



Guía para la comercialización responsable de productos de la pesca artesanal



Edición:

Centro Tecnológico del Mar-Fundación Cetmar

Redacción y coordinación:

Ardora Formación y Servicios, S. Coop. Galega

Contenidos:

Lesbia L. Hernández Somarriba. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-UNAN León.

Grettel Hernández. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-UNAN León.

Susana Rivero Rodríguez. Universidad de Santiago de Compostela.

Idalia González Romero. Instituto Nicaragüense de la Pesca y la Acuicultura.

Ana Rosa Mayorga. Instituto Nicaragüense de la Pesca y la Acuicultura.

William Torres Pérez. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-UNAN León.

Marlon Vargas Amador. Instituto Nicaragüense de la Pesca y la Acuicultura.

Diseño y maquetación:

Rubén Suárez

Proyecto financiado por la Unión Europea y Cooperación Galega

Proyecto ejecutado por el Centro Tecnológico del Mar-Fundación CETMAR, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-UNAN León y la Universidad de Santiago de Compostela (USC) en colaboración con el Instituto Nicaragüense de Pesca y Acuicultura (INPESCA) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

«La presente publicación ha sido elaborada con la asistencia de la Unión Europea. El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva del Centro Tecnológico del Mar-Fundación CETMAR, coordinador del proyecto y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea».

«La Unión Europea está formada por 27 Estados miembros que han decidido unir de forma progresiva sus conocimientos prácticos, sus recursos y sus destinos. A lo largo de un período de ampliación de 50 años, juntos han constituido una zona de estabilidad, democracia y desarrollo sostenible, además de preservar la diversidad cultural, la tolerancia y las libertades individuales. La Unión Europea tiene el compromiso de compartir sus logros y valores con países y pueblos que se encuentren más allá de sus fronteras».

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| UNIDAD DIDÁCTICA 1: Pesca responsable y conservación de los recursos | 5 |
| Impactos de la pesca artesanal en el medio marino | 5 |
| ¿Qué entendemos por pesca responsable? | 11 |
| Medidas de regulación pesquera | 12 |
| 1. Tallas mínimas | 12 |
| 2. Vedas | 19 |
| 3. Cuotas de captura | 19 |
| Decálogo de buenas prácticas para una pesca responsable | 20 |
| ¿Quiénes deben velar por la continuidad de la pesca? | 21 |
| Infracciones y sanciones | 23 |
| | |
| UNIDAD DIDÁCTICA 2: Buenas prácticas de transformación y comercialización de los recursos pesqueros | 27 |
| Determinación del grado de frescura de los productos del mar | 28 |
| ¿Cómo retrasar el deterioro de los productos del mar? | 33 |
| Limpieza y desinfección | 36 |
| El transporte | 39 |
| Control de plagas y gestión de residuos | 40 |
| Valor agregado y transformación | 41 |
| A. Salazones | 42 |
| B. Ahumados | 47 |
| C. Embutidos | 51 |
| D. Torta de pescado | 54 |
| Empaque de productos pesqueros | 58 |
| El etiquetado | 59 |
| Alteración de la calidad de los productos pesqueros | 61 |

| | |
|--|-----|
| UNIDAD DIDÁCTICA 3: Comercialización de productos pesqueros frescos | 63 |
| Circuito de venta de los productos de la pesca artesanal | 64 |
| ¿Qué podemos hacer para vender mejor nuestros productos? Estrategias de comercialización | 65 |
| Características del punto de venta | 69 |
| Trazabilidad de los productos pesqueros | 70 |
| Buenas prácticas de comercialización | 73 |
| UNIDAD DIDÁCTICA 4: Asociativismo en las comunidades pesqueras | 77 |
| Objetivos del asociativismo | 80 |
| Claves para llevar a cabo proyectos comunes | 82 |
| Experiencias asociativas de mujeres en el sector pesquero | 85 |
| UNIDAD DIDÁCTICA 5: Gestión de pequeños negocios empresariales | 91 |
| La idea de negocio, ¿cómo desarrollarla? | 93 |
| ¿Es nuestra idea viable? El plan de empresa | 94 |
| Herramientas para la gestión de fondos y recursos financieros | 111 |
| Perfil de las personas que pueden llevar a cabo la gestión económico-financiera | 118 |
| UNIDAD DIDÁCTICA 6: Igualdad de oportunidades en el sector pesquero | 121 |
| Roles y estereotipos de género | 121 |
| Fortalezas y oportunidades para las mujeres en el sector pesquero | 126 |
| Apoyos para el empoderamiento de las mujeres | 128 |
| Buenas prácticas de actividades lideradas por mujeres en el sector pesquero | 130 |

UNIDAD DIDÁCTICA 1: Pesca responsable y conservación de los recursos

La pesca artesanal es una actividad importante que proporciona empleo y sustento a un número considerable de personas, tanto en Nicaragua como a nivel mundial. Pero la situación actual de las zonas de pesca es alarmante: las capturas disminuyen, los peces que se capturan son cada vez más pequeños y, en muchas zonas, la pesca deja de ser rentable porque los caladeros están agotados.

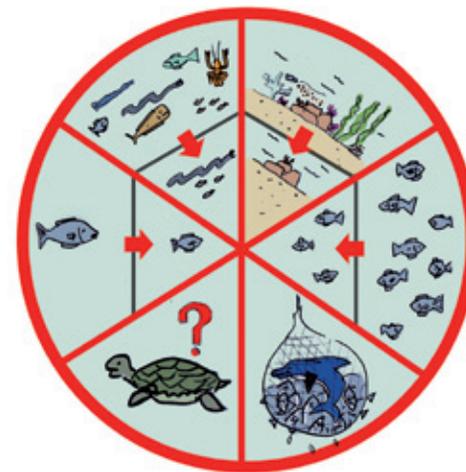
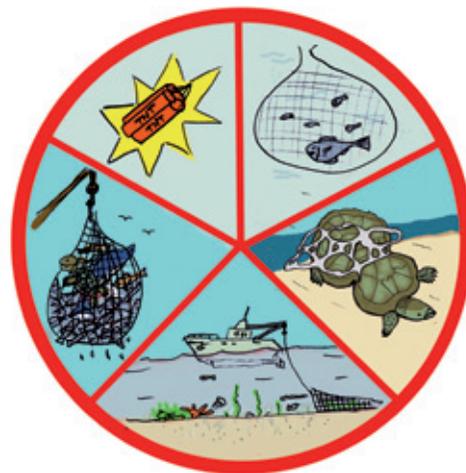
Existen varios factores que influyen en la variación de las condiciones de las zonas de pesca. Uno de los más importantes es el Cambio Climático, generado por las emisiones de gases de efecto invernadero. Centroamérica es una de las regiones del planeta potencialmente más afectadas, con aumentos de la temperatura atmosférica y del agua de mar, reducción de las precipitaciones y un régimen de lluvias más inestable. Estos factores influyen sobre el crecimiento y distribución espacial de los recursos pesqueros, y se ven agravados por otras prácticas humanas, como la sobrepesca, la deforestación del manglar o la contaminación de las aguas por vertidos sin tratamientos.

- **IMPACTOS DE LA PESCA ARTESANAL EN EL MEDIO MARINO**

Las malas prácticas pesqueras producen efectos negativos afectando directamente a la diversidad y abundancia de las especies marinas. La captura incidental de especies no objetivo, la alteración física del fondo marino y los descartes son prácticas que producen efectos negativos sobre el ecosistema. Estos efectos están directamente relacionados, de forma que los impactos negativos sobre los fondos marinos y columna de agua influyen en la abundancia y distribución de las especies pesqueras.

MALAS PRÁCTICAS

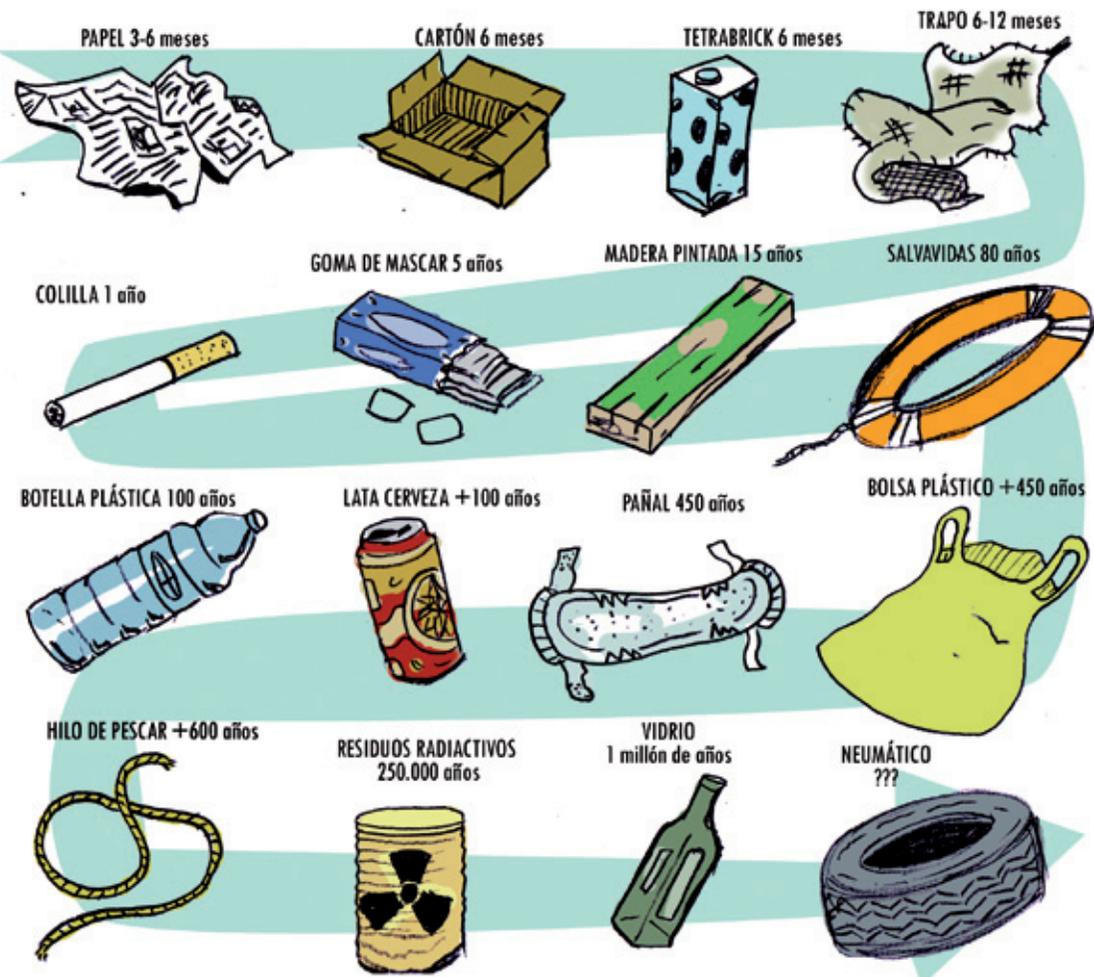
- Captura de especies inmaduras.
- Mala gestión de residuos a bordo.
Redes fantasma.
- Artes poco selectivas.
- Arrastre de fondo.
- Pesca con explosivos.



| CAUSAS | CONSECUENCIAS |
|-----------|---|
| ● | Disminución de la abundancia de peces. |
| ● ● ● ● ● | Alteración del equilibrio ambiental: desaparición de especies. |
| ● ● ● ● ● | Capturas de especies no objetivo: descartes. |
| ● ● | Destrucción de fondos (zonas de cría y refugio). |
| ● ● | Disminución del tamaño medio de los peces. |
| ● ● ● | Disminución de la diversidad. |



- Las zonas costeras sensibles, como los arrecifes, los manglares y los pastos marinos, que sirven de refugio y zona de desove de animales, a menudo están sometidos a **prácticas agresivas** como la pesca de arrastre o la tala abusiva, en el caso del bosque de manglar. Los manglares sirven de conexión entre los arrecifes y pastos marinos para la reproducción de peces de escamas. Destruyendo estos espacios, ponemos en peligro la pesca artesanal.
- Los **descartes** son las capturas que vienen en la red, pero que no tienen interés comercial para el pescador y, por tanto, no se ponen a la venta, sino que se tiran al mar o pasan a considerarse residuos. En ambos casos, se pierden sin aprovechamiento.



- En el fondo del mar cada vez hay más redes y aparejos que los pescadores han perdido accidentalmente o que han tirado por la borda porque ya no les servían. Estas redes siguen atrapando todo tipo de animales, realizando una pesca fantasma que perjudica tanto a las especies pesqueras como al pescador, pues disminuye la abundancia de recursos disponibles. Es misión del pescador realizar una correcta **gestión del manejo de los residuos** de la actividad pesquera, no botando al mar restos de redes, plásticos, botellas, recipientes de combustible, baterías gastadas, etc. Estos residuos deben ser trasladados a tierra, para su correcta gestión. *Por ejemplo:* El hilo utilizado para pescar puede tardar más de 600 años en degradarse si no se gestiona correctamente.

