Teóricamente, la comercialización y venta estarían solucionados; sin embargo, en la práctica aparecen varios problemas. Uno de ellos tiene que ver con *capital de trabajo* necesario para hacer frente a las necesidades del negocio; la asociación requiere dinero en *primer lugar* para pagar a sus asociados que entregan el pescado; *segundo*, los restaurantes demandan pescado que no produce la asociación, por lo que hay que comprarlo a otros proveedores que exigen el pago de contado; *tercero*, los restaurantes no cancelan al momento de la entrega y lo hacen a 7 o 15 días con lo cual el flujo de caja se deteriora aún más. A esto se suma el hecho de que el vehículo que transporta el pescado va semi vacío, porque la asociación tampoco cuenta con dinero para comprar volúmenes de pesca mayores que harían posible una mayor ganancia. Por lo expuesto, la falta de capital de operación es un problema que habría que solucionarlo con financiamiento que tenga una estructura adecuada de repago.

Actualmente, la Asociación cuenta con una máquina para empacar al vacío que ha sido financiada por la cooperación, estando a la espera del permiso sanitario que le permita comercializar el producto. Aparte de los restaurantes, están vendiendo camarón a una empresa en Quito que procesa el producto a niveles muy altos de congelamiento, para mantener el sabor del marisco. El presidente de la asociación¹⁴ manifiesta que el principal escollo que afronta es superar los problemas de

¹¹ Pescan principalmente camarón, langostinos y conchas.

¹² El cuarto frío tiene una capacidad de 40qq

¹³ Restaurantes “ZFOOD”. Existen 4 en la ciudad de Quito; entregan pescado fresco a dos de ellos.

¹⁴ Ramón Zambrano.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



ECUADOR

comercialización; afirma que lo ideal sería que una empresa o negocio les compre su pesca, en lo posible en su propia caleta, sin que ellos tengan que movilizarse; su responsabilidad sería la de mantener el producto con la calidad requerida por el comprador y entregarlo en las cantidades y fechas establecidas.

6. Desarrollo de sistemas de información

Uno de los insumos más importantes que permiten que fluya la comercialización, que equilibra las condiciones de negociación entre la oferta ya la demanda y que permite llegar a acuerdos sobre la base de parámetros unificados, es la disponibilidad de información de mercado que sea actualizada, oportuna, útil y confiable para el pescador.

Por esta razón cualquiera que sea la modalidad de comercialización que se adopte, debe contar con el apoyo público y de fácil acceso a un sistema de información integrado en todas las facilidades y puertos artesanales, para que esté al servicio de todos los actores que participan en el proceso de comercialización de primera venta.

La creación y administración de este sistema puede ser responsabilidad de la entidad que tenga a cargo la administración de las facilidades pesqueras, en coordinación con los demás actores públicos y privados que interactúan en puerto y que levantan información sean con fines científicos, técnicos, estadísticos o comerciales.

Así, la información de los inspectores de puerto que registran los arribos y las descargas debe estar integrada en una interfase que vincule con la información generada por el Instituto Nacional de Pesca, y por la información de peso, tipo, calidad y precio del pescado que sea levantado por las asociaciones y operadores que regulen y manejen nuevos esquemas de comercialización en las Facilidades Pesqueras y Puertos Artesanales, como base para la determinación de precios de partida para la subasta u otras modalidades.



Para lograr la máxima eficacia en el manejo y seguridad de la información se debe utilizar la tecnología y sistemas informáticos disponibles para la interconexión y difusión de la información entre actores en medios de fácil acceso, como mensajes de texto en celular, páginas web especializadas y pantallas electrónicas en las instalaciones dedicadas a la comercialización en las facilidades pesqueras y puertos artesanales.

7. Sistemas de Calidad, Trazabilidad y Certificación

La calidad del producto es un factor que va tomando cada vez más importancia en los esquemas de comercialización del pescado. Para muchos pescadores artesanales, el concepto de calidad es incipiente; se restringe sólo a la aparente frescura externa, que evalúa mediante los indicadores organolépticos básicos tradicionales (ojos, agallas, mucus, firmeza del músculo, etc.) y el tiempo de captura.

Sin embargo, se sabe que a bordo las condiciones no son las adecuadas (compartimientos de alta temperatura, carencia de hielo o cantidad insuficiente, falta de limpieza, materias contaminantes, etc.) y además se observa que, a lo largo de todo el proceso de descarga, acarreo y estiba, el pescado recibe golpes cuyo efecto puede no reflejarse al momento, pero acelera el proceso de deterioro y descomposición.

