

# **Estrategias de Comercialización de la Pesca Litoral: Caso la Lonja del Puerto Pesquero de Palamós y su Contribución para la Pesca Artesanal en Venezuela**

BÁRBARA ÁLVAREZ-EREIPA<sup>1</sup>, RAMÓN FRANQUESA<sup>1</sup>, y JOAN ALEGRET<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Gabinete de Economía del Mar, Universitat de Barcelona, Av. Diagonal, 690., 08034 Barcelona, España

<sup>2</sup> Grup d'Estudis Socials de la Pesca Marítima, Universitat de Girona, Pl. Ferrater Mora, 1, 17071 Girona, España

## **RESUMEN**

La comercialización del pescado fresco en España, es organizada y gestionada por las Cofradías de Pescadores, siendo las lonjas el lugar físico donde se desarrolla dicha actividad económica. El presente trabajo estudió la situación actual de la Lonja del Puerto Pesquero de Palamós para el año 2006; con la finalidad de ver los aportes del sistema de ventas en origen de este puerto, al caso de la pesca artesanal en Venezuela. Se describe como se estructura y organiza la venta del pescado fresco en dicha lonja, empleando el modelo de subasta holandesa, considerando las ventajas y desventajas del modelo. Se subastó un volumen de capturas de 2.406.390,64 kg., y en ingresos brutos se obtuvo un total de 10.803.395,2 €, siendo los meses de junio, julio y agosto los que presentaron los mayores valores en los ingresos. Se observaron tres tipos de compradores presentes en la subasta: mayoristas, minoristas y restauración; su comportamiento varió en función de la especie objetivo que fuera a comprar, por lo tanto un comprador puede tener un comportamiento mayorista para una determinada especie y no para otra. El poder de concentración de compra se midió con los índices de concentración: (C4, C8 e IHH).

Además se describe la situación actual de la comercialización del pescado fresco en Venezuela; y se considera la posibilidad de aplicar el sistema de subasta en la región nororiental de Venezuela, ya que los mayores desembarques de la flota artesanal en el país se realizan en esta zona, debido a factores: bióticos, sociales, culturales, ubicación geográfica, etc., que permite que esta zona sea la más idónea para iniciar la implantación de un proceso comercial más avanzado.

**PALABRAS CLAVES:** Cofradías, Palamós, lonja, subasta holandesa, Venezuela

## **Strategy of Trading in Small-Scale Fisheries: Case the Fish Market of Palamós in the Fisheries Harbour and Their Application For Small-scale Fisheries in Venezuela**

The marketing of fresh fish in Spain is organized and managed by the Cofradías of fishermen, being the fish market where that economic activity takes place. This study examined the current status of the dutch auction of the fishing harbor of Palamós for 2006, with the aim of seeing the contributions of the sales system in this harbor of origin, for the case of small-fisheries in Venezuela. Described as organized and structured the sale of fresh fish in this auction, using the dutch auction model, considering the advantages and disadvantages of the model. Auction was a catch of 2,406,390.64 kg, and had a gross value of 10,803,395.2 €, with the months of June, July and August which showed the highest values in income. There were found three kinds of buyers at the auction: wholesaler, retailer, and restoration; their behavior changed according to the target species; so a buyer can have a wholesaler behavior for a sorted species but not for another one. The power of concentration of purchase was measured with the indices of concentration: (C4, C8 and HHI).

Besides it described the current status of the marketing of fresh fish in Venezuela and is considering applying the auction system in the northeastern region of Venezuela, with the largest fleet of landing craft in the country are made in this area due to: biotic, social, cultural, geographic location, etc.. that identifies this area the best to implement a more advanced business process.

**KEY WORDS:** Cofradías, Palamós, fish market, dutch auction, Venezuela

## **Strategie de Vente dans les Petites Pêcheries: Le Cas du Marche aux Poissons de Palamos situe dans le Port de Pêcheries Artisanales u Venezuela**

La vente des poissons frais en Espagne est organisée et contrôlée par les Cofradías des pêcheurs, le marché de poissons étant l'endroit physique où cette activité économique a lieu. Cette étude a examiné l'état actuel de l'enchère hollandaise (marché à la criée) au port de pêche de Palamós pour 2006, dans le but de voir les contributions du système de ventes dans ce port d'origine, pour la petite pêcherie au Venezuela. Décrit comme organisé et structuré la vente des poissons frais dans cette enchère, en utilisant le modèle hollandais d'enchère, les avantages et les inconvénients du modèle. L'enchère était un crochet de 2.406.390,64 kilogrammes, et un total brut de € 10.803.395,2, avec les mois de juin, de juillet et d'août qui ont montré les valeurs les plus élevées dans le revenu. Là ont été trouvés 3 genres d'acheteurs dans l'enchère : grossiste, détaillant et restauration ; leur comportement changeait selon l'espèce cible ; ainsi un acheteur peut avoir un comportement de grossiste pour une espèce mais pas pour une autre. La puissance de la concentration de l'achat a été mesurée avec les index de la concentration : (C4, C8 et HHI). Sans compter qu'elle décrit l'état actuel du marketing des poissons frais au Venezuela et envisage d'appliquer le système d'enchères à la criée dans la région du nord-est du Venezuela, avec la plus grande flotte de barges de débarquement dans le pays sont faits dans ce secteur dû à : l'endroit biotique, social, culturel, géographique, etc.. ceci est le meilleur secteur pour commencer l'exécution d'un processus de commercialisation plus avancé.

**MOTS CLÉS:** Marché de poissons, enchère hollandaise, Cofradías, Palamós, Venezuela

## INTRODUCCIÓN

Desde el punto de vista analítico la actividad pesquera puede considerarse como una empresa, tomando como base el concepto económico que la define como una actividad o conjunto de ellas organizadas con fines económicos. La actividad pesquera constituida como empresas abarca un amplio abanico de campos, como son: la extracción (capturas), la transformación (alimentos para ganadería, harinas o aceites de pescado), la conservación (conservas, salazones, red frigorífica, etc.) y la comercialización. Siendo la extracción pesquera el primer eslabón de la actividad productiva del sector y es este nivel el más importante del sector pesquero.

El proceso de comercialización de los productos del mar en estado fresco, incluye una variedad de operaciones cuyo objetivo final es trasladar el producto pesquero hasta el consumidor final en el menor tiempo posible, ya sea el propio consumidor o el sector industrial. En el caso de la comercialización en origen del pescado fresco, en el Estado Español se realiza de forma obligatoria a través de las lonjas de contratación bajo el ente gestor y organizador denominado Cofradías de Pescadores; donde la modalidad de venta empleada en la mayoría de las lonjas es la subasta holandesa o "a la baja" (Franquesa 2005, 2006).