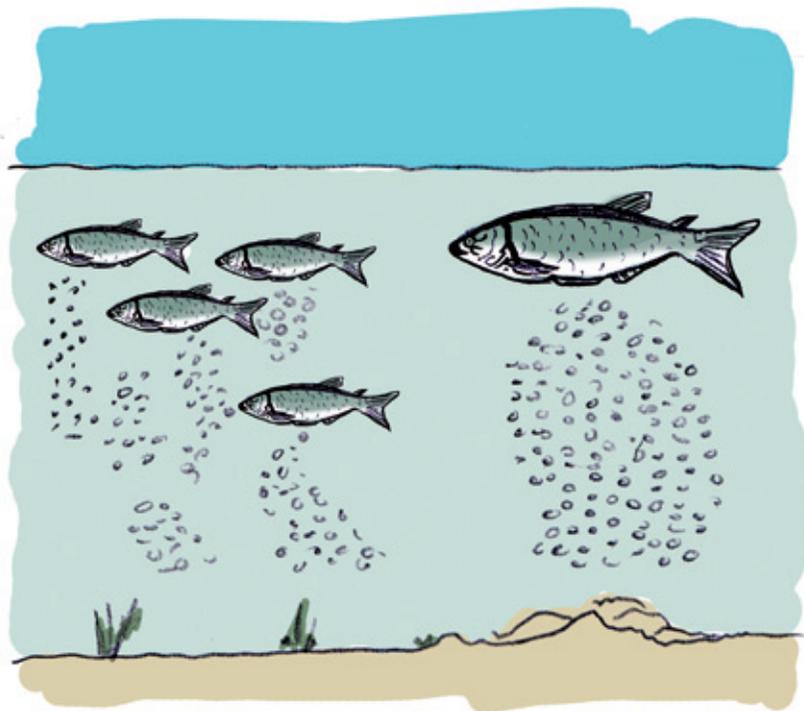
Pesca con dinamita: ondas de muerte

- La **pesca con explosivos** es un método de pesca no selectivo y uno de los más destructivos: agota las poblaciones de peces, mata la vida marina sin distinción, y pone en riesgo la vida de quienes la practican. Cada explosión mata gran cantidad de peces y casi todos los organismos en el área afectada, sean o no de importancia comercial, incluyendo huevos, larvas, crías y juveniles sin darles la



oportunidad de madurar y reproducirse. También afecta a aves buceadoras, tortugas marinas y mamíferos marinos que pueden encontrarse en las cercanías, produciendo daños a los órganos internos e incluso la muerte.

- La pesca con explosivos es lo opuesto a los métodos de pesca sostenibles que persiguen mantener el equilibrio del ecosistema marino.
- Tanto los peces, como los crustáceos y los moluscos, empiezan a reproducirse cuando alcanzan una talla o **tamaño mínimo** de madurez, según la especie. En individuos de la misma especie, al aumentar el tamaño del cuerpo también se incrementa el número de huevos en cada puesta. Esto significa que si capturamos peces inmaduros o hembras en estado de reproducción, en el futuro tendremos menos peces.



• ¿QUÉ ENTENDEMOS POR PESCA RESPONSABLE?

En 1995, 170 países miembros de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) aprobaron el Código de Conducta para la Pesca Responsable.

La finalidad de este código es ayudar a los países a desarrollar una pesca ordenada para que los recursos se puedan conservar. El código es voluntario, no obligatorio, y está destinado a todos quienes trabajan e intervienen en la pesca y la acuicultura, que deben asegurar la aplicación de sus principios, objetivos y adoptar medidas prácticas.

La pesca responsable consiste en la aplicación de medidas que los pescadores adoptan para capturar los recursos pesqueros de manera sostenible, respetando las normas y cuidando el medio marino, para mantener hoy su propio medio de vida y conservarlo para las futuras generaciones de pescadores.

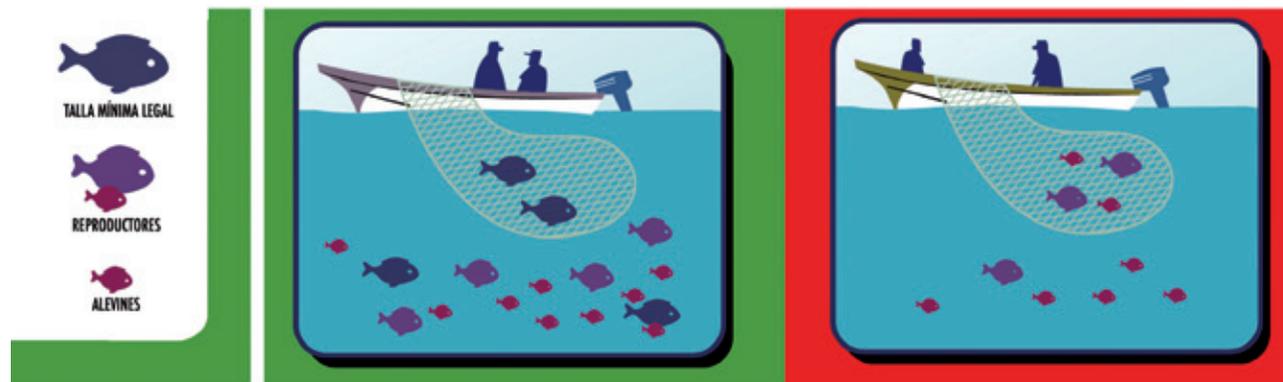


- **MEDIDAS DE REGULACIÓN PESQUERA:**

- 1. **TALLAS MÍNIMAS**

- ¿Sabes qué significa talla mínima biológica?

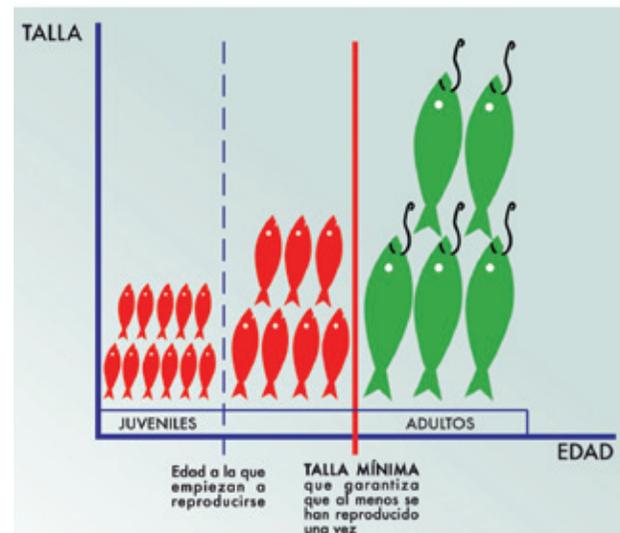
Es aquella medida que garantiza que los peces se puedan reproducir por lo menos, una vez antes de ser capturados.



Si se extraen peces que no tengan la talla mínima, se están eliminando reproductores, de modo que habrá menos huevos y alevines, y al año siguiente menos juveniles.

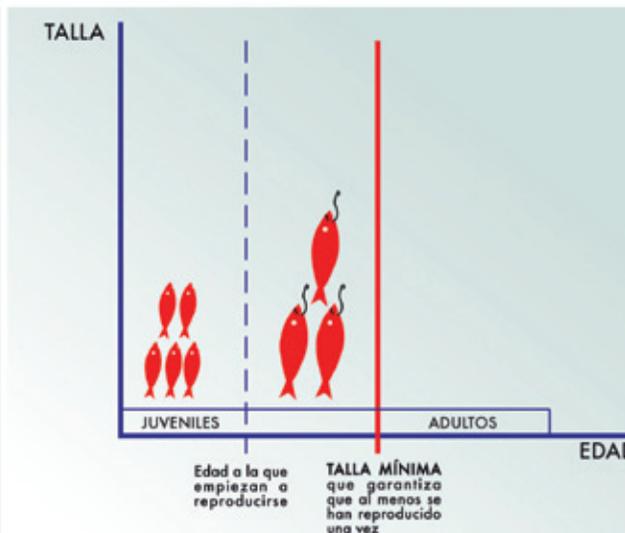
Establecer un tamaño mínimo de captura para cada especie pesquera permite asegurar que siempre haya una población mínima de peces o mariscos que pescar.

RESPETANDO LAS TALLAS MÍNIMAS



* Respetando las tallas mínimas permitiremos que los peces se reproduzcan y dejen descendencia para el próximo año. Así las capturas serán de peces de mayor tamaño y con mayor valor comercial.

NO RESPETANDO LAS TALLAS MÍNIMAS



* Si no respetamos las tallas mínimas, no existirán reproductores que dejen descendencia en el mar, con lo cual pescaremos peces de menor tamaño y poco a poco las capturas irán decreciendo.

- **TALLAS MÍNIMAS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES PESQUERAS EN NICARAGUA:**

Tallas permitidas en el Mar Caribe:

| Nombre común | Nombre local | Talla mínima permitida |
|---------------------------------------|----------------------------------|------------------------|
| a) GROUPERS, MEROS O CABRILLAS | | |
| Red Grouper | Red Grouper, Butter Fish Grouper | 50 cm |
| Yellowfin Grouper | Yellowfin Grouper | |
| Black Grouper | Black Grouper | |
| Yellowmouth Grouper | Yellowmouth Grouper | |
| Nassau Grouper | Nassau Grouper | |
| b) PARGOS, SNAPPERS | | |
| Silk Snapper | Yellow Eye Snapper | 30 cm |
| Blackfin Snapper | Blackfin Snapper | |
| Mutton Snapper | Mutton Snapper | |
| Mahogany Snapper | Caribbean Red Snapper | |

| Nombre común | Nombre local | Talla mínima permitida |
|-----------------------|-------------------|------------------------|
| Lane Snapper | Lane Snapper | 30 cm |
| Cubera Snapper | Cubero Snapper | |
| Yellow Tail Snapper | Yellow Tail | |
| Dog Snapper | Dog Teeth Snapper | |
| Red Snapper | Red Snapper | |
| Gray Snapper | Gray Snapper | |
| Vermilion Snapper | Vermilion Snapper | |
| c) OTROS PECES | | |
| Hog Fish | Hog Fish | 30 cm |
| Greater Amberjack | Corredores, Jack | |
| Lesser Amberjack | Corredores, Jack | |
| Common Snook | Róbalo, Snook | |
| Big Bone Snook | Tarpón Róbalo | |
| Swordspine Snook | Kalwa, Róbalo | |
| River Snook | Róbalo | |
| Whitemouth Croaker | Roncador | |

Tallas permitidas en el litoral Pacífico:

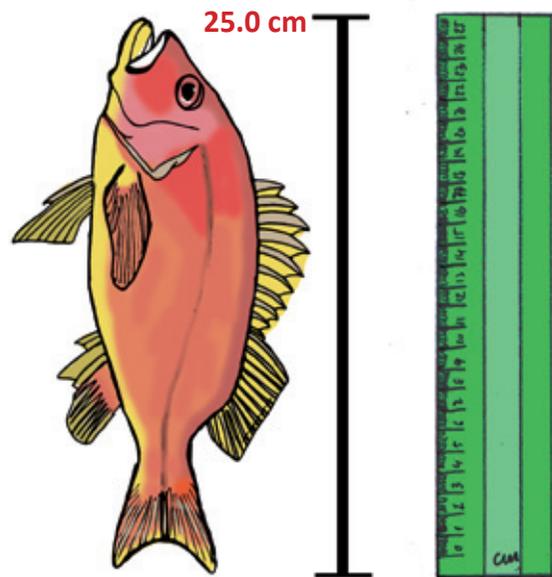
| Nombre común | Nombre local | Talla mínima permitida |
|-----------------------------|-------------------------------|------------------------|
| a) PARGOS | | |
| Pargo Lunarejo, Red Snapper | Pargo Lunarejo, Red Snapper | 25 cm |
| Pargo Rojo | Pargo Rojo, Silk Snapper | |
| Dog Snapper, Pargo Perro | Dog Snapper, Pargo Perro | |
| Pargo Piedra, Pargo Negro | Pargo Piedra, Pargo Negro | |
| Pargo Amarillo | Pargo Amarillo, Cola Amarilla | |
| b) MEROS Y CABRILLAS | | |
| Meros | Mero, Grouper | 35 cm |
| Cabrillas | Cabrilla, Mero | |
| c) OTROS PECES | | |
| Ronco, Grunt | Roncador | 25 cm |
| Ronco Grunt | Ruco | |
| Corvina Rayada | Pancha | |
| Macarela | Macarela, Sierra | |
| Bagre, Cat Fish | Bagre | |

Tallas permitidas en aguas continentales:

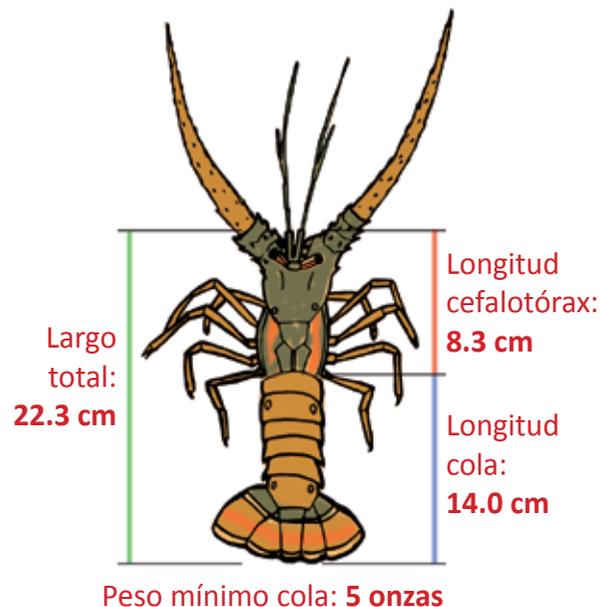
| Nombre común | Nombre local | Talla mínima permitida |
|--------------------------------|------------------------------|------------------------|
| a) PECES DULCEACUÍCOLAS | | |
| Mojarra | Mojarra Blanca | 15 cm |
| Guapote Tigre | Guapote Pinto, Guapote Tigre | 18 cm |
| Guapote Lagunero | Guapote Lagunero | 25 cm |
| Gaspar | Gaspar | 80 cm |
| b) PECES EURIHALINOS | | |
| Róbalo, River Snook | Róbalo | 30 cm |
| Róbalo, Big Bone Snook | Róbalo | |
| Róbalo Común | Róbalo Común | 50 cm |
| Roncador, Grunt | Roncador | 25 cm |

• ¿Cómo se mide la talla mínima...

...de un pescado?



...de un crustáceo?