La pérdida de la calidad del pescado es un proceso que se inicia en la post captura y afecta al ingreso de los pescadores, por los bajos precios en que se cotiza su pesca y las mermas por descarte. Conviene estructurar una línea de crédito para adecuar las embarcaciones y dar un trato más adecuado a las capturas; el tema de la calidad de la pesca debe ser abordado de manera prioritaria en los planes de capacitación y asistencia técnica que se proporcionará a los pescadores.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Así mismo, la disponibilidad de un sistema de información servirá de base para el establecimiento de un plan de trazabilidad a cargo de los organismos competentes encargados del control de calidad e inocuidad de los productos de la pesca artesanal.

Para ello, el INP junto con el ARCSA deberán diseñar un sistema de trazabilidad sobre la información recabada en puertos artesanales y facilidades pesqueras, en relación con los pescadores organizados y los productos que se registren de los desembarcos verificados.

Sobre la base de estos sistemas, la autoridad competente que tiene la rectoría sobre el sector de la pesca artesanal deberá impulsar proyectos de certificación de productos de la pesca, con prioridad a aquellos que provengan de organizaciones y pescadores registrados y legalizados.

Los pescadores artesanales podrían también apuntar a mejorar la calidad utilizando artes de pesca más adecuados. Se ha comprobado que la pesca realizada con anzuelo es muy valorada, tiene un excelente mercado y el precio que se paga por el producto es muy superior a la pesca con red¹⁵. Habría que comenzar definiendo el tipo de pescado que conviene capturar, el arte de pesca más conveniente y los volúmenes de captura posibles; la calidad implica además higiene a bordo, en la descarga y en el transporte, así como buenas prácticas de manipuleo y preservación. Esta actividad de *diferenciación* aportará beneficios tangibles a los pescadores artesanales.

8. Desarrollo de actividades complementarias a la pesca

Los pescadores están conscientes de que la pesca ha disminuido y que el futuro del sector es incierto. Esta situación está llevando a que los pescadores busquen otras fuentes de ingreso para mantener a la familia, siendo necesario idear y establecer nuevas actividades que pueden estar relacionadas con el turismo, la agricultura, la artesanía, la gastronomía y otras.

Los pescadores de la Facilidad Pesquera de Cojimíes han iniciado la crianza de cerdos y la elaboración de aceite de coco, pues manifiestan que la actividad pesquera cubre solamente el 70% de sus gastos. Los pescadores de esta Facilidad están muy interesados en estructurar un proyecto turístico para aprovechar la belleza del estuario donde están asentados, que pueda constituirse en un canal alternativo de demanda de productos de la pesca, sea con el desarrollo de la gastronomía, así como la creación de productos turísticos relacionados con experiencia vivenciales de pescar en un bote convencional y con las técnicas que utilizan los pescadores artesanales.

9. Mejoramiento e incorporación de Valor Agregado

Una manera de apoyar al pescador artesanal es dar valor agregado al pescado que ingresa a las Facilidades Pesqueras, utilizando las instalaciones de procesamiento que están instaladas; en ciertos casos, habrá que consolidar las capturas de las caletas aledañas para lograr volúmenes aceptables de producción. Es indispensable además, prever que el producto procesado tenga mercado, para que se sostenga y crezca en el futuro

¹⁵ Un empresario al que entrevistamos manifestó que el precio de un atún pescado con anzuelo, (que se come crudo) estaba en el orden de 6 dólares la libra, comparada con 90 centavos la libra que se paga por aquel pescado en red.



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Estas plantas podrían también procesar el producto para empresas exportadoras o comercializadoras de pescado, en un proceso de encadenamiento productivo que beneficie a todos los participantes. Como parte de esta iniciativa de añadir valor agregado, se podría alargar la vida útil del producto, retomando las prácticas ancestrales del pescado-salado y pescado-ahumado.

Las mujeres y parientes de los pescadores donde están instaladas las Facilidades Pesqueras, serían las encargadas de procesar el pescado para la venta, mejorando de esta manera los ingresos familiares. Habría que impulsar proyectos de diversificación productiva e incremento de valor agregado que se inicien con el eviscerado y continúen con el fileteado, envasado, congelado y desarrollo de productos.

Un esfuerzo de esta naturaleza requerirá de asistencia técnica permanente y de inversiones complementarias en instalaciones y equipos. Uno de los objetivos es potenciar la participación de la mujer en estas actividades y otras relacionadas con la comercialización. Para estructurar los proyectos en la dimensión adecuada, se necesitarán estudios de mercado que investiguen los precios, modalidades de comercialización y características de los productos demandados a nivel local, regional y nacional; este estudio deberá relacionarse con las principales especies que se capturan y desembarcan en las Facilidades Pesqueras y en las caletas aledañas. El estudio servirá para identificar la demanda y proponer estrategias para el ingreso a ese mercado, mediante productos y destinos rentables y sostenibles en el tiempo. Un aspecto importante que no debe perderse de vista, es asegurar los canales y formas de comercialización, mediante contactos previos con empresas, negocios de distribución, mercados, hoteles, restaurantes etc.