En el contexto de la pesca artesanal marítima venezolana, Salaya (1990), Mendoza (1999) y Lozada (2007); coinciden en que la problemática de la comercialización de pescado fresco en Venezuela lleva varias décadas sin ser resuelto y que se mantiene en la actualidad. Parte de esta problemática se debe a la existencia de varias cadenas de comercialización de dicho producto; donde concurren varios intermediarios que contribuyen en la distorsión de la fijación del precio. Estos intermediarios no generan un valor agregado al producto y su única función viene a ser la del transportista, acopiador o financista.

Este mecanismo genera un aumento desproporcionado en los precios, que pueden sobrepasar en muchos casos el costo en muelle hasta más del 100% cuando llega al consumidor final (Lozada 2007). No obstante, el pescador artesanal se ve obligado a colocar su producto al precio que le fije el intermediario de primera venta, ya que el sector pesquero artesanal en Venezuela no cuenta con la infraestructura y medios para conservar, transportar y comercializar su producto.

Hay que hacer notar que en el caso venezolano existen escasos trabajos (Salaya 1990, Mendoza 1999, Lozada 2007) dedicados a la comercialización de la pesca artesanal, siendo este trabajo el primero en intentar aprovechar las experiencias y conocimientos desarrollados por las Cofradías Españolas en la comercialización del pescado fresco, bajo el modelo de subasta holandesa o "a la baja" y de esta manera contribuir en las mejoras de comercialización del pescado fresco en Venezuela.

## MATERIALES Y METODOS

### Descripción del Caso Ejemplo del Puerto Pesquero de Palamós (España)

El estudio fue realizado en el Puerto Pesquero de Palamós, el cual se encuentra ubicado dentro de la Provincia de Girona de la Comunidad Autónoma Catalana (España), que comprende la franja litoral mediterránea que se extiende de sur a norte desde el cabo Sanlions (N 41°45' E02°58') hasta el cabo de Castell (N 42°05' E03°12') (Alegret *et al.* 2007).

Se realizaron visitas a la lonja de Pescadores de Palamós con la finalidad de obtener información referente al área física donde se realizó la subasta del pescado fresco, así como también la periodicidad de las mismas a lo largo del día.

Los datos informáticos para el estudio fueron aportados por la Cofradía de Pescadores para el año 2006; dichos datos se obtuvieron a partir de las ventas diarias realizadas por la lonja, estando conformada por las siguientes variables:

- i) El dato de venta de cada operación para cada caja (por día, mes y año);
- ii) Código y nombre del comprador en cada operación realizada diariamente;
- iii) Nombre científico de la especie;
- iv) Kilogramos vendidos en cada operación; y
- v) El precio medio por kilogramo de cada especie (expresado en euros).

Para el análisis de datos fue tomado en cuenta la existencia de periodos de veda en el año 2006, estando comprendida entre el 1 de noviembre al 31 de diciembre del mismo año.

Seguidamente, se determinaron cuáles fueron las especies que aportan mayores beneficios económicos a la lonja, empleando como criterio para este estudio las especies que aporten como mínimo un 70% de los ingresos brutos a la Cofradía; además este criterio fue empleado en los posteriores cálculos de los índices de concentración de los compradores.

En cuanto a la tipología de compradores en la lonja según el listado de compradores aportada por la Cofradía, se realizó la clasificación de los compradores en: mayorista, minorista y restauración. Seguidamente, se procedió a especificar cuál fue la composición o estructura de su compra y el papel que juega está en el total de los ingresos aportados a la Cofradía de Pescadores.

Posteriormente, se calcularon los índices de concentración de mercado por especie, con la finalidad de medir si existía algún tipo de poder concentración entre los compradores en alguna de las especies analizadas y si este poder afectó el precio que adquirió la mercancía (pescado fresco) en la subasta. Para ello se emplearon tres índices de concentración: el índice estándar o coeficiente de concentración C4, C8, y el índice de Herfindahl - Hirsch-

man (IHH) (Pascuale *et al.* 2005).

En el caso del Coeficiente de concentración (C4 y C8), fueron ordenados los compradores por orden decreciente por cuota de mercado. Siendo la cuota de mercado, los ingresos anuales totales de cada comprador (aj), respecto al total anual de ingresos brutos en la Cofradía (A). Donde (m) = las “m” mayores compradores en el mercado y (pi) es la proporción de mercado que presenta los compradores (i). Según la ecuación (Pascuale *et al.* 2005):

$$C_m = \sum (a_j) / (A) = \sum p_i$$

A partir de esta ecuación se construyeron los índices que encierran a los primeros cuatro principales compradores y los ocho principales compradores, C4 y C8 respectivamente.

**C4** (coeficiente de concentración de los cuatro principales compradores): En el caso que el índice supere el 60% del total de operaciones, se consideró que el conjunto de compradores se encuentran concentrados o influyen en el precio.

**C8** (coeficiente de concentración de los ocho principales compradores): Si  $C8 < 25\%$  del total de operaciones, se puede decir que no hay concentración; mientras que si  $25\% \leq C8 \leq 50\%$ , existe una concentración moderada y si  $C8 > 50\%$  el conjunto de compradores se encuentra altamente concentrado o influyen en el precio.

El Índice de Herfindahl - Hirschman (IHH), se utilizó siguiendo la relación de la suma de los cuadrados de las participaciones de los compradores en la subasta:

$$IHH = \sum \left( \frac{a_j}{A} * 100 \right)^2 = \sum P_i^2$$

Donde los valores de IHH pueden oscilar entre valores de cero (0) y diez mil (10.000), indicando en el primer caso que es un mercado perfectamente competitivo o altamente atomizado; mientras que en el segundo caso indican la existencia de un mercado de tipo monopolio u oligopolista.

### Descripción del Caso Venezolano

Para el caso de Venezuela, se realizó una revisión bibliográfica en el organismo oficial del estado, el Instituto Socialista La Pesca y Acuicultura (INSOPESCA), en relación a la comercialización de la pesca artesanal marítima en Venezuela, para el año 2006.

Es importante aclarar que la naturaleza de los datos de pesquería en Venezuela dificultó el desarrollo de un trabajo riguroso, dado que estos en muchos casos, cuando no están ausentes, son incompletos o contradictorios. De este modo, ha sido imposible realizar un análisis estadístico a fondo sobre los datos de comercialización de la pesca artesanal para este caso.