2. VEDAS

La veda de un recurso pesquero es un período de tiempo establecido por la autoridad competente durante el que se prohíbe capturar esa especie en una zona. Normalmente se hacen coincidir con las épocas reproductivas de los peces o mariscos, para evitar que se capturen antes de la puesta de huevos.

El período de veda para cada especie puede variar anualmente. Por ejemplo, si este año el período de veda de la pesca de langosta espinosa del Caribe fuera entre el 1 de marzo y el 30 de junio, durante ese período no podría pescarse.



3. CUOTAS DE CAPTURA

La administración puede establecer un volumen máximo de capturas anuales permitido para algunas especies pesqueras, por ejemplo, la langosta, con el fin de asegurar el mantenimiento de su población y la pesca futura.

EJEMPLO DE CAPTURAS TOTALES ADMITIDAS (TAC)

Especie: Langosta del Caribe

Volumen en libras: 2.7 Millones

Es la cantidad máxima de langosta del Caribe que podrían pescar el conjunto de embarcaciones en un año.

DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA UNA PESCA RESPONSABLE:

1. Cumplir todos los trámites necesarios para ejercer la actividad pesquera.
2. Utilizar exclusivamente artes, aparejos y sistemas de calamento autorizados.
3. Utilizar artes selectivas que minimicen los desperdicios, las capturas accidentales y descartes.
4. Capturar peces o mariscos que cumplan con las tallas mínimas.
5. Respetar las vedas, las mallas, los fondos mínimos y los horarios.
6. Utilizar sistemas de calamento que reduzcan al máximo la pérdida de las artes de pesca y los efectos de la pesca fantasma de las artes perdidas o abandonadas.
7. Respetar las medidas establecidas para la pesca en áreas protegidas.
8. Reducir al mínimo la cantidad de material a bordo que se pueda transformar en desperdicios.
9. Realizar la manipulación y venta de acuerdo con las normas de comercialización y con las condiciones higiénico-sanitarias.
10. Participar activamente en las organizaciones pesqueras y en la gestión de las pesquerías.

• ¿QUIÉNES DEBEN VELAR POR LA CONTINUIDAD DE LA PESCA?

Las personas que trabajan y viven del mar deberían ser las primeras interesadas en garantizar la continuidad de su medio de vida, pero no las únicas. Debe existir una responsabilidad compartida entre todas las partes implicadas en la conservación, explotación y gestión del medio marino, para lo que es necesario establecer mecanismos de trabajo y comunicación conjunta.

| ¿Quién? | ¿Cuál es su papel? |
|---|--|
| Instituto Nicaragüense de la Pesca y la Acuicultura-INPESCA | <ul style="list-style-type: none">▪ Velar por la conservación del medio marino.▪ Regular la actividad pesquera, en colaboración con el resto de agentes implicados.▪ Informar a todas las partes de la normativa vigente.▪ Vigilancia, control y seguimiento de las normas.▪ Investigación sobre biología de las especies pesqueras y técnicas de pesca. |
| Municipalidad | <ul style="list-style-type: none">▪ Velar por la conservación de los manglares.▪ Mediante convenio con INPESCA, las municipalidades podrían llevar a cabo funciones delegadas:<ul style="list-style-type: none">- Vigilancia, control y seguimiento de la pesca artesanal.- Gestión de los recursos de la pesca artesanal.- Gestión de los permisos de pesca artesanal. |

| ¿Quién? | ¿Cuál es su papel? |
|------------|---|
| Pescadores | <ul style="list-style-type: none"> Proponer medidas de gestión de los recursos. Respetar la normativa de tallas, zonas de pesca, artes y vedas. Participar en la cogestión de los recursos marinos. Adoptar buenas prácticas de gestión medioambiental (por ejemplo, evitar la captura de crustáceos ovados), mantenimiento de embarcación (no tirar aceites al mar), insumos, etc. Evitar la destrucción del bosque de manglar, donde se reproducen muchas especies marinas. Proporcionar información sobre el estado de los recursos que capturan: abundancia de capturas, estado de maduración, etc. |
| Vendedoras | <ul style="list-style-type: none"> Respetar la normativa de tallas, zonas de pesca, y vedas, no comprando productos inmaduros, de zonas prohibidas, , extraídos con técnicas ilegales o poco selectivas, o en época prohibida. Realizar una correcta gestión de los residuos pesqueros. |
| Consumidor | <ul style="list-style-type: none"> No comprar productos que no cumplan la normativa (por ejemplo, inmaduros). |

• INFRACCIONES Y SANCIONES

La ley de pesca y acuicultura de Nicaragua, nº 489 de 2014 , establece las normas para realizar la actividad pesquera. El incumplimiento de estas normas tiene como consecuencia diferentes sanciones, en función del tipo de infracción que se cometa.

Algunas de las **infracciones más relevantes** son:

| Infracción | Sanción |
|---|---|
| Extraer, recolectar, capturar, poseer, comercializar y transportar recursos hidrobiológicos en los períodos de veda. | Multa en córdobas equivalente al doble del valor del producto que se encuentre (mínimo USD \$ 1,000.00), más el decomiso del producto y la suspensión del permiso por un período de tres meses. |
| Capturar o extraer ejemplares de recursos hidrobiológicos que no cumplan con las tallas, pesos mínimos de captura especificado, declaradas amenazadas o en peligro de extinción o realizar pesca por buceo no autorizada. | Dos a cuatro años de prisión. |
| Destruir o capturar especies en zonas declaradas de refugio o de reproducción de recursos hidrobiológicos. | Multa en córdobas equivalente al doble del valor del producto que se encuentre (mínimo USD \$ 1,000.00), más el decomiso del producto y la suspensión del permiso por un período de tres meses. |
| Capturar especies con artes de pesca no autorizados. | Decomiso del producto, la suspensión de la Licencia o el Permiso por tres meses y una multa en córdobas equivalente a un mil dólares (USD \$ 1,000.00). |

| Infracción | Sanción |
|--|---|
| Usar redes que obstruyan las entradas y desembocaduras de los ríos, canales o vías de comunicación acuática. | Multa en córdobas equivalente a mil dólares (USD \$ 1,000.00). |
| No permitir el abordaje a las embarcaciones o la entrada a las instalaciones de plantas de procesamiento o centros de acopio de los inspectores de pesca o las personas autorizadas. | |
| Usar trasmallos en bocanas y arrecifes naturales. | Multa en córdobas equivalente a cinco mil dólares (USD \$ 5,000.00). Seis meses a un año de prisión. |
| Pescar con elementos explosivos, venenos u otra forma de pesca destructiva. | |
| Introducir especies exóticas hidrobiológicas al país, o trasladarlas de un cuerpo de agua a otro, sin la respectiva autorización. | |
| Realizar actividades de pesca comercial sin poseer licencia o el permiso de pesca correspondiente. | Multa en córdobas equivalente a ciento cincuenta dólares (USD \$ 150.00) por cada TRB a las embarcaciones mayores a 10 metros de eslora de la embarcación debidamente certificada por la DGTA y ciento cincuenta dólares USD \$ 150.00, en córdobas equivalente, por metro de eslora para embarcaciones menores de 10 metros. |

| Infracción | Sanción |
|--|--|
| Realizar descartes masivos de productos en el mar. | Multa en córdobas equivalente a cinco mil dólares (USD \$ 5,000.00). |
| Realizar pesca de camarón sin llevar instalados los Dispositivos Excluidores de Tortugas, DETs, en las redes de arrastre, o modificarlos para afectar su funcionamiento. | Se sancionará a los titulares de la licencia de pesca con una multa en córdobas equivalente a cinco mil dólares (USD \$ 5,000.00) y se sancionará a los capitanes de barcos con una multa en córdobas equivalente a un mil dólares (USD \$ 1,000.00) y la suspensión de la Licencia de Capitán por un período de tres meses la primera vez, un año la segunda y definitivamente la tercera. Dos a cuatro años de prisión. |
| Procesar, comercializar y expedir recursos hidrobiológicos declarados en veda. | Multa en córdobas equivalente al doble del valor del producto que se encuentre (mínimo USD \$ 5,000.00), más el decomiso del producto y el cierre de la planta de procesamiento por tres meses posteriores a la veda. |
| Talar los bosques de mangle que protegen el hábitat de los recursos hidrobiológicos dentro del área de concesión. | Multa en córdobas equivalente a diez mil dólares (USD \$ 10,000.00) por hectárea talada y se deberá reforestar un área equivalente. |

| Infracción | Sanción |
|--|--|
| Verter o derramar tóxicos y agentes contaminantes químicos, físicos, o biológicos en aguas jurisdiccionales y costas nicaragüenses que dañen el ecosistema y los recursos hidrobiológicos. | Multa en córdobas equivalente a diez mil dólares (USD \$ 10,000.00) y la reparación del daño causado. Dos a tres años de prisión. |
| Trasegar el producto de la pesca en alta mar, o no desembarcarlo en puerto nicaragüense. | Multa en córdobas equivalente al doble del valor del producto que se encuentre (mínimo USD \$ 10,000.00). Dos a tres años de prisión. |
| Suministrar información falsa sobre la actividad. | Multa en córdobas equivalente a mil quinientos dólares (USD \$ 1,500.00) y suspensión de la licencia o permiso por tres meses. |
| Procesar en playas el producto de la pesca o dejar abandonados en ella los desperdicios del mismo. | Multa en córdobas equivalente a quinientos dólares (USD \$ 500.00). |

UNIDAD DIDÁCTICA 2

Buenas prácticas de procesado y transformación de los recursos pesqueros

Garantizar que los productos pesqueros lleguen al consumidor en buenas condiciones es una misión que implica a todas las personas que intervienen en el proceso productivo, del mar al plato. En el caso de los productos que se venden en fresco, es necesario poner en práctica unas pautas básicas de higiene y manipulación. Además, podemos aumentar la vida útil de los productos pesqueros con procesos de transformación que faciliten el manejo y la preparación por parte del consumidor final.



- **DETERMINACIÓN DEL GRADO DE FRESCURA DE LOS PRODUCTOS DEL MAR**

Los pescados y mariscos son productos perecederos, y desde el mismo momento de su captura se inicia un proceso de deterioro que pasa por las siguientes etapas:

| | |
|---------|--|
| Etapa 1 | Producto muy fresco, características sensoriales óptimas y delicadas. |
| Etapa 2 | Disminución del olor típico a fresco y de las características sensoriales, no se presentan olores ni sabores extraños. |
| Etapa 3 | Aparecen signos de deterioro y olores extraños, la textura y la coloración cambian. Pérdida de patas en los crustáceos, abertura de la concha en bivalvos. |
| Etapa 4 | El producto está claramente deteriorado y podrido. |

Cuando la vendedora compra en los centros de acopio o directamente a la embarcación, debe realizar una evaluación del grado de frescura de pescados y mariscos. Podemos conocer perfectamente su estado de frescura o deterioro mediante el análisis sensorial, que consiste en usar nuestros sentidos: la vista, el olfato y el tacto.

1. PESCADOS

La observación de la apariencia del pescado nos da información sobre su estado: la falta de escamas, erosiones en la piel, la ruptura de los tejidos o del abdomen, coloraciones anormales, el olor, etc., nos lleva a tener una idea del estado del producto.

Calidad y deterioro del pescado

Míralo a los ojos

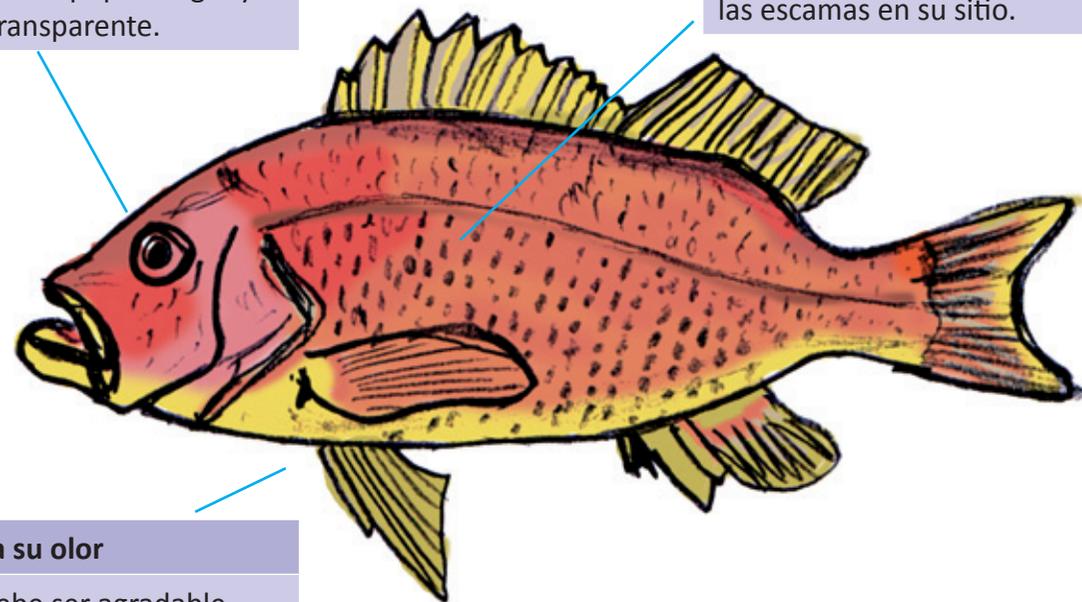
El ojo debe estar brillante, saltón, con la pupila negra y la córnea transparente.

Observa cómo va vestido

El "traje" del pescado es su piel: debe estar brillante y entera, sin roturas ni erosiones, con las escamas en su sitio.

Averigua su olor

El olor debe ser agradable, a mar.