Un ejemplo importante en la línea de agregación de valor y participación de la mujer en la cadena de la pesca, es la “Asociación de Producción Pesquera Artesanal y Valor Agregado Comuna San Mateo”, compuesta por 12 mujeres que utilizan las instalaciones de una planta piloto financiada por la cooperación japonesa que está localizada en el PPA de San Mateo. Llevan 4 años trabajando y actualmente hacen el fileteo y empacado al vacío de albacora y picudo, así como de pescado ahumado; elaboran además productos como salchichas, croquetas y hamburguesas que comercializan en la costa y en la sierra. Hacen también el pan para las hamburguesas, que se ha convertido en un nuevo negocio que ayuda a financiar la compra del pescado. La presidenta de la asociación¹⁶ manifiesta que el pescado que compran a los pescadores artesanales de San Mateo es de mejor calidad y tiene mejor sabor que el industrial; anota que su principal problema es la comercialización y la cadena de frío.

Otra actividad que podría desarrollarse en las Facilidades Pesqueras o fuera de ellas, es generar ingresos utilizando desechos como espinos, cueros, conchas que pueden ser transformados en adornos sin que se requiera de talleres sofisticados; esta actividad podría ser desarrollada por las mujeres y los varones en los días de veda en los que no pueden salir de pesca.

10.- Desarrollo de capacidades administrativas y comerciales de los pescadores y sus organizaciones

Se hace imprescindible fortalecer la asociatividad de los pescadores para que sus organizaciones funcione permanentemente y se estructuren con fines lucrativos no sólo sociales; las organizaciones atraerán a los pescadores y se fortalecerán cuando los ingresos de los asociados mejoren al encontrar

¹⁶ Mónica López. La presidenta manifiesta que el trabajo de las mujeres es difícil por el control que ejercen los esposos, sobre todo cuando tiene que asistir a ferias y necesitan dejar el hogar más de un día.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

modalidades de comercialización directa. . Los pescadores no están preparados para administrar un negocio; por ello, para que los proyectos se mantenga en el tiempo sería conveniente proveerlos de una *gestión externa* que los acompañe hasta que las asociaciones se fortalezcan. Este acompañamiento podría consistir en financiar un gerente que administre la asociación hasta que los socios aprendan a relacionarse con las actividades administrativas, comerciales, financieras, contables etc.

Por otra parte, la creación de microempresas en lugar de asociaciones podría ser otra opción viable para que los pescadores artesanales se incorporen a la comercialización directa de sus productos, tomando en consideración la poca voluntad observada en asociarse, las experiencias fracasadas y la falta de confianza en encargar a terceros la venta de su pesca.

Las organizaciones de pescadores artesanales en su mayoría, son frágiles y carentes de cohesión en su interior; se han formado bajo la expectativa de obtener beneficios inmediatos promocionados por el Estado o alguna ONG. Eligen a sus representantes y optan por la democracia representativa, no participativa: “que la directiva o el presidente se encargue de todo”. Esta actitud, unida a la visión de corto plazo del pescador artesanal, dificulta la participación y su propio desarrollo y son causa para que las organizaciones no funcionen

Por otra parte, se requiere promocionar y formar líderes que conduzcan los destinos de la organización a sus objetivos de desarrollo, más que asumir una labor paternalista o encargarse de los trámites administrativos. Personas preparadas para resolver conflictos de intereses y pugnas de poder al interior de las organizaciones; líderes con una cultura empresarial orientada al mercado, a la competencia, con capacidad de negociación y que hagan prevalecer el interés general al particular

La formalización y el fortalecimiento de capacidades organizacionales, son factores gravitantes para que el pescador deje de ser un elemento marginal en el sector y asuma un rol importante en el desarrollo económico y social de su comunidad; en esta línea de acción, las visitas de aprendizaje a países donde los pescadores artesanales están mejor organizados, serían muy valiosas para transmitir la idea de que el cambio es posible.

11.- Objetivo de las nuevas Modalidades y Esquemas de Comercialización

El objetivo con las nuevas modalidades de comercialización es la reorganización de la dinámica comercial actual dentro de la facilidad, en la que el comerciante entra hasta el muelle y negocia a pie de bote con el pescador de forma individual, tomando todo el control de la transacción en su favor.