### RESULTADOS

La lonja de contratación del Puerto Pesquero de Palamós, es el lugar físico donde se desarrolló la subasta del pescado fresco (peces, moluscos, crustáceos, equinodermos, etc.); contando con una superficie de 1.755,39 m<sup>2</sup>, subdivididas en seis salas. La primera sala, es donde entra el producto para ser pesado; dentro de esta sala se encuentra la garita del subastador (informatizada) y es allí donde se asigna el precio de salida de las cajas de pescado que se subastarán. Cabe destacar que antes de entrar la mercancía (pescado fresco) para su pesada, el pescador debe: seleccionar, conservar en hielo y presentar en cajas el pescado fresco. Seguidamente, viene la sala de subasta, donde se encuentran los distintos compradores para realizar sus distintas “pujas”. La observación y apreciación del estado físico del pescado subastado; se realiza mediante el recorrido de las cajas subastadas que pasan por una cinta mecanizada. La información relacionada a la especie subastada, el número de cajas, embarcación que la subasta, etc., aparece en dos paneles electrónicos que se encuentran en el centro del recinto. Finalmente, el comprador que se adjudique la mercancía, aparecerá su nombre reflejado en la pantalla del panel electrónico, así como el número de cajas compradas y el precio a la que adquirió ese lote de pescado. Al final del recorrido del pescado fresco por la cinta mecanizada se encuentra una máquina etiquetadora que indicará: el nombre del comprador, el monto a pagar por las cajas compradas, nombre científico y común de la especie. En este caso, parte de la cinta mecánica por donde pasa el pescado fresco, así como la máquina de expedir las etiquetas se encuentra dentro de la sala de expedir la mercancía de los compradores. Siendo este el lugar donde se realiza la conservación y colocación en cajas, para la salida de la mercancía comprada. En estas tres salas descritas únicamente pueden entrar compradores, pescadores y personal de la Cofradía. Mientras que en la sala de venta al público, se encuentran puestos de venta al detal, que permiten la entrada de consumidores en general.

A lo largo de todo el año 2006; la subasta de pescado fresco se desarrolló de lunes a viernes (exceptuando días feriados o por mal tiempo que impidieran la salida de las embarcaciones), con un total de 245 días al año de subasta. A nivel diario se realizaron dos subastas de pescado fresco, la primera venta comenzó las 8:00 am y culminó a las 10:00 am; mientras que la segunda subasta, se inicia en un horario de las 4:15 pm y culmina aproximadamente a las 7:00 pm. Ambas subastas de pescado se realizan bajo la modalidad de subasta holandesa o “a la baja”, siendo este el primer eslabón en la cadena de comercialización del pescado fresco en todo el territorio español (Figura 1).

Fueron comercializadas un total de ochenta y una especies (N: 81) en dicho puerto, siendo el volumen de captura subastado de 2.406.390,64 (kg.) y los ingresos brutos generados en la subasta de pescado fresco fueron de 10.803.395,2 €. En relación a los ingresos brutos a nivel

mensual, los mayores valores se observaron en los meses de junio, julio y agosto (Figura 2), en conjunto estos tres meses generaron un 34,70% de los ingresos brutos anuales de la Cofradía.

En relación a la tendencia de las capturas aumentó en los dos primeros meses del año (Figura 2), decayendo para el mes de abril y posteriormente alcanzado el máximo valor de capturas subastadas para el mes de mayo. Se pudo

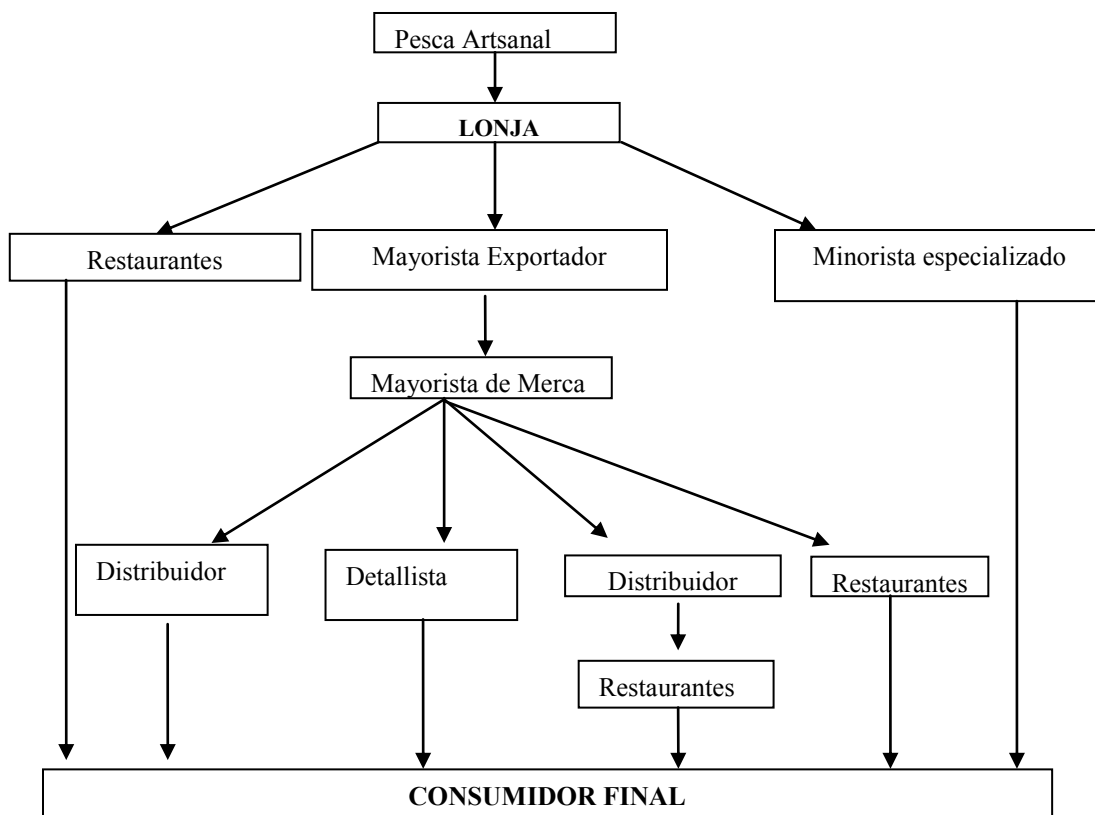


Figura 1. Organigrama general de la comercialización del pescado fresco en España.