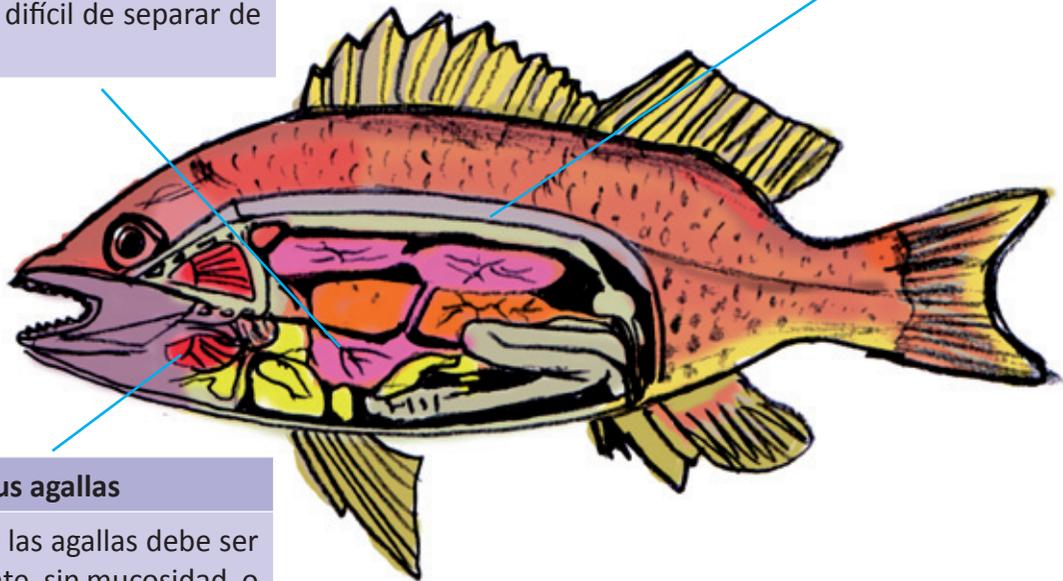


Mira en su interior

Tanto los órganos internos como el interior de las paredes abdominales se encuentran brillantes, bien definidos. La piel interna del vientre es brillante y difícil de separar de la carne.

Observa su textura

La textura de la carne debe ser firme y elástica.



Observa sus agallas

El color de las agallas debe ser rojo brillante, sin mucosidad, o con escaso moco transparente.

Evaluación sensorial del pescado

| Características | Pescado fresco | Pescado deteriorado |
|---------------------|---|--|
| Piel | Color brillante Mucus transparente | Decolorada Mucus opaco |
| Ojos | Convexos Transparentes Brillantes | Cóncavos Lechosos Opacos |
| Branquias | Rojas Brillantes | Amarillentas Amarronadas |
| Apariencia Muscular | Firme Elástica Color uniforme | Blanda Manchada |
| Olor Muscular | Fresco, a mar | Fuerte, mal olor |
| Órganos internos | Bien definidos | Blandos, difíciles de aislar Olor ácido |

La vendedora rechazará todo el pescado en mal estado o que se sepa que contiene sustancias nocivas o se ha deteriorado, descompuesto o ha sido contaminado por materias extrañas hasta el punto en el que no es apto para su consumo.

En ningún momento debe mezclarse pescado deteriorado con pescado fresco ni con ningún otro tipo de alimento para evitar la contaminación cruzada con ningún otro tipo de alimento.

2. CRUSTÁCEOS

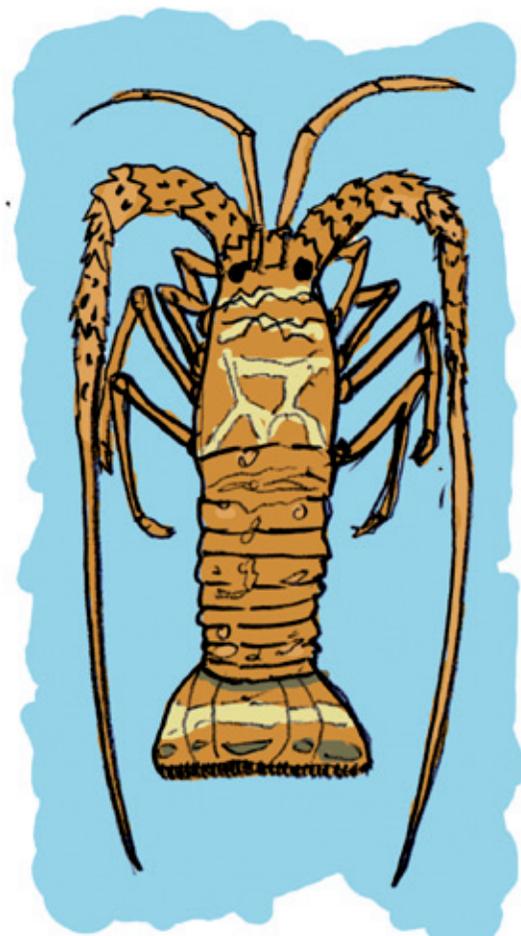
Los criterios de selección para los crustáceos deben ser:

ADMITIREMOS:

- Animales vivos y con vitalidad, que se muevan.
- Con olor a mar.
- Animales completos y sin daños.

RECHAZAREMOS:

- Animales muertos o moribundos.
- Con olor a amoníaco y/o azufre.
- Individuos dañados o sin patas.
- Con manchas negras en el caparazón.



• ¿CÓMO RETRASAR EL DETERIORO DE LOS PRODUCTOS DEL MAR?

El deterioro del pescado comienza inmediatamente después de la muerte, y es un proceso en el que intervienen fenómenos físicos, químicos y bacteriológicos. La acción de microorganismos presentes en el medio es la principal causa de la alteración del pescado crudo. Por tanto, si impedimos o disminuimos el crecimiento de estos microorganismos, retrasaremos la velocidad de descomposición del pescado.

¿Cómo? Con una correcta manipulación del pescado y con el uso de hielo.

LAS REGLAS DE ORO PARA UNA MEJOR CONSERVACIÓN DEL PESCADO FRESCO:

1. Acortar el tiempo entre la captura y la venta.
2. Eviscerar el pescado (la mayor parte de las bacterias del pescado están en las vísceras).
3. Evitar que el pescado sufra golpes y magulladuras.
4. Evitar roturas en la piel del pescado, para evitar la entrada de microorganismos.
5. Proteger el pescado del sol, de la arena y de la suciedad.
6. No colocar el pescado directamente en el suelo o sobre superficies sucias.
7. Mantener limpias las cajas donde se almacena el pescado.
8. Lavar el pescado con agua potable.
9. No mezclar el pescado con otras mercancías (carne, verduras, etc.)
10. No mezclar el pescado fresco con pescado deteriorado.
11. No permitir la presencia de animales en la zona de descarga y manipulación.
12. Mantener el pescado refrigerado o con hielo en todo momento.
13. Controlar la humedad, evitando el exceso de agua en contacto con el pescado.

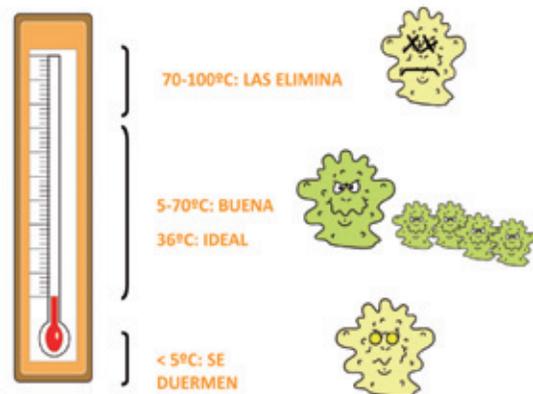
- **La importancia del hielo para evitar la descomposición del pescado y mariscos**

El hielo se usa en la conservación del pescado por varias razones:

- Disminuye la temperatura. Con temperaturas próximas a 0°C se ralentiza la acción de los microorganismos.
- Mantiene la humedad.
- Evita la deshidratación.
- Arrastra la suciedad y el mucus superficial.

- **Cómo usar el hielo**

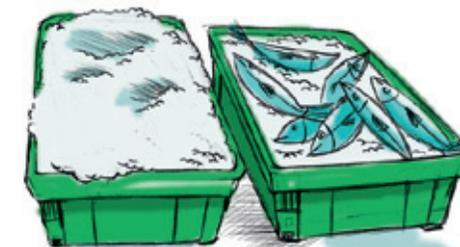
- Debe aplicarse lo más rápidamente posible, de forma inmediata tras la captura o compra.
- Utilizar una proporción de dos o tres partes de hielo por cada parte de pescado, en función de la temperatura exterior.
- Reponer el hielo a medida que se va derritiendo.
- Alternar capas de pescado y hielo, de manera que se consiga la mayor superficie de contacto posible.
- No colocar muchas capas de pescado, a fin de evitar el aplastamiento por sobrepeso.



Relación entre la temperatura y las bacterias.



- Utilizar cajas y mostradores con drenaje (agujeros), que permitan evacuar el agua derretida.
- Evitar el contacto del hielo con superficies contaminadas como suelos, paredes o utensilios que no estén en condiciones de higiene adecuadas.
- Cuanto menor sea el tamaño de los trozos de hielo, mayor contacto tendrá con el pescado y, por tanto, mayor capacidad de enfriamiento.



El hielo en escamas es el más adecuado para un enfriamiento rápido.

- **La importancia de la cadena de frío**

Es fundamental mantener el producto refrigerado desde que se captura hasta que se consume, en un rango de temperatura de seguridad en el que los microorganismos no se reproduzcan. Además, una temperatura de conservación adecuada preservará las características nutricionales del alimento.

Forman los eslabones de esta cadena de frío todos los agentes que intervienen en la comercialización del pescado (pescadores, acopiadores, vendedoras).



Si algún eslabón falla, toda la cadena se vería afectada, perjudicando la calidad y seguridad del producto.

• LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

Las personas y los animales pueden transmitir enfermedades a través de los alimentos. Para evitarlo, es importante adoptar ciertos hábitos que impidan la contaminación del pescado y garanticen su seguridad alimentaria.

1. PAUTAS DE HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL

- Usar ropa adecuada y limpia.
- Mantener una higiene personal adecuada.
- Lavar frecuentemente las manos con abundante agua potable y jabón, sobre todo al iniciar el trabajo, después de comer, de ir al cuarto de baño y de tocar desperdicios, productos tóxicos (combustible) o animales.



- Si se utilizan guantes, deben estar limpios y ser lavados al igual que las manos.
- Mantener las uñas cortas, sin esmalte.
- Evitar el uso de anillos, relojes y otros complementos.
- Mantener el pelo limpio, atado y cubierto.
- No comer, beber, fumar, comer chicle, estornudar ni escupir mientras se está manipulando pescado.
- Desinfectar y tapan los pequeños cortes con apósitos impermeables.
- Las personas que padezcan enfermedades contagiosas no pueden trabajar en el procesamiento o manipulación del pescado y deben consultar al médico.



2. HIGIENE DE LAS INSTALACIONES, EQUIPOS Y UTENSILIOS

- Los pisos, las paredes y los techos deben estar limpios.
- Evitar el uso de instrumentos de madera, ya que es prácticamente imposible de higienizar, transmitiendo al producto malos olores y microorganismos contaminantes.
- Los equipos, utensilios y materiales utilizados (cuchillos, descamadores, palas, etc.) deben estar limpios y ser de materiales lavables.
- Cada vez que se terminen las tareas de venta, manipulación o procesamiento debe realizarse una limpieza a fondo de materiales, equipo e instalaciones.



3. LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE EQUIPAMIENTOS E INSTALACIONES

La limpieza y la desinfección constituyen una etapa muy importante en la venta de pescado fresco.

TRABAJO PREVIO

LIMPIEZA

DESINFECCIÓN

- En la etapa previa, se retiran los restos de pescados y otros residuos que haya en los envases, contenedores e instalaciones.
- Limpieza de cajas, envases, maquinaria y equipos con agua y detergente. Enjuague con agua potable para eliminar todos los restos de detergente.
- Desinfección mediante cloro granulado (Hipoclorito de calcio): disolver tres cucharadas en 4 litros de agua.
- Para desinfectar superficies, pasar un paño empapado con la solución clorada. Después aclarar bien.
- Para desinfectar utensilios, sumergirlos 5 minutos en esa solución y luego aclarar abundantemente.

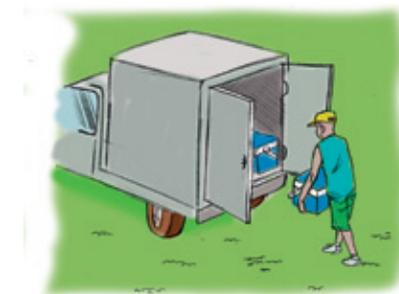


EL AGUA

El agua que se utilice en la manipulación del pescado o para la higiene de personas e instalaciones debe ser siempre potable. Nunca puede ser utilizada otro tipo de agua, ya que se corre el riesgo de contaminar el pescado, y eventualmente causar enfermedades en las personas que lo consuman.

EL TRANSPORTE

Los productos pesqueros deben transportarse en recipientes cerrados, isoterms, que mantengan la temperatura. Si no disponemos de este tipo de recipientes, usaremos cajas o cestos limpios, y cubriremos el pescado con hielo y un paño limpio.



- Colocar hielo suficiente, de forma que todo el pescado quede cubierto.
- Colocar una rejilla en el fondo del recipiente para aislar al pescado del agua derretida.
- Evitar la exposición directa del pescado al sol.
- No transportar el pescado en moto o vehículos abiertos sin estar protegido del polvo, salpicaduras, del sol, etc.

▪ CONTROL DE PLAGAS Y GESTIÓN DE RESIDUOS

La presencia de aves, insectos, roedores, perros y gatos debe evitarse en los lugares donde se venda, procese o almacene pescado, ya que estos animales pueden ser portadores o transmisores de enfermedades.

- Debe prestarse atención a la higiene, evitando la acumulación de residuos en las zonas próximas al punto de venta o almacenamiento de pescado, ya que son un foco de contaminación y una atracción para las plagas.
- Los residuos deben almacenarse en contenedores tapados, a la sombra y fuera del alcance de los animales. Hay que eliminarlos diariamente.