En los nuevos esquemas de comercialización, el comerciante deberá comprar el producto de las capturas en un local adecuado para esta actividad, en donde se debe equilibrar las condiciones de negociación entre ofertantes y demandantes. Par ello será necesario pesar, clasificar e identificar la calidad de los productos, por “lotes” numerados, de manera que se mantenga en reserva la identidad del pescador o propietario, hasta que se realice la compra y se cierre el negocio.

En este sentido, es necesario que haya un representante o interlocutor de los pescadores frente a los posibles compradores, que puede ser el dirigente de la organización o su delegado, o en otros casos una operadora imparcial especializada en subastas o comercialización.

ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRIMERA VENTA DENTRO DE LA FACILIDAD PESQUERA



2.2 Propuesta de Modalidades Alternativas de Comercialización de la pesca Artesanal

2.2.1 Subasta de Pescado en Facilidad Pesquera o Puerto Artesanal

En otros países donde se ha resuelto el problema de la comercialización de la pesca artesanal, sobre todo al momento de la primera venta, se ha optado por implementar mecanismos de subasta del pescado, como el caso del sistema de “Lonjas” que se utiliza en España. Este esquema podría ser adaptado en el Ecuador considerando las diferencias culturales, económicas, sociales y estructurales que se tiene respecto de ese país.

Pero para ello es necesario comprender qué es y cómo funciona un Lonja. Esta explicación se presenta a continuación.

¿Qué es una lonja?¹⁷

La lonja es el lugar donde se realiza la primera venta de los productos de la pesca extractiva. Es el lugar donde los pescadores comercializan sus productos. En definitiva, la lonja actúa como el establecimiento autorizado como primer expedidor.

¹⁷ <http://www.comepescado.com/noticia/sabemos-como-funciona-una-lonja/>

¿Cómo funcionan?

Mientras los barcos vuelven a puerto, el pescado se va clasificando en cajas por especie y tamaño preparándolo para el transporte a la lonja. Una vez en la lonja el pescado es pesado y etiquetado para su puesta a la venta.

Tradicionalmente la lonja ha sido el lugar donde se ha realizado la subasta de los productos pesqueros. Aunque no es obligatorio, no obstante, el pescado debe pasar por la lonja para el pesaje y control de los lotes, y la realidad es que, a pesar de no ser obligatoria, la subaste se realiza en todas las lonjas de España

La subasta en las lonjas ha cambiado a lo largo de los años; si antes era normal realizar la subasta a voz, ahora es un método que no se utiliza.



Actualment e los procesos de subasta están informatizados. De forma que cada comprador dispone de mando para poder realizar la parada del lote después de ver en una gran pantalla la información del producto que se está subastando (tamaño, peso, embarcación de procedencia, etc).

La subasta del pescado suele ser a la baja, es decir, partiendo de un precio se va progresivamente bajando hasta que un comprador termina la bajada con la compra del pescado al precio marcado.

En el Ecuador, la subasta se puede utilizar, pero es necesario que primero se organice y prepare a los pescadores para este tipo de opción. El éxito de este esquema es contar con asociaciones capacitadas y convencidas de que este esquema funciona. En una primera etapa será necesario poner énfasis en la capacitación sobre este tipo de esquemas, para lo cual podría ser útil realizar giras de observación con pescadores emprendedores y líderes de organizaciones para que observen el sistema y consideren la posibilidad de adaptarlo al país.

En una siguiente etapa, será necesario lograr romper la relación directa con el comerciante en la primera venta, para lo cual se deberá haber cumplido con todos los requisitos previos que se mencionaron en el acápite anterior, principalmente el haber proporcionado a los pescadores instrumentos de crédito para capital de trabajo para comprar equipo e insumos. También será necesario haber adecuado las instalaciones para la comercialización, que incluyen el recinto de subastas, las bodegas y cuartos fríos, y el sistema informático con información de capturas, tipo de pescado, pesos, precios referenciales.

Luego de tener listos los requisitos para implementar el esquema de subasta, será necesario desarrollar un plan piloto en alguna de las facilidades pesqueras o puertos artesanales en que se haya logrado organizar y preparar a los pescadores y adecuar las instalaciones. De la experiencia de la



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

presente consultoría, la más próxima a reunir condiciones de arranque podría ser las facilidades pesqueras de Cojimíes y/o Jaramijó

Para este efecto es necesario también, reorganizar a los potenciales compradores, incluyendo a los comerciantes tradicionales, pero también a los compradores de industrias y emparadoras y otros actores como restaurantes, supermercados y consumidores finales. Para ello, el plan debe incluir una estrategia fuerte de comunicación e información a los potenciales actores que participarán en el sistema, especialmente la definición precisa de los roles y procedimientos que se deben seguir. En esta etapa sería muy aconsejable contar con la asistencia técnica de expertos internacionales en este tipo de modalidades, aprovechando la cooperación internacional.