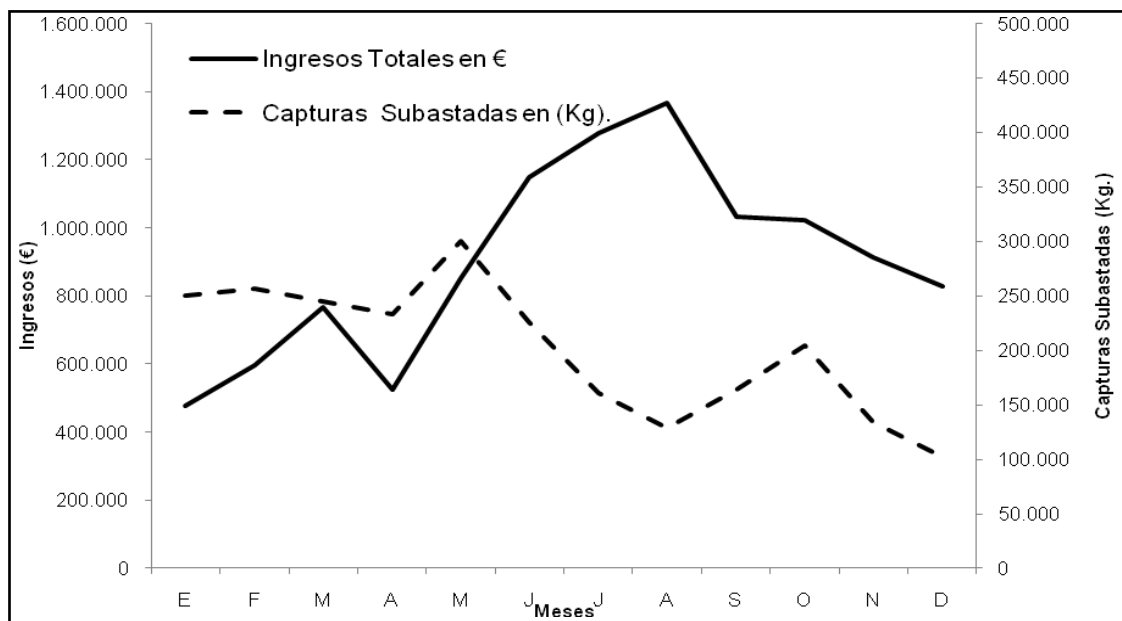
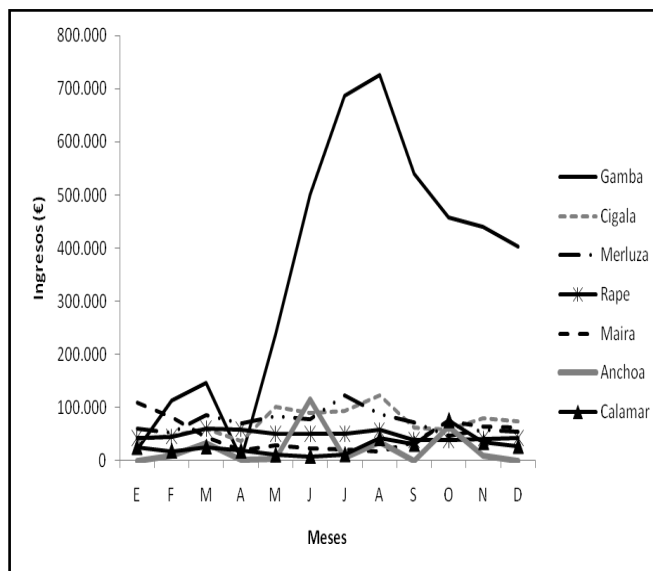


Figura 2. Evolución mensual de los ingresos brutos (€) y capturas subastadas (Kg.) para el año 2006, para la Cofradía de Pescadores de Palamós.

apreciar que siendo el mes de mayo el que presentó mayor valor en kilogramos subastado de pescado, este no se corresponde con el mes que presentó el máximo valor en ingresos brutos. La explicación de este comportamiento se debe al tipo de especie que se ha comercializado para los meses de junio, julio y agosto; que son las especies que adquieren mayor valor en la subasta.

Mientras que las especies que generaron los mayores ingresos en la lonja se centraron en un total en siete especies que aportaron el 70,44% de los ingresos brutos a la lonja. En la Tabla 1, se señalan en porcentajes las especies que produjeron mayores de ingresos brutos en la subasta: la gamba roja (*Aristeus antennatus*) generó un 38,67% de los ingresos brutos; seguidamente la merluza (*Merluccius merluccius*) aportó un 7,92%; la cigala (*Nephrops norvegicus*) un 7,85%; la bacaladilla (*Micromesistius poutassou*) con un 5,26%; el rape (*Lophius piscatorius*) un 5,25%; el calamar (*Loligo reynaudi*) un 3,00% y la anchoa (*Engraulis encrasicolus*) con un 2,49%.

En la Figura 3, se observa con mayor detalle cual fue el comportamiento a nivel mensual, de cada una de las especies que generaron los mayores ingresos a lo largo del periodo evaluado. En este sentido, la gamba roja (*Aristeus antennatus*) durante casi todos los meses del estudio fue la especie que aportó los mayores ingresos a la Cofradía, exceptuando los meses de enero y abril que tuvo un declive tanto en las capturas como en los ingresos. Seguidamente, la merluza (*Merluccius merluccius*) y la cigala (*Nephrops norvegicus*) fueron las especie que generaron gran parte de los ingresos a la Cofradía y estas especies variaron en función de los meses.



**Figura 3.** Relación de los ingresos mensuales en (€) de las siete principales especies que aportarán mayores ingresos a la Cofradía de Pescadores de Palamós, en la subasta del pescado fresco realizada en la Lonja de contratación para el año 2006.

**Tabla 1.** Importancia de las siete principales especies función de los ingresos brutos obtenidos en la subasta de la Lonja de Contratación de Palamós, para el año 2006. Ø: Precio promedio. Fuente: Elaboración propia. Datos aportados por la Cofradía de Pescadores de Palamós.

Nombre común	Nombre científico	Capturas totales (kg)	Importe Total en €	Ingresos (%)	Precio mín.	Precio máx.	Ø Precio
<b>Gamba</b>	<i>Aristeus antennatus</i>	94.946,00	4.277.878,44	38,67	1,04	186,00	43,50
<b>Merluza</b>	<i>Merluccius merluccius</i>	114.655,50	875.855,96	7,92	0,32	35,70	7,86
<b>Cigala</b>	<i>Nephrops norvegicus</i>	39.400,60	868.577,40	7,85	0,50	96,50	22,98
<b>Bacaladilla</b>	<i>Micromesistius poutassou</i>	743.788,59	581.681,71	5,26	0,30	30,85	1,15
<b>Rape</b>	<i>Lophius piscatorius</i>	69.260,00	580.420,09	5,25	0,38	35,05	8,25
<b>Calamar</b>	<i>Loligo reynaudi</i>	22.308,40	332.317,12	3,00	0,73	81,29	18,15
<b>Anchoa</b>	<i>Engraulis encrasicolus</i>	65.561,70	274.956,43	2,49	0,18	10,60	3,91

Un total de 140 compradores se encontraron registrados en la Cofradía, de los cuales sólo veinte (20) compradores son los que aportaron los mayores ingresos a la cofradía. Según el criterio de clasificación de compradores se encontraron: mayoristas, minoristas y restauración. Sin embargo, se debe tener en cuenta que un comprador mayorista, es aquel que compra grandes cantidades de una mercancía y que puede influir sobre el precio del mercado. Además, un comprador puede tener un comportamiento tipo mayorista para una determinada especie y no para otra.

Según la clasificación empleada por la Cofradía y comparando con los resultados obtenidos, estos indicaron que dicha clasificación, daba diferencias entre los compradores dentro de la subasta. No obstante, para poder observar quien o quienes son los principales compradores y cuál es su papel en el conjunto de ingresos aportados, se analizaron las siete especies principales subastadas.