• VALOR AGREGADO Y TRANSFORMACIÓN

En los epígrafes anteriores hemos visto cómo el frío ayuda a aumentar la vida útil de los productos del mar. Existen otras técnicas que permiten almacenar estos productos durante un mayor tiempo y, además, les confieren determinadas características de sabor y presentación que son apreciadas por los consumidores.

La tecnología no mejora la calidad del pescado: si la materia prima es de baja calidad el producto final también lo será.

A continuación se describen las siguientes técnicas:

A. SALAZONES

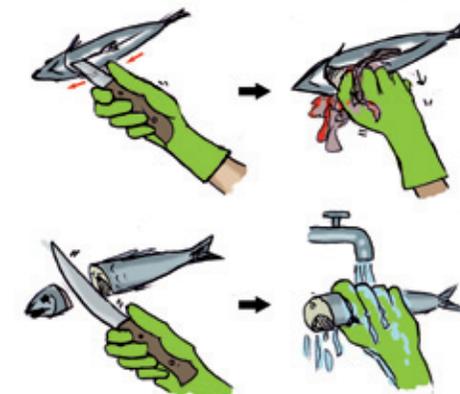
B. AHUMADOS

C. EMBUTIDOS

D. TORTAS DE PESCADO

• Paso previo a todas las elaboraciones: preparación del pescado:

1. **Recepción del pescado.** El pescado para procesar debe tener un alto grado de frescura, a fin de garantizar un producto final de óptima calidad.
2. **Descamado, descabezado y lavado.** Se descama el pescado y, dependiendo de la especie y el tamaño, se le quita o no la cabeza. Retiramos las vísceras de forma manual, con cuidado de no dejar restos de órganos para evitar contaminación por descomposición bacteriana. A continuación se lava con agua abundante, limpia y clorada.
3. **Enhielado.** Debe mantenerse enhielado hasta el momento de realizarse el corte que se requiera. Dependiendo del tipo de procesado y del tamaño del pescado, se necesitará un tipo de corte diferente.



- **A. SALAZONES**

La sal es un buen conservante de los alimentos. Hace que el pescado pierda agua, retardando el crecimiento de microorganismos y otras reacciones químicas que deterioran el pescado.

Factores que afectan a la velocidad de absorción de la sal en el pescado

- Pureza de la sal.
- Grosor del filete de pescado.
- Frescura del pescado.
- Contenido de grasa.
- Temperatura del pescado.
- Higiene y limpieza durante el manejo del pescado.

- **Ingredientes:**

- Pescado muy fresco.
- Sal seca de granulación semigruesa.

- **Equipos, materiales e insumos:**

- Cuchillos para filetear.
- Mesas de trabajo.
- Cajas plásticas para el pescado.
- Balanza.
- Termos para el proceso del salado.
- Bolsas plásticas (para envasar al vacío) o celofán
- Barriles (para salazón húmeda).
- Agua potable.



- **Especies recomendadas**

Las especies recomendadas para seco-salado son las magras, muy abundantes en las costas nicaragüenses, tanto en el Pacífico como en el Atlántico y en las aguas interiores. En pescados con mayor contenido en grasas, se recomienda la salazón húmeda.

| | | | | | |
|--------------|----------|----------|-----------------|---------|-----------|
| Seco-salado: | Palometa | Sabaleta | Salazón húmeda: | Bagre | Atún |
| | Corvina | Mojarra | | Jurel | Bonito |
| | Tiburón | Ruco | | Sardina | Macarelas |
| | Tilapia | Gaspar | | Lisa | |
| | Guapotes | | | | |

- **Procedimiento de elaboración de salazones:**

1. Corte

Es recomendable que el grosor de las piezas sea el mínimo posible para que la sal penetre bien en el pescado y para un buen secado. Por tanto, se recomienda el corte “espalmado” o mariposa, o bien el fileteado. En el caso de especies muy grandes, como los tiburones, se cortan lonjas de unos 3-5 cm de grosor o filetes sin piel.



Finalmente, se lavará el pescado muy bien, con agua limpia y potable.

2. Cálculo de la cantidad de sal a utilizar

Existen dos modalidades de elaboración de pescado seco-salado: en pila seca y en pila húmeda. En ambos casos, la cantidad de sal necesaria es de un 25% del peso total de pescado a salar.

Para calcular la cantidad de sal a utilizar, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Peso del pescado} \times 25}{100} = \text{Cantidad de sal a utilizar}$$

Para salar 40 onzas de pescado:

$$\frac{40 \text{ onzas} \times 25}{100} = 10 \text{ onzas de sal}$$

Necesitamos 10 onzas de sal para salar 40 onzas de pescado

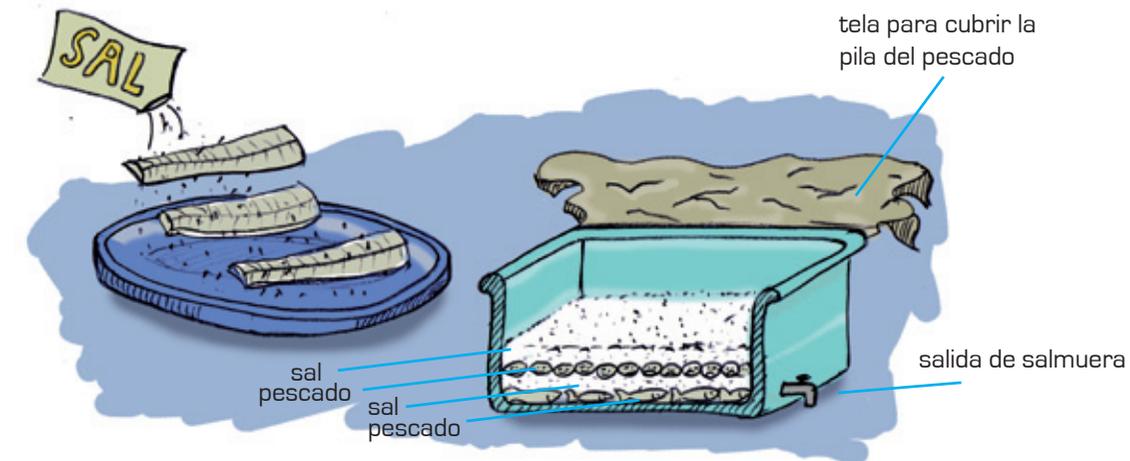
3. Salado

• Modalidad salmuera en pila seca

Se sala el pescado abundantemente y se coloca en un recipiente **con la piel hacia abajo**, alternando capas de pescado y sal. La primera capa, en la base, de sal.

El recipiente debe **estar inclinado** y tener drenaje que permita la salida de la salmuera (mezcla de agua y sal que se forma a medida que el pescado va perdiendo agua). Se coloca una tapa o tela limpia que cubra el producto.

El salado termina cuando en el pescado deja de salir salmuera.



• Salado en pila húmeda o salazón húmeda

Para la salazón húmeda se utilizan especies con mayor contenido graso, manteniendo el producto siempre sumergido en una salmuera, o posteriormente en aceite, para evitar que se altere por contacto con el aire.

El pescado limpio se coloca en barriles o piletas con salmuera saturada de sal, que puede ser agregada o formada con el propio licor exudado por el pescado colocado en sal. La pila debe taparse para evitar contaminación.

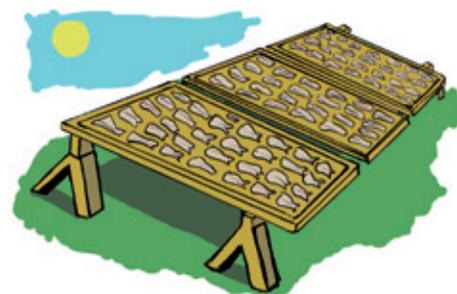
Es importante mantener siempre una cantidad extra de sal. El tiempo de salazón varía de días a meses, dependiendo del tamaño y grosor del pescado.

4. Secado

Una vez obtenido el salado por pila seca y pila húmeda, se realiza el proceso de secado.

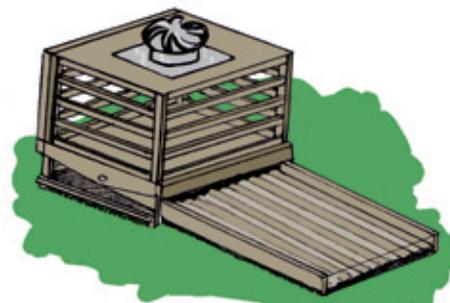
- **Al aire libre**

Inmediatamente después de que el pescado esté correctamente salado, se somete a secado al aire libre, colocándolo en parrillas, o bien colgándolo, en un lugar limpio, seco y adecuado. La duración del secado dependerá de la humedad del ambiente. El lugar será protegido de la lluvia y de los animales. El producto resultante debe presentar un color claro, sin olor desagradable y una textura firme.



- **En secador solar**

El secador solar permite una mayor circulación de aire alrededor del pescado, ayudando a reducir el tiempo de secado.



5. Empacado y almacenamiento

Una vez secado, el producto seco-salado se envasa en bolsas de plástico al vacío, sistema que aumenta su vida útil, lo protege de la contaminación y le da una buena presentación. También puede envolverse en celofán. No requiere refrigeración.

B. AHUMADO

El sistema de conservación de pescado por ahumado consiste en exponer el producto a una fuente de humo de madera. Distinguimos entre:

- **Ahumado en frío**, proceso en el que la temperatura se encuentra entre los 15° y 35° centígrados, y el tiempo oscila entre las 6 y 60 horas.
- **Ahumado en caliente**, proceso tecnológico tradicional, que preserva el pescado mediante el calor y el humo, agregándole el color y aroma específico, muy atractivo. La temperatura oscila entre los 70° y 95° centígrados, pudiendo llegar hasta 110° centígrados, con un tiempo de ahumado de 4 a 6 horas.

A continuación se describe el proceso de **ahumado en caliente**:

- **Ingredientes:**

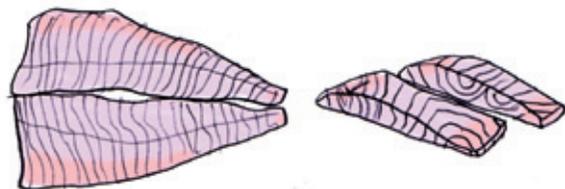
- Pescados (jurel, atún, bonito, lisa, sabaleta)
- Agua, cebolla, laurel, jugo de limones ácidos, vinagre.

- **Materiales, equipos e insumos:**

- Ahumador artesanal, parrillas, mesas de trabajo, tablas de plástico, cuchillos para filetear, balanza, termómetro de espiga, sal, hielo y madera (evitar las maderas resinosas, como el pino o el eucalipto, por los malos olores y sabores que le transfieren al pescado).

• **Procedimiento de elaboración de ahumados:**

1. Corte: Las especies de pequeño tamaño se abren en mariposa, a lo largo. Para el ahumado de especies grandes el corte recomendado es el filete.

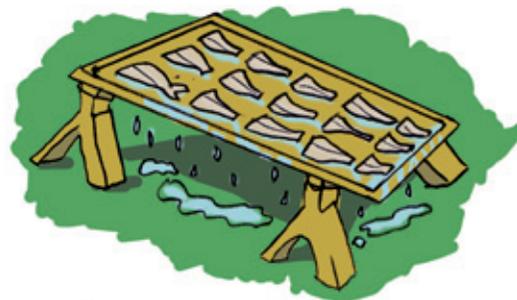


2. Marinado: El pescado lavado se sumerge en una salmuera que ha sido preparada previamente, a la cual se le ha agregado un 9% de sal, cebolla picada y un 2% de vinagre. El tiempo de inmersión será de 30 minutos, aproximadamente.

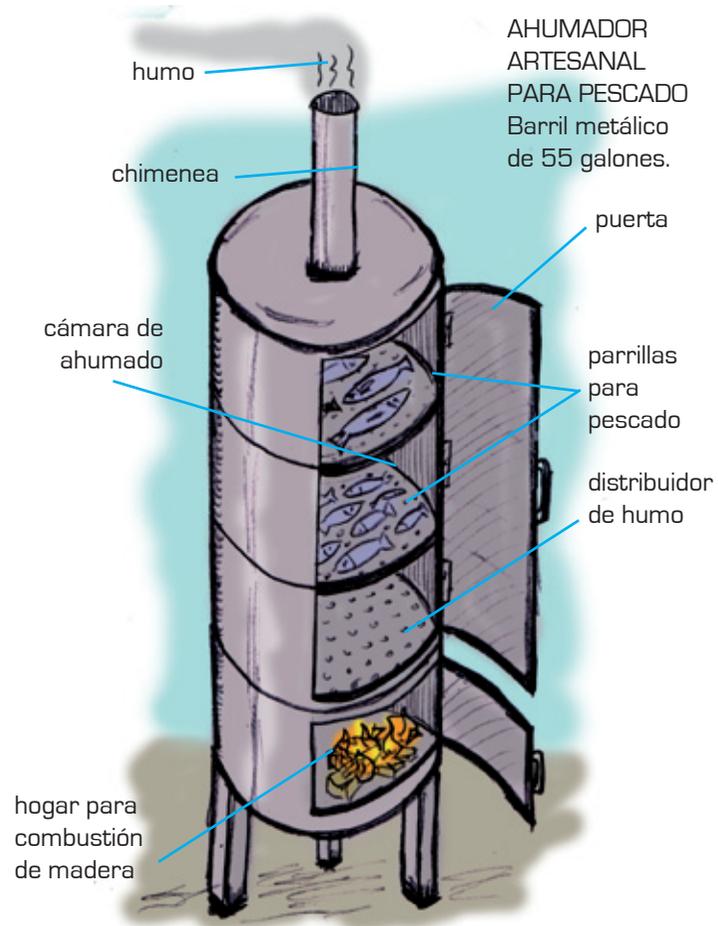
Para preparar 10 litros de salmuera necesitaremos:

- 10 litros de agua
- 900 gramos de sal
- Cebolla picada al gusto
- 200 ml de vinagre

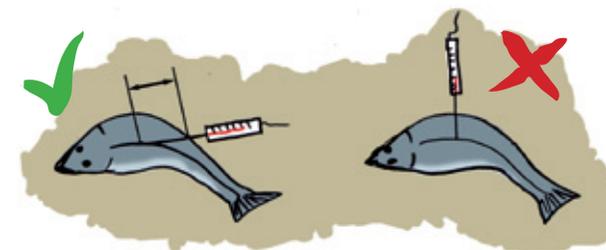
3. Escurrido: Después del marinado, se escurre el pescado en parrillas durante unos 30 minutos.