Luego de haber ejecutado el plan piloto, será necesario realizar una evaluación de lecciones aprendidas para introducir los correctivos del caso que pongan a punto un modelo perfeccionado, que incluya un mecanismo de seguimiento y evaluación permanente, antes de ser expandido a otras facilidades pesqueras y puertos artesanales.

2.2.2 Otros métodos alternativos de Comercialización:¹⁸

Canales de comercialización específicos para los productos locales de pesca: Iniciativas de cadena corta

Algunos canales de distribución se adaptan mejor que otros a los productos locales de pesca. Suelen ser sobre todo los canales que permiten mantener el vínculo entre el productor y el consumidor.

De hecho, este vínculo resulta imprescindible para desarrollar confianza y conocer los orígenes del producto local. En el caso del pescado especialmente, se puede añadir la imagen del “último alimento silvestre” para crear un mensaje potente. La relación directa entre consumidor y productor se convierte en una herramienta de comercialización en sí misma.

Cuanto más intermediarios haya en la cadena, más débil será la relación entre consumidor y productor; por eso los sistemas de cadena corta son los más indicados para que los productores locales puedan ofrecer el máximo valor añadido a partir de la imagen local.

Estos circuitos responden además a la tendencia del mercado hacia un contacto renovado con los productores y la creciente necesidad de trazabilidad del producto para tranquilidad del consumidor (“si conoces al productor, conoces el producto”).

La necesidad de contar con unos canales específicos para los productos locales de pesca se incrementa por el hecho de que con frecuencia el pescado capturado en el ámbito local puede ser de una calidad superior, debido a trayectos del barco más cortos y a las técnicas de pesca empleadas en barcos pequeños, lo cual permite llevar a puerto pescado realmente fresco y de gran calidad. Por tanto, se pierde la oportunidad de comercializar estos productos de calidad superior a través de los canales del mercado de masas, en el que los precios de los productores locales no pueden competir con los de operadores de gran escala.

¹⁸ Farnet Magazine No 8 | Primavera-verano 2013, página 6, Canales de comercialización específicos para los productos locales de pesca: iniciativas de cadena corta



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Los productores locales deben buscar, pues, vías que les permitan sacar el máximo partido a sus capturas. Para eso deben diferenciar su producto y asegurarse de que destaca entre la multitud. Elegir el canal de distribución adecuado es fundamental para conseguir esto.

Los circuitos de cadena corta que se podrían adoptar de forma complementaria en el Ecuador pueden ser modalidades en las que existe un acuerdo formal entre el productor y un restaurante o grupo de restaurantes, pescaderías, frigoríficos o supermercados locales, e industrias. Por ello será necesario dar acompañamiento y asistencia técnica a los pescadores organizados para garantizar que las relaciones con sus socios comerciales se desarrollen en base a la confianza en el cumplimiento de sus compromisos. En este caso existe como máximo un intermediario entre el productor principal y el consumidor final.

Se deben incluir también proyectos de comercialización del pescado de las Facilidades Pesqueras, para vender a instituciones gubernamentales como el Ejército, la Policía, los Hospitales Públicos entre otros, en base a convenios público – privados.

El desarrollo de mercados institucionales es una posibilidad que podría concretarse siempre que se tenga el apoyo de las entidades públicas relacionadas y el Estado decida incluir al pescado dentro de los productos que mejoren la dieta de los ecuatorianos.

Como estrategia comercial conviene identificar “nichos de mercado”, como la forma más apropiada para trabajar ofertas pequeñas, teniendo en consideración que los volúmenes obtenidos en las capturas vienen disminuyendo y los pescadores artesanales no tienen mucho que ofrecer en variedad de especies. La reducción en la cantidad y variedad de la pesca artesanal, ha causado estragos en experiencias de comercialización conjunta directa; ante la menor disponibilidad de pesca comienza la deserción de los socios de la asociación, hay menos volumen para comercializar y se incumplen los compromisos de venta. Adicionalmente, la reducción del volumen incide en el margen de ganancia que a veces no cubre los costos

Canales de Venta Directa

Son canales donde los productores venden el pescado directamente a los consumidores (en el momento del desembarco, en puestos del mercado o en su propio establecimiento, por ejemplo).

Las iniciativas de venta directa son las formas más “extremas” de distribución en cadena corta, ya que incluyen iniciativas en las que los pescadores o miembros de sus familias (sus esposas, por ejemplo) venden directamente al consumidor final sin la intervención de intermediarios.