En la Tabla 2 se pudo observar claramente que los principales compradores cambian en función de las especies objetivas que fueron subastadas. Para las siete (N: 7) especies evaluadas, se exponen los principales compradores en orden de importancia según el porcentaje de ingresos en compra a la lonja de Palamós. Considerando por ejemplo la anchoa (*Engraulis encrasicolus*) (Tabla 2), se observó que Frigoríficos Ros, S.A, es el comprador más importante de pescado azul dentro de la Cofradía, adjudicándose el 50,09%. Seguidamente de Pescados Sala, S.A y Peixos Co-Mar, S.L, que representaron el 15,24% y 9,59% respectivamente. Sumando los tres principales compradores, generaron un 74,92% del valor de los ingresos.

Mientras, que para el caso de la venta de la gamba roja (*Aristeus antennatus*), calamar (*Loligo reynaudi*), cigala (*Nephrops norvegicus*), el rape (*Lophius piscatorius*), y la merluza (*Merluccius merluccius*). Se pudo apreciar que su venta no se encontró concentrada en un sólo comprador, interviniendo en el proceso de subasta varios compradores

(mayoristas, minoristas y restauración) (Tabla 2).

En la Tabla 3 se muestran los valores de los índices de concentración en función de las siete especies que aportaron mayores ingresos a la Cofradía de Pescadores de Palamós. De esta forma se observó que la anchoa, es la especie que presentó mayores valores de concentración con tres índices empleados. Sin embargo, los índices IHH y el C4 disminuyeron casi a la mitad para el resto de las especies analizadas. Mientras que en el caso del índice C8, este disminuyó en un 24,36%.

### La Comercialización de la Pesca Artesanal Marítima en Venezuela

Según los datos del organismo oficial del estado INSOPESCA para el año 2006, la flota pesquera artesanal aportó el 71% de los desembarques a nivel nacional. Donde el primer eslabón de la cadena de comercialización de la actividad pesquera en Venezuela representan uno de los aspectos más complejos en su estructura y funcionamiento en el circuito de comercialización de la pesca artesanal venezolana (Lozada 2007). Por tanto, en el caso venezolano una vez que el pescado fresco llega a orilla de la playa, la articulación de la mercancía hasta llegar al consumidor final se caracteriza por la presencia de un elevado número de agentes intermediarios a nivel de primera venta en origen (Figura 4). Siendo los Caveros de Playa y Caveros Transportistas los grupos más importantes en la compra y venta de dicha mercancía.

Los Caveros de Playa son agentes que se encuentran presentes en las distintas comunidades del país. Su función es acopiar el pescado proveniente de las embarcaciones con las cuales han realizados acuerdos y compromisos verbales de suministros a través de préstamos para gastos de mantenimiento, reparaciones, faenas de pesca y del hogar. Las instalaciones de estos agentes para la conservación del producto suele ser rudimentaria y de capacidad de conservación limitada. En este sentido, la capacidad de acción de

**Tabla 3.** Indicadores de concentración de la subasta de pescado fresco en la lonja de contratación de Palamós, para el año 2006. IHH<sup>1</sup>: índice de Herfindahl – Hirschman; C4 coeficiente de concentración de los cuatro principales compradores y C8: coeficiente de concentración de los ocho principales compradores.

Especie	Índices de Concentración		
	IHH <sup>1</sup>	C4 (%)	C8 (%)
Anchoa ( <i>Engraulis encrasicolus</i> )	2904,45	80,28	91,74
Bacaladilla ( <i>Micromesistius poutassou</i> )	734,38	48,09	67,38
Gamba ( <i>Aristeus antennatus</i> )	243,16	25,11	43,20
Calamar ( <i>Loligo reynaudi</i> )	194,78	23,08	37,55
Cigala ( <i>Nephrops norvegicus</i> )	182,07	21,77	37,48
Rape ( <i>Lophius piscatorius</i> )	158,82	20,30	34,68
Merluza ( <i>Merluccius merluccius</i> )	125,36	18,07	31,02

**Tabla 2.** Principales compradores de las siete principales especies subastadas y su respectivo porcentaje de ingresos que generaron a lo largo del año 2006, para la Cofradía de Pescadores de Palamós.

<b>Anchoa (<i>Engraulis encrasicolus</i>)</b>		<b>Bacaladilla (<i>Micromesistius poufassou</i>)</b>		<b>Calamar (<i>Loligo reynaudi</i>)</b>		<b>Gamba (<i>Aristeus antennatus</i>)</b>	
Nombre del Comprador	Ingreso anual (%)	Nombre del Comprador	Ingreso anual (%)	Nombre del Comprador	Ingreso anual (%)	Nombre del Comprador	Ingreso anual (%)
Frig.Ros,S.A.(Intern.)	50,09	Garcimar,S.A.	16,66	Distribucio Del Fred,S.A.	7,77	Gamba De La Costa Mar Ve-	7,56
Mati	15,24	Peixos Co-Mar,S.L.	14,90	Peixos Isabel,S.L.	6,52	Illa,S.L.	6,37
Pescados Sala,S.A.	9,59	Frig.Ros,S.A.(Internacional)	9,61	Selis Alsina,Joan	4,39	Cros-Mar,S.A.(2)	5,93
Peixos Co-Mar,S.L.	5,35	Peix I Marisc Mario,S.L.(2)	6,92	Peixos Arnau,S.L.	4,38	Distribucio Del Fred,S.A.	5,25
Pescados Montal-	5,47	Josep Mº Tapia,S.A.	5,84	Debomar Palamos,S.L.	4,25	Peixos Arnau,S.L.	4,98
ban,S.L.	2,48	Frime,S.A.(Export)	4,63	Cros-Mar,S.A.(2)	3,76	Japofish,S.A.	4,83
Peixos Iglesias,S.L.	2,09	Punt Blau Peixateries,S.L.	4,48	Josep Mº Tapia,S.A.	3,50	Garcimar,S.A.	4,49
Japofish,S.A.	1,42	Comerç De Peix Ros,S.L.	4,33	Bou Pons, Assumpcio	2,97	Peixos Puignau,S.A.	3,79
Hijos De Garcia,S.L.	8,26	Otros	32,62	Otros	62,45	Otros	56,80
Japofish,S.A.(Blau)							
Otros							