4. Ahumado: Una vez escurrido, se introducen las bandejas o parrillas con el pescado en la cámara de ahumado, que estará precalentada.



Los ahumaderos constan de una fuente de humo, un recinto o armario donde se dispone el producto que se quiere ahumar, y un sistema de tiraje para que el humo circule de forma homogénea. El proceso de ahumado puede durar desde 6 horas hasta dos días dependiendo de la intensidad de ahumado que se quiere lograr. Se realizará con abundante humo ininterrumpido, a una temperatura en el centro del filete de unos 70°C.

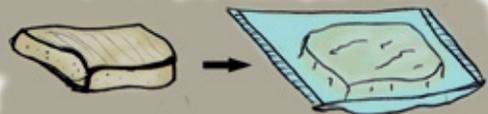


Medición de la temperatura en el pescado.

5. Oreado del pescado: El pescado se orea sobre parrillas hasta que esté frío, durante una hora, aproximadamente.

IMPORTANTE: No empacar el producto ahumado si está caliente, ya que seguirá su cocción y se desarrollará el crecimiento bacteriano.

6. Pesaje y empaque



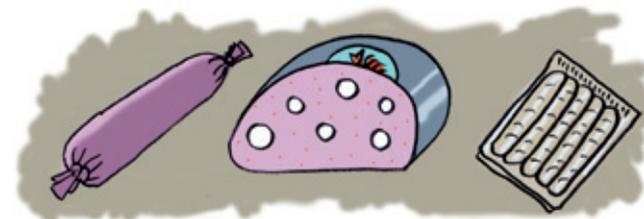
7. Almacenamiento: El pescado ahumado debe almacenarse refrigerado, a 0°C. La vida útil de un producto ahumado y almacenado en estas condiciones es de unos 30 días.



C. EMBUTIDOS

Se entiende por embutido de pescado el producto elaborado sobre la base de pescados introducidos a presión en una funda. El pescado puede estar fresco, cocido, ahumado o desecado. Las fundas que se usan pueden ser naturales (habitualmente, tripa de cerdo) o artificiales (de colágeno, celulosa o plástico).

Se pueden utilizar pescados blancos o azules; los azules presentan un mejor sabor, y por lo general se mezclan más de dos especies de pescado, dándole una mejor consistencia al producto.



| • Ingredientes | Cantidad |
|-------------------|-----------------|
| Pescado | 10 libras |
| Aceite vegetal | 2 libras |
| Cebolla en polvo | Una cucharadita |
| Pimienta en polvo | Una cucharadita |
| Ajo en polvo | Una cucharadita |
| Chile seco | Una cucharadita |
| Sal refinada | 180 gramos |
| Azúcar refinada | 160 gramos |
| Tripas de cerdo | 100 cm |



- **Materiales, equipos e insumos:**

-Cocina, cuchillos, tablas, mesas, ollas con tapa, cucharones, embudo, pisón plástico, molino manual o eléctrico, balanza, panas plásticas, termos insulated, termómetro, hilo de amarre, hielo, agua.

- **Procedimiento de elaboración de embutidos:**

1. Se corta el pescado en filetes y se le quita la piel. Se trocean los filetes para facilitar la molienda.

2. Molienda: Moler finamente el pescado.

3. Mezcla: Se mezclan a mano el pescado y el resto de ingredientes, obteniéndose una masa homogénea.

4. Preparación de las tripas: Se deja reposar las tripas de cerdo en vinagre durante 5 minutos.



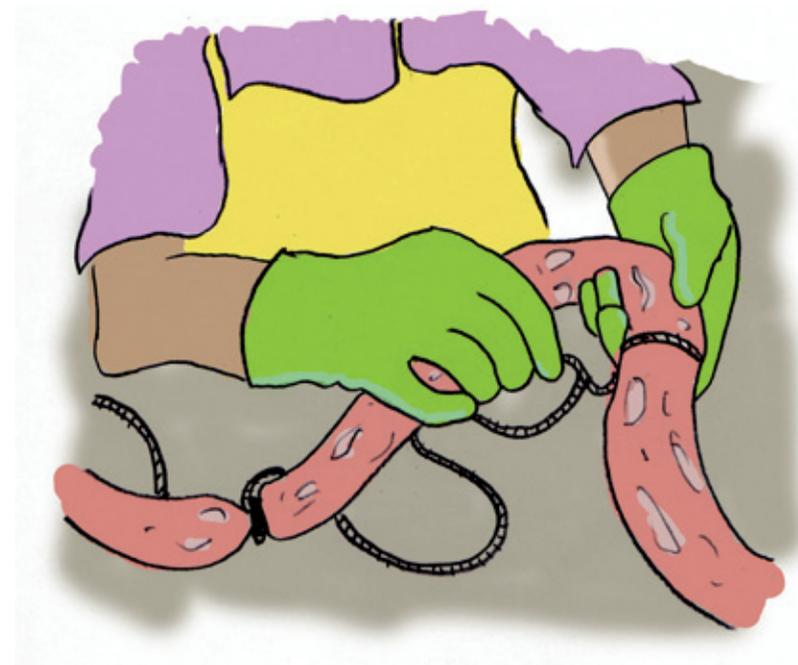
5. Embutido: Colocar el embudo en un extremo de la tripa e introducir la masa con ayuda de un pisonador hasta llegar al otro extremo de la tripa. Atar dos nudos con nylon en cada uno de los extremos. Es importante no dejar aire dentro de la tripa.

6. Definición de los chorizos: Hacer un nudo con nylon cada 10-12 cm, a lo largo de la tripa.

7. Cocción: Cocinar los chorizos en agua hirviendo, durante 30 minutos. Si la tripa es natural, se pincha para evitar que estallen los chorizos.

8. Enfriar durante 10 minutos en agua helada y dejar reposar 24 horas en el refrigerador.

9. Almacenamiento: Los embutidos de pescado, al no llevar conservantes, tienen un tiempo de vida útil muy corto. Deben almacenarse en refrigeración y ser consumidos en las 24 horas posteriores a su elaboración.



D. TORTA DE PESCADO

La torta de pescado es un alimento nutritivo, preparado a partir de carne de diferentes especies de pescado, mezclada con finos ingredientes y de fácil preparación; solo requiere una fritura en aceite caliente, de 2 a 3 minutos, para su consumo.

| • Ingredientes (para 25 libras) | Cantidad | Empanizado | Cantidad |
|--|-----------------------|----------------------|------------|
| Carne de pescado | 15 libras | Galleta molida | 9 libras |
| Yuca | 8 libras | Pinol de maíz molido | 9 libras |
| Cebolla molida | 225 gramos | Polvo empanizador | 900 gramos |
| Sal fina | 270 gramos | Sal | 60 gramos |
| Sal china | 2 cucharaditas | Pimienta negra | 60 gramos |
| Pimienta negra molida | 2 cucharaditas | | |
| Paprika | 2 cucharaditas | | |
| Vinagre blanco | 110 ml (medio vasito) | | |

- **Materiales, equipos e insumos:**

- Cocina, tabla para filetear, cuchillos, mesas, molino de carne, moldes de plástico, termos aislados, cajas plásticas, congelador, agua y hielo.

- **Procedimiento de elaboración de tortas de pescado:**

1. Precocción de la yuca: Poner una olla con agua al fuego; cuando hierva, echar la yuca sin piel y troceada. Dejar cocinar de 15 a 20 minutos. La yuca estará precocida cuando cambie a una tonalidad amarilla.

2. Enfriado y escurrido de la yuca: La yuca precocida se escurre y se transfiere a un recipiente con hielo, a una temperatura menor de 5º C. Una vez alcanzada esta temperatura se escurre y estará lista para el siguiente paso.



3. Molienda: El pescado -sin piel y sin espinas- y la yuca se muelen por separado.

4. Mezcla: Se mezclan manualmente el pescado, la yuca y el resto de ingredientes, obteniéndose una masa, que se coloca en bolsas plásticas en un termo con hielo.

5. Moldeado: Se da forma a la masa, ya fría, en moldes circulares.

6. Empanizado: Se hace pasar la torta por el empanizado, a fin de darle una cobertura total. El empanizado se realiza de forma manual y rápida, para evitar recalentamiento y desarrollo de bacterias.

7. Almacenamiento y conservación: Deben guardarse refrigeradas o, en caso de no consumirse en el día, congeladas a -18°C , colocando plástico entre las tortas para evitar evaporación y pérdida de peso.

8. En el momento de consumirlas se fríen en abundante aceite caliente durante unos minutos.



Papas rellenas con pulpa de pescado (10 porciones)

Ingredientes:

- 1 libra de pulpa de pescado desalada previamente
- 2 libras de papas
- 6 cucharadas de chiltoma molida
- 6 cucharadas de aceite vegetal
- Media cucharadita de pimienta negra molida
- $\frac{1}{4}$ cucharadita de sal común
- 3 limones
- 3 tomates medianos picados en trocitos
- 3 cebollas grandes picadas en trocitos
- 4 cucharadas de harina de trigo

Elaboración:

- Para el relleno:

Mezclar la carne de pescado con cebolla picada, los tomates picados, las chiltomas molidas, sal y pimienta.

- Para la masa:

1. Cocer las papas y pelarlas, amasarlas muy bien (homogéneas) y agregar sal y limón al gusto.
2. Tomar una porción para formar una masa ovalada (se puede hacer con un cucharón) y colocar en el centro el relleno de pescado.
3. Empanizar con harina de trigo o con pan tostado y molido, y freír en aceite caliente a fuego lento.

Acompañar con una buena ensalada con cebolla.



- **EMPAQUE DE PRODUCTOS PESQUEROS**

En la actualidad existen una enorme cantidad de tipos de empaques para los productos pesqueros adecuados al tipo de producto, la forma presentación y la comercialización.

Los empaques cumplen una serie de **funciones ventajosas**:

- Evitan el contacto con el aire, evitando la deshidratación y el enranciamiento.
- Protegen al producto de la contaminación.
- Facilitan la manipulación y el almacenamiento.
- Facilitan la comercialización, haciendo al producto más atractivo.

Los materiales utilizados en los empaques son innumerables y cada uno tiene sus ventajas e inconvenientes: distintos tipos de plásticos, papeles y cartones encerados o parafinados, derivados de la celulosa, etc.

Uno de los mejores sistemas de conservación es el **empaque al vacío**, que elimina el oxígeno, alargando la vida útil del producto. Además, permite detectar las filtraciones fácilmente, ya que producen una “pérdida del vacío”, evita la formación de escarcha e impide que dentro del empaque las piezas se golpeen entre sí.



- **EL ETIQUETADO**

En Nicaragua no existe ningún etiquetado obligatorio para los productos pesqueros frescos, pero sí para los preelaborados.

No obstante, sería recomendable trabajar en la creación de una etiqueta para el pescado fresco, que permita al consumidor identificar la especie, el número de días transcurridos desde que se ha capturado, la embarcación que lo ha pescado, la zona de pesca y el centro de acopio. Así, en caso de que se produzca algún problema de tipo alimentario, se podrá dar la alerta correspondiente e identificar el foco del problema. Incluso podría incluir la marca comercial de la vendedora.

| | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|--|
| ZONA DE CAPTURA: | | PRIMER EXPEDIDOR: | |
| LAGO COCICOLBA - ZONA NORTE | | CENTRO DE ACOPIO PUERTO COLUMBRES | |
| Fecha desembarco: 01/08/2015 | | San Miguel de Entrepinares, n° 14 | |
| Producto | | | |
| NOMBRE COMERCIAL: | | MOJARRA/MOJARRA BLANCA | |
| NOMBRE CIENTÍFICO: | | <i>Amphilophus citrinellus</i> | |
| Peso Neto (kg): | Metodo de producción: | Metodo de presentación: | |
| 10 | Pesca Extractiva | Eviscerado | |
| Sin aditivos: | | | |
| Lote: 20/25 | | Cajas: 1 | |
| Barco: (nombre del barco) | | | |
| Comprador: (nombre del comprador) | | | |

Para comercializar los productos preelaborados sí existe la obligación del etiquetado. La etiqueta no debe separarse del envase, y los datos deben ser claros, bien visibles y fáciles de leer. Si el envase está cubierto por una envoltura, la etiqueta debe poder leerse fácilmente a través de la envoltura de ella.

Debe incluir:

- Nombre del producto
- Instrucciones de uso (por ejemplo: poner a remojo 30 minutos antes de cocinar).
- Lista de ingredientes (debe incluir todos, también los condimentos).
- Contenido neto y/o escurrido (para alimentos sólidos, en g).
- N° de registro sanitario, expedido por la autoridad competente.
- País de origen.
- Fecha de vencimiento (día, mes y año).
- Identificación del lote (puede ser la fecha de vencimiento).
- Instrucciones para la conservación del alimento (conservar refrigerado).



• **ALTERACIONES DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS**

• **Enranciamiento**

Se puede observar con frecuencia en productos congelados o secos y seco-salados. Consiste en la oxidación de las grasas del pescado por contacto con el aire. El producto se presenta con coloraciones anormales, con manchas amarillas anaranjadas de aspecto desagradable y con un olor característico. La manera de prevenir esta alteración en el pescado salado consiste en utilizar un empaque adecuado, hermético e impermeable a la humedad.