Esto les permite establecer sus propios precios y quedarse con la totalidad del margen de venta. Ejemplos de venta directa son la venta desde el barco, los pequeños puestos que se instalan en el muelle o las pescaderías ambulantes de los mercados locales. En este modelo se precisa la participación directa del pescador y una habilidad especial para el trato humano, que debe ser desarrollada previamente en base a la capacitación de los pescadores y el apoyo de las autoridades locales como los GADs municipales y parroquiales.

Hay que apoyar a los pescadores con la inversión inicial, que suele ser pequeña, mediante el acceso a líneas de crédito para MIPYMES por parte de la banca de desarrollo y otras entidades financieras. Aunque el volumen de venta es limitado al reducirse a circuitos locales, la venta directa puede constituir una fuente de incremento importante de ingresos de los pescadores y sus familias.



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Los volúmenes que se pueden vender a través del canal de venta directa son limitados, en parte porque la zona de captación resulta restringida. Los clientes de las zonas rurales de Francia, por ejemplo, están dispuestos a desplazarse un máximo de 20 km para comprar un producto específico, lo cual reduce el número de clientes potenciales de cualquier productor local.

Una vez que se haya madurado el desarrollo de la asociatividad en la pesca artesanal, y se pueda alcanzar una mayor escala en la cantidad de producto disponible para la venta, se podría instalar en las ciudades almacenes mayorista de distribución de pesca fresca, financiados y administrados por el sector privado, que podrían contar con el apoyo de Organismos No Gubernamentales y la Cooperación Internacional.

El pescado fresco y congelado se distribuiría a supermercados, tiendas, restaurantes, hoteles, cafeterías, hogares y otros, necesiéndose un esfuerzo logístico considerable, que se iniciaría con la consolidación de las diferentes variedades de pescado que demandan los consumidores finales.

Un esquema adicional que puede promover el gobierno son las compras de pescado para los programas públicos relacionados con la mejora de nutrición, sobre todo en las poblaciones más vulnerables. Este tipo de proyectos se pueden trabajar con los organismos relacionados a Naciones Unidas y los GADs y tomando como base experiencias de otros países, como el caso de Perú. Adicionalmente, se pueden realizar convenios de abastecimiento con las instituciones públicas que se abastecen de productos alimenticios, los cuales deben ser trabajados a nivel de territorios y de manera desconcentrada, con apoyo de los GADs.

Este tipo de proyectos debería acompañarse de una campaña sostenida de incremento de consumo de pescado por parte de la población, mediante campañas promocionales de diversa índole, financiadas por el sector público y privado. Según la FAO, el consumo per cápita de pescado en el Ecuador es apenas de 8Kg, por debajo del promedio latinoamericano (12Kg) y muy por debajo del peruano (21Kg)

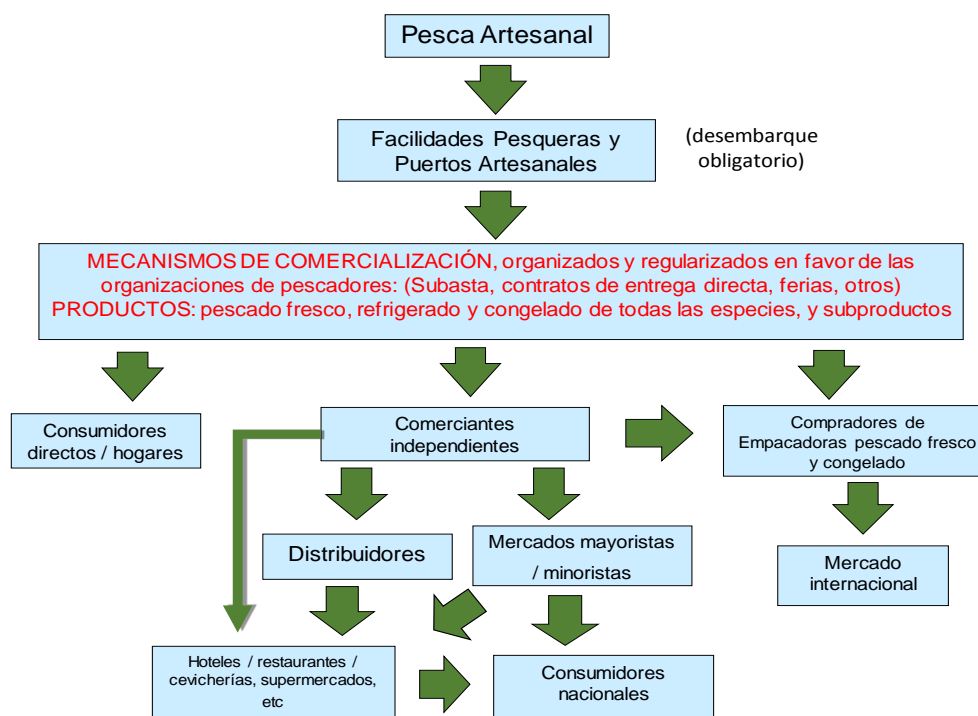
SÍNTESIS DE CANALES ALTERNATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PESCA ARTESANAL