<b>Merluza (<i>Merluccius merluccius</i>)</b>		<b>Cigala (<i>Nephrops norvegicus</i>)</b>		<b>Rape (<i>Lophius piscatorius</i>)</b>	
Nombre del Comprador	Ingreso anual (%)	Nombre del Comprador	Ingreso anual (%)	Nombre del Comprador	Ingreso anual (%)
Josep Mº Tapia,S.A.	5,18	Cros-Mar,S.A.(2)	6,43	Peixos Isabel,S.L.	6,36
Distribucio Del Fred,S.A.	4,75	Distribucio Del Fred,S.A.	5,54	Peixos Eis Bomba,S.A.	5,72
Peixos Arnau,S.L.	4,10	Peixos Isabel,S.L.	4,95	Distribucio Del Fred,S.A.	4,20
Garcimar,S.A.	4,03	Peixos Eis Bomba,S.A.	4,85	Vila Pasto, Margarita	4,02
Peixos Isabel,S.L.	3,88	Peixos Arnau,S.L.	4,22	Peixos Arnau,S.L.	3,89
Selis Alsina,Joan	3,54	Ramos Adanero,M.Carne	4,14	Arxe Molinas,Pilar	3,64
Punt Blau Peixateries,S.L.	2,79	Hereu Torrent, Laura	3,75	Aifos.Stat.Coop.C.Ltda.	3,43
Hereu Torrent, Laura	2,74	Hereu Torrent, Marta	3,60	Ñaco Roig,Patro	3,43
Frepesca,S.A.	68,98	Otros	66,12	Otros	65,32
Otros					

estos agentes se encuentra limitada, a la venta del producto a los caveros trasportistas.

El segmento de Caveros Transportistas en la comercialización del pescado fresco es el más conspicuo en el proceso de la comercialización en Venezuela, creando en algunos casos una larga cadena de intermediarios. Dependiendo del destino (mayoristas, mercados municipales, pescaderías, restaurantes, etc.) y origen del producto (caveros de playas, pescador, mercado mayorista), pueden hacer variar sus márgenes de ganancias. Mientras que en el caso de las ferias (Figura 4) creadas por el estado, se puede notar en el organigrama que sólo existe este intermediario en la cadena de comercialización de pescado fresco hasta llegar al consumidor final.

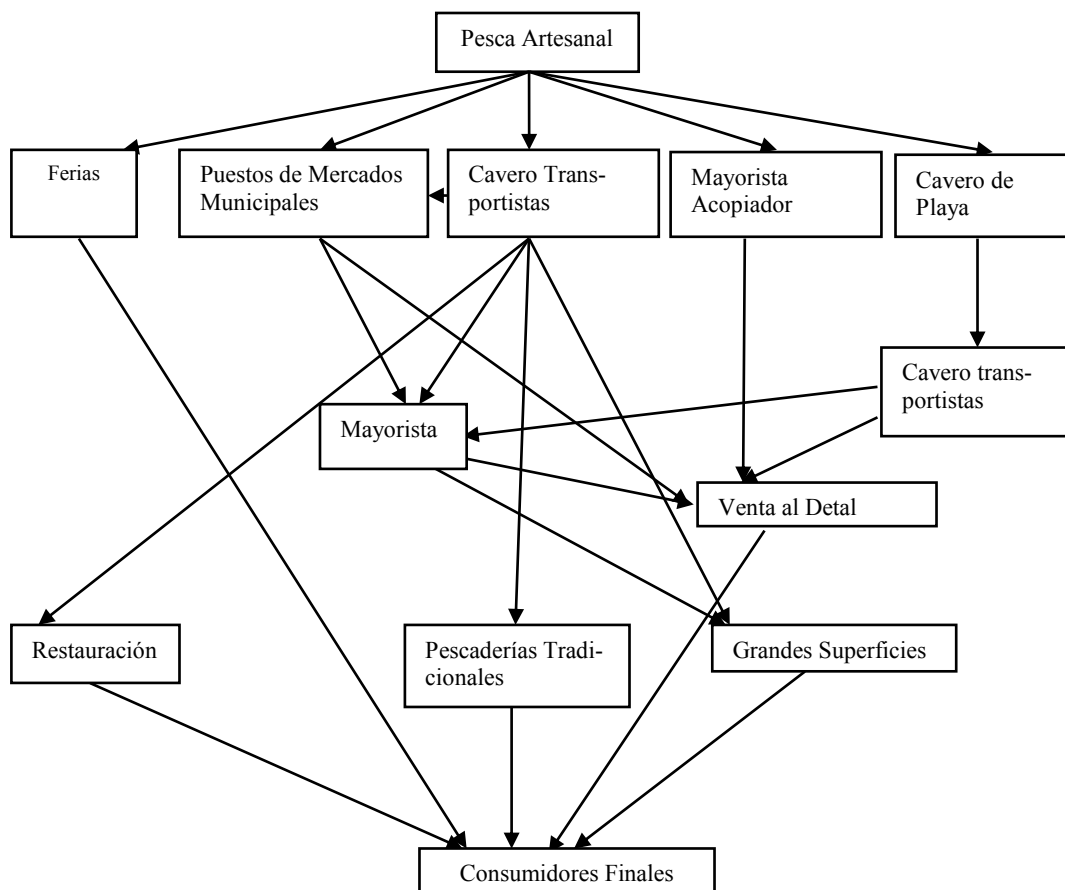
### DISCUSIÓN

La comercialización en origen del pescado fresco, en el Estado Español se realiza de forma obligatoria a través de las lonjas de contratación bajo el ente gestor y organizador denominado Cofradías de Pescadores. Donde la modalidad de venta empleada en las lonjas es la subasta holandesa o “a la baja”. Sin embargo, las Cofradías

únicamente se limitan a organizar la primera venta de las capturas a través de la subasta y no intervienen en el proceso de fijación del precio, ni tampoco en el control de su distribución. Son los demandantes o compradores los que tienen un poder de influencia en la fijación de los precios en la subasta. Por lo tanto el pescador artesanal no interviene en el proceso de comercialización de su producto, sino que se limita a realizar su oficio de pescador, pero su Cofradía le asegura unas condiciones más transparentes de comercialización de su producción.

Una de las razones por la que se emplea este sistema, es por la naturaleza del producto subastado (mercancía perecedera), donde el pescado fresco es una mercancía perecedera por lo cual es necesario realizar las ventas de forma rápida y eficaz, ya que en muchos casos el valor que pueda alcanzar la mercancía en la subasta depende del aspecto externo que ofrezca (característica organolépticas).

Además, el sistema de subasta en lonja otorga una cierta transparencia al mercado, donde los oferentes y demandantes conocen el valor que adquiere su mercancía de tal forma que el precio pueda ser satisfactorio para los oferentes (pescador). Así mismo, existen otras ventajas



**Figura 4.** Organigrama del sistema de comercialización del pescado fresco en Venezuela. (Modificado de Mendoza, 1999)



relacionadas al sistema, tales como:

- i) El proceso de venta de las capturas se realiza de manera rápida y eficiente,
- ii) Es idóneo para volúmenes de captura grandes e intermedios,
- iii) Los productores, se desvinculan de una forma rápida de la mercancía, y
- iv) En teoría los compradores tienden a anticiparse a sus competidores, generando niveles de precios satisfactorios para los productores.