En los productos secos o seco-salados donde prácticamente no se utiliza empaque para resguardar el producto, lo recomendable es no utilizar pescados muy grasos para la elaboración y almacenarlos en lugares frescos, secos y oscuros, durante el tiempo mínimo.

• **Rojo o “Vermelo”**

Esta alteración muy específica de los productos salados se produce por la acción de un tipo de bacterias resistentes a la sal que producen un pigmento de color rojo característico. El producto que presente esta alteración debe descartarse, además se debe realizar una desinfección enérgica de los lugares que estuvieron en contacto con la sal o el producto.

• **Pecas o “Dun”**

Puede observarse en productos salados o ahumados, que presentan manchas oscuras de forma redondeada generalmente agrupadas. Son causadas por hongos, que desarrollan su crecimiento en lugares de almacenamiento con elevada humedad. La prevención consiste en conservar los productos en condiciones de baja humedad. El producto contaminado debe descartarse.

En embutidos se pueden observar fundas rotas, hoyuelos en la superficie del embutido. Se puede evitar estos defectos supervisando el embutido, que no haya una presión inadecuada y evitando que quede aire en la masa embutida.

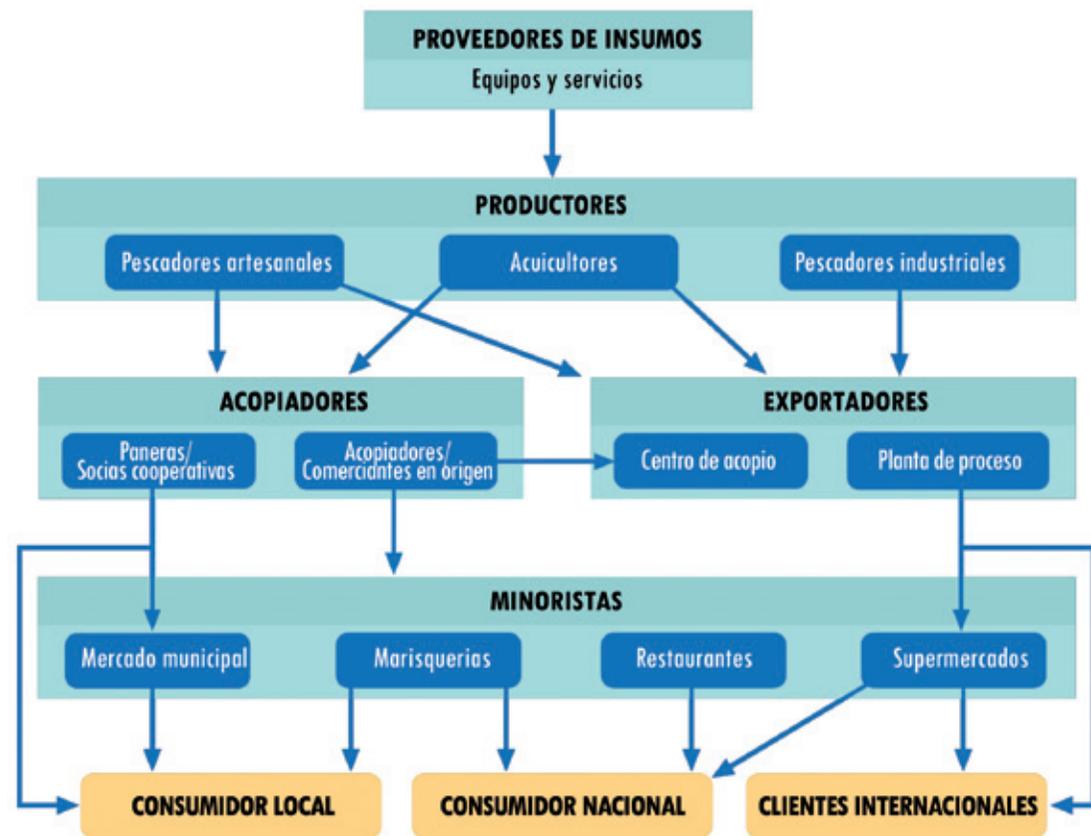
UNIDAD DIDÁCTICA 3: Comercialización de productos pesqueros frescos

La comercialización de los productos pesqueros es un reto pendiente para los pequeños productores: desde que el pescado sale del agua hasta que se sirve en el restaurante, o es comprado por el cliente final, su precio se incrementa considerablemente. Sin embargo, normalmente la parte del precio final del producto que repercute en quien lo pescó es muy reducida: el beneficio se queda en la cadena de distribución. El pescador, normalmente, desconoce el precio que paga el consumidor final por su producto.

- ¿Dónde repercute el beneficio de la pesca artesanal?



- **CIRCUITO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA ARTESANAL**



La mejora de la calidad de vida de los pescadores artesanales y sus comunidades requiere, necesariamente, mejoras en la comercialización de sus capturas. Para conseguirlo es necesario articular estrategias de venta que permitan aumentar la capacidad de negociación de los pescadores artesanales y/o disminuir el número de eslabones de la cadena de distribución.

- **¿QUÉ PODEMOS HACER PARA VENDER MEJOR NUESTROS PRODUCTOS? ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

Los pescados y mariscos alcanzan un distinto valor en el mercado, en función de su demanda. Esta demanda depende de distintos factores:

- Aprecio o estima por parte de la clientela. Esta apreciación tiene un componente subjetivo muy importante, relacionado con factores culturales y sociales.
- La falta de costumbre en el consumo o de hábitos relacionados con su preparación culinaria es un impedimento para la demanda de pescados y mariscos.
- Muchas especies que en el pasado no eran apreciadas, por su aspecto poco atractivo, o porque su abundancia la asociaba a un producto poco elitista, pueden convertirse en productos valorados con las campañas de información y sensibilización adecuadas.

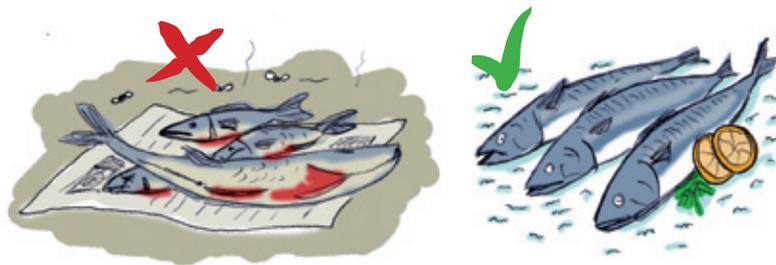


Existen algunas medidas que podemos poner en marcha para mejorar la comercialización de los productos:

1. Asegurar la calidad del producto.

Una correcta manipulación y manejo hace que el pescado llegue en menos tiempo al cliente, y nos da un mayor margen de negociación. No debemos poner en el mercado productos que no estén frescos o en buenas condiciones para el consumo: los venderemos en una ocasión, pero no nos volverán a comprar.

2. Cuidar la presentación. El pescado debe estar limpio y presentar buen aspecto. Difícilmente resultará atractivo un pescado sanguinolento y cubierto de moscas, además de los riesgos que pueda entrañar para la salud.



3. Clasificar por especies y tamaños.

Normalmente se clasifican las especies de mayor valor comercial, pero no aquellas de menor precio. Conviene hacerlo, para poder fijar un precio distinto en función de su tamaño.

4. Ofertar variedad. No todo el mundo quiere el mismo tipo de pescado, ni está en condiciones de pagar lo mismo: debemos tratar de satisfacer a la mayor cantidad posible de clientes. Nuestro objetivo debe ser que el cliente encuentre exactamente lo que necesita.



5. Vender conjuntamente.

Si juntamos las capturas de varios pescadores, podremos ofertar una mayor cantidad de producto a un mayor número de clientes. Disminuiría la competencia entre los propios pescadores por colocar sus productos y obtendríamos mejores precios.

6. Controlar la relación oferta-demanda. En ocasiones, se captura más cantidad de pescado del que los compradores demandan: esto provoca una caída de los precios que perjudica a los pescadores. Si conseguimos establecer cuotas diarias de captura para determinadas especies, y cumplimos con esas cuotas, su precio en el mercado subirá.



7. Establecer precios mínimos. Llegar a acuerdos entre pescadores para establecer un precio mínimo por especie y tamaño es una forma de controlar el mercado y asegurarnos de obtener un precio justo por las capturas, que garantice una rentabilidad mínima al trabajo diario.

8. Poner en valor nuestros productos. Participar en ferias de exaltación de los productos del mar, en las que se informe sobre las cualidades nutricionales del pescado y la forma de cocinarlo es un instrumento poderoso para darnos a conocer al público. Esto tiene un interés especial para aquellas especies de alto nivel nutricional que no son muy demandadas.

• CARACTERÍSTICAS DEL PUNTO DE VENTA

Las instalaciones para la venta de productos pesqueros frescos deben cumplir unos requisitos mínimos que garanticen su frescura, higiene e inocuidad:

- **Colocación del pescado.** El pescado debe colocarse sobreelevado, encima de una mesa, nunca en el suelo. Imprescindible usar hielo abundante para mantener el frío. Conviene que la mesa tenga inclinación y drenaje, para dejar salir el agua procedente del hielo derretido. Si no contamos con una mesa, podemos dejarlo en una caja con hielo, que mantendremos sobreelevada.

- **Suministro de agua potable.** Es necesario contar con suministro de agua potable, para lavar el pescado, higiene personal y limpieza de las instalaciones.

- **Sistemas de enfriamiento.** Deben contar con cámaras de frío donde almacenar los productos hasta su venta, o bien con suministro de hielo que ejerza la misma función.



- **Recipientes y contenedores.** Todas las superficies con las que pudiera entrar en contacto el pescado, los mariscos y sus productos deberán estar hechas de materiales resistentes a la corrosión e impermeables, de color claro, lisos y fáciles de limpiar. Los recipientes donde se almacene el pescado hasta su venta deberán contar con tapa, o estar cubiertos por un paño.

- **Pisos.** Los pisos deberán estar contruidos con materiales que permitan un buen agarre, para evitar los resbalones. Además, deben ser fáciles de drenar y limpiar.

- **Techos.** Los puntos de venta deberán ser lugares cubiertos, de modo que aíslen del sol y de la lluvia a las vendedoras y sus productos.

• **TRAZABILIDAD DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS**

Todo producto que llega al consumidor debe ser seguro para el consumo y garantizar su inocuidad. Es importante que todo producto que se pone en el mercado esté controlado, de forma que existan sistemas de seguimiento que permitan retirarlo de la venta en caso de que se produzca una alerta alimentaria. Es decir, poder seguir el rastro de los productos pesqueros en todo momento: esto es lo que se conoce con el nombre de trazabilidad.

Para implantar un sistema de trazabilidad necesitamos llevar un registro de las capturas, en el que se recoja información sobre el barco, la especie, el volumen de capturas y la fecha de descarga, como mínimo. Cada recipiente de pescado, mariscos y sus productos destinados al consumidor final o a una elaboración ulterior debe estar claramente marcado para poder identificar el productor y el lote. Además, es necesario identificar la ruta que sigue el pescado desde su captura hasta la venta final, de modo que podamos saber en qué punto se encuentra en todo momento.

Para esto, los productos tienen que estar perfectamente identificados a través de todo su recorrido por los distintos eslabones del sistema de distribución, de forma que, de una manera sencilla, podamos saber su procedencia. Uno de los sistemas más utilizados son las etiquetas.

| | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|--|
| ZONA DE CAPTURA: | | PRIMER EXPEDIDOR: | |
| LAGO COCICOLBA - ZONA NORTE | | CENTRO DE ACOPIO PUERTO COLUMBRES | |
| Fecha desembarco: 01/08/2015 | | San Miguel de Entrepinares, nº 14 | |
| Producto | | | |
| NOMBRE COMERCIAL: | | MOJARRA/MOJARRA BLANCA | |
| NOMBRE CIENTÍFICO: | | <i>Amphilophus citrinellus</i> | |
| Peso Neto (kg): | Metodo de producción: | Metodo de presentación: | |
| 10 | Pesca Extractiva | Eviscerado | |
| Sin aditivos: | | | |
| Lote: 20/25 | | Cajas: 1 | |
| Barco: (nombre del barco) | | | |
| Comprador: (nombre del comprador) | | | |

Los documentación de registro de los productos deberá mantenerse archivada durante un período más prolongado que el tiempo de conservación del producto. De este modo, en caso de peligro para la salud se podrán retirar del mercado los productos obtenidos en condiciones similares que, por tanto, tienen posibilidades de presentar un peligro análogo para la salud pública. Los productos recuperados se mantendrán bajo supervisión hasta que sean destruidos, empleados para fines diferentes del consumo humano o bien reelaborados de una manera que garantice su inocuidad.

Sistemas de trazabilidad y control de moluscos en Europa

En Europa, los sistemas de trazabilidad de los productos del mar están totalmente implantados, existe normativa legal que lo exige. En el caso de los moluscos de dos conchas, se trata de una necesidad y un requisito imprescindible para poder consumirlos con total garantía de seguridad alimentaria.

Los moluscos bivalvos se alimentan de algas microscópicas de distintas especies. En función de la temperatura del agua y de la dirección del viento predominante, se van a desarrollar en la columna de agua distintos tipos de microalgas. Algunas de estas microalgas son tóxicas para el ser humano cuando sobrepasan un determinado nivel de concentración en la carne del molusco, relacionado con su concentración en la columna de agua. Sus efectos sobre el ser humano dependen del tipo de biotoxina, pudiendo provocar vómitos, diarreas, parálisis parciales o amnesia.