VENTA DIRECTA (SIN INTERMEDIARIOS)	OTRAS POSIBILIDADES DE CADENAS CORTAS (MÁXIMO UN INTERMEDIARIO)
En el desembarco	Relación privilegiada con el restaurante
Pequeño puesto en el puerto	Programas de pesca financiados por la comunidad
Pescadería ambulante	Relación privilegiada con pescaderías u otros establecimientos de productos locales (en la zona o en el centro urbano)
Mercado de pescado fresco	Cooperativa (puede implicar cierto grado de procesamiento)
Mercado de agricultores	Procesamiento en cooperativa o relación privilegiada con un procesador local



La adecuación de las condiciones necesarias para la adopción de cualquier esquema de comercialización arriba descrita, permitirán pasar a un esquema más integrado y favorable al pescador, como el que se muestra en el siguiente gráfico:

FLUJOS ALTERNATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN



3 Consideraciones finales y conclusiones

La comercialización es uno de los eslabones de la cadena de la pesca más difíciles de abordar por parte de los pescadores artesanales, pues los comerciantes manejan el negocio y lo administran a su beneficio, incluso por sobre los intereses de los industriales que procesan el producto. Los comerciantes compran en diferentes caletas, consolidan volúmenes importantes de pesca, manejan los stocks y controlan los precios; pagan de contado y de forma inmediata el pescado que llega a las caletas, el cual con frecuencia está comprometido y le pertenece, pues previamente han financiado el zarpe.

En otros casos, el pescado es comprado en el mar por el comerciante que se pone en contacto telefónico con el capitán del barco y negocia la compra antes del desembarque. Por otra parte, los comerciantes son pocos en número y actúan organizadamente; cuando el pescado llega a la playa se ponen de acuerdo para imponer el precio o retardar su decisión de compra, a fin de que el precio baje; el pescador al no estar organizado y actuar individualmente, carece de opciones para hacerle frente. Este complejo entramado de compra - venta no ha podido ser desmontado y continua vigente, lo que demuestra el poder del comerciante en la cadena de la pesca y la dificultad que entraña modificar esta realidad.

En el análisis realizado en este documento se han identificado una serie de problemas que afrontan los pescadores artesanales para mejorar la comercialización e incrementar sus ingresos y se han detallado



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

actividades que podrían implementarse para mejorar su situación. A más de las modalidades y esquemas de comercialización que se han expuesto y podrían implementarse, los principales problemas identificados son los siguientes: 1) precios bajos; 2) atadura al comerciante mayorista; 3) desconocimiento de mercados y precios; 4) limitada oferta de productos; 5) ingresos alternativos a la pesca; 6) dar valor agregado; 7) dificultad de acceder a financiamiento; 8) infraestructura inapropiada que impacta en la calidad de los productos; 9) informalidad y debilidad organizativa; 10) formación de líderes; 11) limitado acceso a la capacitación y asistencia técnica. Estos problemas llevaron a plantear acciones que tratan de mejorar la situación, mediante el trabajo conjunto entre los pescadores, las entidades públicas, el sector privado, las organizaciones no gubernamentales y la cooperación internacional.

Una breve reseña de los problemas identificados y las propuestas formuladas se señala a continuación:

Precios bajos

Mientras la comercialización siga siendo manejada por los comerciantes, el pescador recibirá precios bajos por su pesca. El propósito central de las recomendaciones es establecer estrategias para la venta directa del productor al consumidor, limitando la intermediación, con el objetivo de que el pescador reciba un mejor precio; una primera acción es estructurar convenios de compra-venta con empresas procesadoras para asegurar la venta de la pesca a precios negociados y plazos convenientes; convenios similares podrían también acordarse con distribuidores, mercados, restaurantes y otros, que venden el producto al consumidor final. Se puede por otra parte, instalar almacenes mayoristas en las ciudades para distribuir la pesca, financiados y administrados por el sector privado.