Si bien existen ventajas del modelo de subasta holandesa; según García-Allut (2003) hace referencia algunas desventajas que deben ser consideradas en este sistema, tales como:

- i) Muchas veces este sistema de venta no cubre los costos de producción de los pescadores;
- ii) Los productores y la Cofradía no influyen en la fijación del precio del pescado fresco, sino son los compradores quienes a través de la “puja” son los que fijan el precio final de la mercancía en la primera venta en origen;
- iii) En algunos casos los compradores pueden tener acuerdos entre ellos.

Por otra parte, según los resultados obtenidos, la gamba roja (*Aristeus antennatus*) es la especie que genera los mayores beneficios a la Cofradía de Pescadores de Palamós. Esta incidencia se debe a varios factores, en primer lugar a la alta especialización de la flota pesquera en la captura de esta especie (monoespecífica); en segundo lugar, desde el punto de vista biológico el carácter reproductivo de esta especie, coincide con las mayores capturas en los meses de junio, julio, agosto y septiembre, con máximos en julio y agosto, reportados por (Sardà *et al.* 1987, Demestre *et al.* 1993) coincidiendo de esta manera con los mayores ingresos obtenidos por la Cofradía para el año 2006.

En relación a los tipos de compradores presentes en la subasta de pescado fresco en Palamós, se observó la presencia de tres tipos de compradores: mayoristas, minoristas y restaurantes. Donde el comportamiento de los compradores, varió en función de la especie que se estaba subastando, época del año, cantidades subastadas, etc. De esta forma, se observó claramente que existe un grado de especialización en la compra de dicha mercancía o de una especie; como es el caso del comprador Frigoríficos Ros. S.A., que a lo largo de todo el año, sus compras estuvieron concentradas en el pescado azul, exhibiendo un comportamiento de tipo mayorista; mientras que para el caso de la compra de pescado blanco su comportamiento fue de tipo minoristas.

Según los resultados obtenidos con los índices de concentración en este trabajo para el caso de la anchoa coinciden con los resultados obtenidos por Garriga (2005); donde esta especie se caracterizó por presentar los

índices de concentración más elevados para los tres índices empleados (C4: 80,28%; C8: 91,74% e IHH: 2904,45), por lo tanto se encontró un alto nivel de concentración para la anchoa. Es decir escasos compradores (una demanda de tipo oligopolista) que pueden cooperar entre ellos y estos pueden influir sobre la fijación el precio en la subasta. Por su parte siguiendo las ideas de Bain (1963), Pascuale *et al.* (2005) cuanto mayor es el grado de concentración de las empresas o compradores, mayor es la tendencia hacia un comportamiento colusivo y por ende un menor estímulo a la actuación independiente de los compradores (minoristas o restauración).

Las cifras exhibidas para el caso de la bacaladilla muestran que fue la segunda especie que presentó mayores índices de concentración. Si se toman las ocho principales compradores (C8: 67,38%) estos presentan un alto índice de concentración, mientras que según el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH: 734,38) ni siquiera llega el límite mínimo que debe sobrepasarse para poder señalar un nivel moderado de concentración. Independientemente del comportamiento efectivo de los principales compradores, si ocho compradores concentran el 67,38% de las compras de bacaladilla o cuatro casi el 48,09% de las mismas, habría posibilidad de colusión entre ellas. En consecuencia es más apropiado en este caso emplear el índice de concentración (C4 y C8) ya que permite ver la concentración de los compradores, mientras que si se toma el dato obtenido por el IHH este nos daría una interpretación errada ya que nos indicaría que no hay un nivel moderado concentración de compradores.

No obstante, el comportamiento oligopolista de compradores mayoristas para el caso la anchoa y la bacaladilla, influye en el comportamiento de los compradores minoristas a que actúen independiente, ya que estos últimos no pueden influir en la fijación del precio. Por tanto, los compradores que adquieren pequeñas cantidades de anchoa y bacaladilla actúan de forma independientemente tratando de maximizar sus beneficios en función de las condiciones impuestas por los grandes compradores (mayoristas).

En contraste las especies que presentaron los valores más bajos en los índices de concentración fueron el rape (C4: 20,30% y C8: 34,68%) y la merluza (C4: 18,07% y C8: 31,02%); esto quiere decir que hay un mayor número de compradores que adquieren estas especies en la subasta y que ninguno de estos puede influir en la fijación de precio en la subasta para estas dos especies. De la misma forma Garriga (2005), señala resultados similares para estas especies con el uso del índice C4.

Los valores intermedios de índices de concentración obtenidos para la gamba roja (C4:25, 11% y C8: 43,20%), calamar (C4: 23,08% y C8: 37,55%) y cigala (C4: 37,48% y C8: 21,77%), en este caso estos valores favorecen a lonja (oferente) ya que los principales compradores se verán obligados a pagar un precio más elevado por la mercancía subastada, ya que existe mayor competencia por la

adquisición de esta mercancía.

Por otra parte los resultados obtenidos de IHH para la gamba roja, calamar, cigala, rape y merluza indicaron que los compradores tienen un comportamiento competitivo ya que ninguno alcanzó los valores mínimos. No obstante, el empleo del IHH es sensible al número de compradores puesto que adquiere menores valores cuando existe un comportamiento más equitativo o igualitario entre los compradores respecto a cuando no lo es.

### **Contribuciones del Caso Ejemplo de Palamós para la Pesca Artesanal en Venezuela**

En el caso de la pesca artesanal en Venezuela, existen escasos estudios realizados sobre la red de comercialización de la pesca artesanal en Venezuela y todos han coincidido en que la comercialización de los productos de la pesca artesanal se caracterizan por la existencia de una serie de agentes intermediarios en la cadena de comercialización, que inciden en el elevado costo del producto a nivel del consumidor final (Mendoza 1999, Infopesca 2000, Lozada 2007).

Por otra parte, existe una alta dependencia entre el sector extractivo y agentes intermediarios (transportistas caveros), ya que estos en muchos casos suelen financiar las campañas de pesca con combustible, reparación de embarcaciones, artes de pesca, avituallamientos, etc. Como consecuencia, los transportistas dependen de los mayoristas para la colocación de la mercancía, debido a que los transportistas no tienen una capacidad de acción que les permita vender el producto directamente a los minoristas. Esta simbiosis entre mayoristas-minoristas se debe a que estos negocian la mercancía bajo la figura de créditos entre 15 y 20 días (Infopesca 2000). Por ende, la cadena de comercialización es una red de financiamiento o “amarres” que va desde el pescador hasta el minorista.