Atadura al comerciante mayorista

La dependencia del comerciante que financia el zarpe y se adueña de la pesca antes de que se realicen las capturas, es uno de los principales problemas que afronta el pescador artesanal. Para hacer frente a esta situación se puede estructurar a corto plazo una línea de crédito para capital de operación, que sustituya el préstamo del comerciante y permita al pescador negociar libremente su pescado. Otras actividades a mediano plazo, tienen relación con la constitución de asociaciones, cooperativas y/o micro empresas, donde los pescadores manejen las capturas y la comercialización.

Desconocimiento de mercados y precios

Uno de los insumos más importantes que permite que fluya la comercialización, es la disponibilidad de información actualizada, oportuna, útil y confiable. Se plantea poner a disposición del pescador información actualizada de precios según especies y mercados, que le permita mejorar su capacidad de negociación frente al comerciante. La información le llegaría vía mensaje de texto al teléfono celular.

Limitada oferta de productos

Los pescadores están conscientes de que la pesca ha disminuido en volumen y variedad de especies, haciendo incierto el futuro del sector. Se propone como estrategia mejorar la calidad de la producción, con el objetivo de *diferenciar* la pesca artesanal y mejorar los ingresos a través de los precios. El cuidado de la calidad permitirá también disminuir los descartes y las mermas. Otra estrategia es identificar “nichos de mercado” que permitan trabajar ofertas pequeñas

Ingresos alternativos a la pesca



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



ECUADOR

Frente a la disminución de la pesca que impacta en la reducción de los ingresos, se hace imperativo idear y establecer actividades alternativas que generen nuevos ingresos, como el turismo, la agricultura, la artesanía, la gastronomía y otras. En la actualidad ya se han iniciado proyectos en esta línea, pero se requiere promoverlos e impulsarlos.

Dar valor agregado

Una estrategia importante para mejorar la comercialización y los ingresos de los pescadores, es agregar valor al pescado fresco que se recibe en la Facilidad Pesquera. Se propone impulsar proyectos de diversificación productiva que se inicien con el eviscerado y continúen con el fileteado, envasado, congelado y desarrollo de productos. Se propone además, que estas actividades sean realizadas por las mujeres y familiares de los pescadores, introduciéndoles como partícipes importantes en la cadena de la pesca. Un esfuerzo de esta naturaleza requerirá de asistencia técnica permanente y de inversiones complementarias en instalaciones y equipos

Dificultad de acceder a financiamiento

Un factor determinante para la comercialización y la faena de pesca es la disponibilidad de financiamiento para el pescador artesanal, el cual no es atendido por las entidades financieras por su falta de regularización, siendo ésta la primera acción que habrá que realizar; las líneas de crédito deberían diseñarse para cubrir, entre otros los insumos necesarios para el zarpe (combustible, comida y hielo); adquisición de equipos como los motores fuera de borda; adecuación de las embarcaciones para mantener la calidad de la pesca luego de las capturas. Se plantea además, que el acceso al crédito vaya acompañado de proyectos de comercialización que apoyen a los pescadores en la venta del producto, con la finalidad de repagar el préstamo y reducir la tasa de morosidad.

Infraestructura inapropiada que impacta en la calidad de los productos.

La infraestructura se ha mejorado con la construcción de las Facilidades Pesqueras Artesanales pero se mantiene intocada en las caletas distribuidas a lo largo de la costa, con lo cual el pescado sigue faenándose en la playa en condiciones técnicas y sanitarias inadecuadas; por otra parte, las embarcaciones de los pescadores registran una serie de falencias en el manejo de las capturas, siendo conveniente financiar las mejoras requeridas, así como proporcionar asistencia técnica en buenas prácticas pesqueras.

Informalidad y debilidad organizativa

La informalidad es una característica común en el comportamiento del pescador y está acompañada de un marcado individualismo que le hace poco propenso a pertenecer y comprometerse con cualquier tipo de organización; la informalidad impide que el pescador acceda a la seguridad social, obtenga créditos de entidades financieras y se relacionen con empresas privadas, que no les compran su pesca mientras no estén regularizados. Se propone estructurar programas de formalización y fortalecimiento organizacional permanentes, que incluyan visitas de aprendizaje a países donde los pescadores están organizados.

Formación de líderes

El fortalecimiento organizacional que se propone, debe estar acompañado de la formación de líderes que conduzcan los destinos de la organización a sus objetivos de desarrollo y posean las habilidades requeridas para desempeñarse eficientemente.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-
Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL
GOBIERNO
DE TODOS

ECUADOR

Reducido acceso a capacitación y asistencia técnica

Si bien existen esfuerzos aislados de diferentes Ministerios, es necesario priorizar la formación de los pescadores mediante programas específicos que ataquen las falencias que les afectan.