Reconociendo que uno de los problemas más relevantes para la comercialización del pescado fresco en Venezuela es la dependencia del sector productor con los financistas (transportistas caveros). No obstante, la implementación de un modelo de subasta holandesa (venta en origen) permitiría que los oferentes se fueran desvinculando de los financistas e ir eliminando paulatinamente sus deudas. Por ello, el caso ejemplo de la lonja de contratación del Puerto Pesquero de Palamós puede brindar un valioso ejemplo al caso venezolano de cuáles serían las ventajas y desventajas de la creación de una lonja y emplear como modelo el sistema de subasta holandesa para el caso de la pesca artesanal en Venezuela. La creación de este tipo de estructura permitiría crear un incentivo para que otros pescadores foráneos vendan sus productos en este tipo de recinto, donde ellos puedan exponer sus productos en subasta y obtener mejores precios por su mercancía. En otros términos, mientras más oferentes asistan a una lonja más compradores estarán presentes en ella y como consecuencia habrá una mayor concentración de la oferta, ya que no es lo mismo subastar un volumen bajo de

mercancía (ejemplo 2 toneladas) a subastar un volumen alto de mercancía (10 toneladas).

Empleando este sistema de subasta podrían ser sufragadas las deudas contraídas por los pescadores artesanales con los financistas ya que la mercancía de los productores alcanzaría mejores precios y por ende en un menor tiempo los pescadores terminarían de pagar las deudas pendientes. Además, este sistema garantizaría a los pescadores un tipo de retribución acorde al valor de sus capturas y a su vez mayor independencia económica, al tiempo que disminuirían los agentes intermediarios y el producto llegaría al consumidor final con un precio más favorable. Por otra parte, la concentración de la mercancía en un mismo sitio favorecería un mejor seguimiento de tallas (trazabilidad) y mayor control de las épocas de veda, estadísticas pesqueras y condiciones sanitarias.

Para la aplicación de este sistema de ventas se recomienda realizarla en aquellos puertos donde existe una alta concentración de pescadores artesanales (oferentes), como es el caso de la región nor-oriental del país, donde se encuentra concentrada una importante población de puertos y pescadores artesanales, y de esta manera reducir el número de intermediarios e ir eliminando la cadena de financistas imperante en este sector.

Al tener conocimientos que el mayor volumen de pescado fresco comercializado en el Mercado Mayor de Coche de Caracas, proviene de la región nororiental del país (Infopesca 2000); así como también factores: bióticos, abióticos, sociales y culturales, ubicación geográfica de la zona, etc. (Novoa *et al.* 1998). En conjunto estos factores, hacen de esta región la más apropiada para poder desarrollar una instalación similar a la lonja de pescado y aplicar un modelo de subasta holandesa.

Unido a esto, el Estado venezolano debería crear campañas que promuevan el consumo de pescado fresco en el territorio nacional, ya que la tendencia de consumo de este rubro alimenticio en el país a nivel nacional es baja. Según las cifras oficiales, el consumo de pescado *per cápita* es de 14,37 kg/año, lo que representa el 18% del total de proteínas consumidas (Mendoza 1999, Lozada 2007). Además se debe tener presente que el consumo de pescado es bastante desigual en las distintas las regiones del país, siendo la región nororiental y occidental las que presentan mayores niveles de consumo.

Considerando que esta investigación se enfocó en la problemática de la comercialización de la pesca artesanal marítima venezolana, se debe destacar que Venezuela cuenta con una apreciable riqueza y diversidad de recursos ictiobiológicos continentales a lo largo de las principales cuencas hidrográficas (Río Apure, Río Cuyuní, Río Orinoco, Río Negro, Lago de Maracaibo y Lago de Valencia) el cual es explotado por pescadores artesanales continentales. Por tanto, este tipo de investigación también puede aportar conocimientos a futuros trabajos que se emprendan en la comercialización de la pesca artesanal continental venezolana.

## LITERATURA CITADA

- Alegret, J.L. y A. Garrido. 2007. Historia del puerto pesquero de Palamós: migraciones, asociacionismo y desarrollo. AREAS. *Revista de Ciencias Sociales* 27:11-29.
- Bain, J.S. 1963. Organización industrial. Traducción de Manuel Schollz. Ediciones Omega, Barcelona, Spain.
- Demestre, M. and P. Martín. 1993. Optimum exploitation of a demersal resource in the western Mediterranean: the fishery of the deep-water shrimp *Aristeus antennatus* (Risso, 1816). *Scientia Marina* 57(2-3):175-182.
- Fraquesa, R. 2005. Las Cofradías en España. Papel económico y cambios Estructurales. Gabinete de Economía del Mar (Universitat de Barcelona). Quaderns Blaus. Càtedra d'Estudis Marítims (Universitat de Girona i Ajuntament de Palamós) i Museu de la Pesca.
- Fraquesa, R. 2006. La estructura comercial de los productos pesqueros en España. Documentos del Máster de Economía y Gestión de la Actividad Pesquera y Acuícola. Periodo 2006-2007.
- García-Allut, A. 2003. La pesca artesanal gallega y el problema de la comercialización: ¿Lonxanet.com como una alternativa?. En, *La Pesca y el Mar. Cambio sociocultural y Económico*. Zainak, Cuadernos de Antropología 25:17-32 (Eusko Ikaskuntza, Donostia).
- Garriga, A. 2005. La comercialización del pescado en las lonjas de la Costa Brava: Propuestas de Mejora. Paginas 11-16 en: J. Alegret. (Ed.) *La Comercialización del Pescado Fresco*. Càtedra d'Estudis Marítims (Universitat de Girona i Ajuntament de Palamós) i Museu de la Pesca. II Jornadas, Palamos, España.
- INFOPECA. 2000. El Mercado de los productos pesqueros de la ciudad de Caracas.
- Lozada, R. 2007. Mejoramiento de Mercados Internos de los Productos Pesqueros en América Latina y el Caribe. Informe Preliminar sobre Venezuela. Proyecto TCP/RLA/3111. FAO, Rome, Italy.
- Mendoza, J. 1999. Análisis de la Pesca Artesanal Marítima en Venezuela: Situación Actual y Perspectivas. Instituto Oceanográfico de Venezuela. Universidad de Oriente, Cumana, Venezuela.
- Novoa, D., J. Mendoza, L. Marcano, y J.J. Cárdenas. 1998. El Atlas pesquero Marítimo de Venezuela. Ministerio de Agricultura y Cría. Dirección General Sectorial de Pesca y Acuicultura. Caracas, Venezuela. 197 pp.
- Pascuale, A. y A. Quaglianu. 2005. La medida del grado de concentración de vendedores y compradores en un mercado agropecuario. *Revista de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Agrarias. UNR. Año V* 7:16-24.
- Salaya, J.J. 1990. La pesca artesanal en Venezuela: Situación actual y sus perspectivas. Paginas 53-80 en: *Resultados de talleres sobre las pesca en Venezuela*. Ministerio de Agricultura y Cría. Dirección General Sectorial de Pesca y Acuicultura. Caracas, Venezuela.
- Sardà, F. y Demestre, M. 1987. Estudio biológico de la gamba *Aristeus antennatus* (Risso, 1816) en el Mar Catalán. (NE de España). *Investigación Pesquera* 51(1): 213-232.