En Europa existen sistemas de vigilancia y control de presencia de microalgas tóxicas en la columna de agua y en el sedimento, de forma que cuando se sobrepasan unos determinados niveles se prohíbe temporalmente la extracción de estos moluscos. Además, se realizan análisis de biotoxinas sobre los moluscos que se ponen a la venta. Si en cualquier momento las analíticas demostraran que en el mercado hay una partida sospechosa, el sistema de trazabilidad permitiría identificar dónde se ha distribuido, y se procedería a retirarla.

• BUENAS PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

A continuación se exponen tres iniciativas de mejoras en la comercialización de pescados y mariscos, ambas gestionadas a través de organizaciones representativas del sector pesquero artesanal.



• Agrupación de mariscadoras Río Anllóns (Galicia, España)

Esta agrupación, formada por mujeres, se dedica a la extracción de berberecho durante las bajamares, a pie. Está situada en una zona costera periférica, en la que cuentan con un producto de calidad excepcional, pero con dificultades para su comercialización. La venta directa al consumidor final de este producto requiere de un proceso de depuración, para el que se necesita infraestructura. Anteriormente, la agrupación vendía el producto únicamente a intermediarios que

realizaban esta operación; hace unos años pusieron en marcha una pequeña depuradora que les permite compaginar la venta a intermediarios con la venta de su producto de forma directa. Además de la puesta en marcha de la depuradora, llevaron a cabo una serie de acciones para promocionarlo:

- Creación de la marca propia “Berberecho do Anllóns”, bajo la que comercializan su producto.
- Integración en sistemas de venta directa por internet de productos de la pesca artesanal, a través de la plataforma loestamospescando.net: su berberecho llega directamente al cliente, sin pasar por intermediarios.
- Certificación del berberecho con la marca de calidad PescadeRías, de onde senón?, que certifica los productos procedentes de la pesca artesanal y del marisqueo de Galicia.
- Asistencia a ferias y eventos gastronómicos, para presentar su producto.
- Elaboración del video “Berberecho do Anllóns”, en el que muestran tanto su producto como su trabajo diario.

- Organización de jornadas orientadas al sector de la hostelería, con la colaboración de cocineros de prestigio y de una escuela de hostelería que elaboraron distintas recetas.
- Elaboración de un libro recetario protagonizado por sus productos.

Su proyecto “Diversificación de las Actividades de las Mariscadoras del Río Anllóns” recibió el premio de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales, que concede el Ministerio de Medio Ambiente Rural y Marino del Gobierno de España, en el año 2011. Estos premios destacan la participación de la mujer en el desarrollo del medio rural a través de proyectos innovadores realizados por y para ellas, que permitan explorar nuevos yacimientos de empleo y que respondan a las necesidades de las mujeres en el medio rural.

- **Pescadoartesanal.com**

Pescadoartesanal.com es una iniciativa de cuatro lonjas de Galicia, gestionadas por pescadores artesanales de Galicia (España) a través de sus organizaciones representativas, y financiada con fondos públicos a través del Grupo de Acción Costeira Ría de Pontevedra.



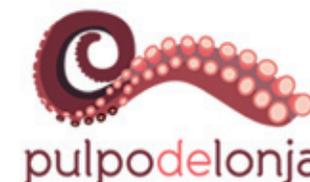
Se trata de una plataforma web para la venta conjunta de productos de la pesca artesanal que se apoya en las notificaciones de capturas de producto que pescadores y mariscadores realizan desde su embarcación a través del teléfono móvil, utilizando la plataforma web. De esta forma, las lonjas y los comercializadores conocen, en tiempo real, toda la información de las descargas de producto que se van a producir en esas cuatro lonjas.

Así, los comercializadores pueden saber, antes de la subasta, el pescado disponible para la venta en cada lonja y comprarlo, si lo desean, sin necesidad de desplazarse allí. Además, la plataforma ofrece a los comercializadores (pescaderías, restaurantes, etc.) la posibilidad de ofertar a su clientela promociones de los productos adquiridos en la plataforma. Los consumidores cuentan con una herramienta para recibir alertas de disponibilidad de producto local a través del correo electrónico. De esta forma, los consumidores interesados en consumir pescado capturado artesanalmente y de forma sostenible serán notificados de forma automática cuando un comercializador disponga del producto.

Más información: www.pescadoartesanal.com

- **Lonja en la red**

La plataforma de comercialización on line Lonja en la Red es una iniciativa de seis comunidades de pescadores artesanales de Galicia (España), que funciona como un sistema de pujas virtual, de forma que los compradores no tienen que desplazarse físicamente a la lonja para adquirirlo.



Con esta iniciativa, los pescadores ponen a la venta su producto con una marca propia, Pulpo de Lonja, que sirve para garantizar el origen y la calidad del pulpo que ofrecen a sus clientes, diferenciándolo de otro producto foráneo que se encuentra en los mercados.

Además, la etiqueta Pulpo de Lonja identifica el producto en el punto de venta y en los establecimientos de hostelería en los que se sirve.

Más información: pulpodelonja.com

UNIDAD DIDÁCTICA 4: Asociativismo en las comunidades pesqueras

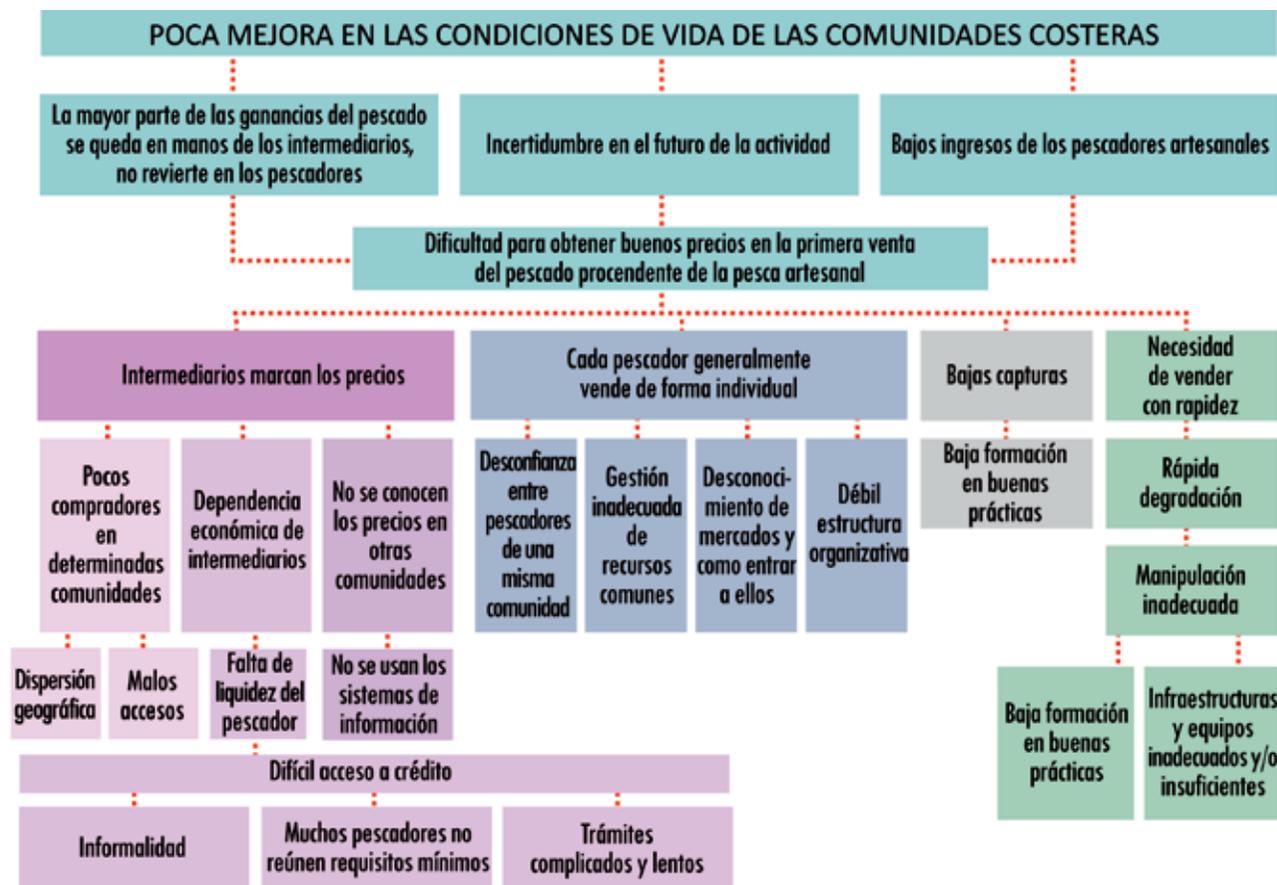
Poner en marcha un proyecto empresarial no es sencillo: requiere múltiples capacidades, esfuerzo, recursos y tiempo que, de forma individual, puede ser complicado reunir. Por esta razón, las personas se organizan para poner en común los recursos humanos, materiales y técnicos necesarios para desarrollar una actividad económica.

Los distintos modelos de empresas conjuntas y asociaciones son una suma de voluntades y recursos que tienen por objeto mejorar la situación económica de sus socios/as o bien proporcionarles un empleo digno mediante la prestación de servicios o venta de productos.

Existe, por lo tanto, un primer paso que tiene que ver con un objetivo común, un fin común que junte personas alrededor de un proyecto. Sin embargo, en la práctica no resulta fácil a la poderosa influencia del personalismo e individualismo: mi idea, mi proyecto, mi dinero, mis ganancias esperadas...

Para la puesta en marcha de un proyecto común deberíamos preguntarnos: ¿existen problemas a los que podemos hacer frente con la puesta en marcha de iniciativas conjuntas? Los diagnósticos de situación de las comunidades pesqueras parecen indicar que así es:





¿En que pueden contribuir, por tanto, el fomento del asociativismo o la puesta en marcha de iniciativas empresariales a esta mejora?

• **¿ASOCIARNOS PARA QUÉ?**

- Información común y formación
- Representatividad y defensa de intereses
- Mejoras organizativas
- Mejoras comerciales
- Intercooperación



El asociativismo, el mero hecho de unirse, permite compartir información (productiva, comercial, organizativa, técnica, financiera) y mejorar la formación de las personas que forman parte del proyecto, simplemente por esta misma vía del intercambio de información.

También mejora la representatividad y defensa de intereses comunes, haciendo visible la problemática y haciendo valer los propios derechos. Impulsa mejoras de tipo organizativo y comercial, y contribuye a fomentar los lazos de intercooperación entre personas y entidades.

| OBJETIVOS DEL ASOCIATIVISMO | EN QUÉ PODEMOS MEJORAR |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • INFORMACIÓN COMÚN <ul style="list-style-type: none"> - Sobre aspectos legislativos - Sobre aspectos comerciales - Sobre aspectos profesionales - Intercambio de experiencias | <p>Por regla general las comercializadoras de pescado no comparten información. Disponen de una información individual e incompleta. Sólo atañe a aspectos inmediatos, del día a día, y por lo general únicamente productivos. Sin embargo, cuestiones relacionadas con la legislación, comercialización y el intercambio de experiencias son elementos de primer orden para la mejora de su actividad profesional.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • REPRESENTATIVIDAD Y DEFENSA DE INTERESES <ul style="list-style-type: none"> - Administración - Otros organismos - Clientes y proveedores - Otros colectivos | <p>El trabajo individual y los problemas no compartidos condenan a la invisibilidad. Muchos pequeños problemas pueden convertirse en un gran problema cuando se suman y se hace oír una sola voz. Ante otros interlocutores como la administración pública, otros organismos y entidades, ante clientes/as, compradores/as, proveedores y otros colectivos se debe hacer oír una sola voz.</p> |

| OBJETIVOS DEL ASOCIATIVISMO | EN QUÉ PODEMOS MEJORAR |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • MEJORAS ORGANIZATIVAS <ul style="list-style-type: none"> - Evitar competencias - Organización de trabajo colectivo - Evitar localismos - Recursos materiales | <p>Todo el mundo es competencia hasta que deja de serlo. Es posible organizar el trabajo colectivo de tal forma que todas las personas se puedan ver beneficiadas. Existen ejemplos exitosos de organización del trabajo colectivo, evitando localismos, personalismos y suspicacias, estableciendo reglas y normas que es preciso cumplir. Esto permitiría también contar con mayores recursos, al ponerlos en común.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • MEJORAS COMERCIALES <ul style="list-style-type: none"> - Precios comunes - Capacidad de negociación - Nuevos clientes-nuevos mercados - Aprovisionamientos comunes | <p>Las mejoras en los procesos organizativos acostumbran a ser el germen de mejoras comerciales, aunque en contadas ocasiones esto puede ser a la inversa. El establecimiento de precios comunes y mínimos, el acceso a crédito, el incremento de la capacidad de negociación con compradores/as e intermediarios/as, la posibilidad de llegar a nueva clientela y mercados o el aprovisionamiento común son algunos de los objetivos.</p> |

- **CLAVES PARA LLEVAR A CABO PROYECTOS COMUNES**

A la hora de poner en marcha un proyecto común es importante tener en cuenta una serie de factores imprescindibles para su buen funcionamiento.

1. Problemas compartidos

Identificar el problema principal es el primer paso para determinar si una fórmula asociativa o empresarial puede contribuir a la mejora de la situación. En los proyectos colectivos es imprescindible que las personas sientan que esos problemas no son de la entidad, sino de las personas que la forman. Son los propios socios y socias los que deben asumir la resolución de sus problemas, para lo cual es preciso en primer lugar ser consciente de ellos.

2. Implicación de las personas

Las personas son las auténticas artífices de los cambios y las protagonistas en la construcción de un futuro mejor. La suma de voluntades es transformadora, multiplicadora y sobre todo, hace posible conseguir objetivos comunes. Si las personas no se implican, la asociación acabará fracasando. Ninguna fórmula puede ser efectiva si no cuenta con el respaldo de la colectividad –principal interesada en llevarla a cabo y de mantener las mejoras en el tiempo-.



3. Enfoque de abajo hacia arriba

Los cambios deben ser generados desde la base, desde las personas, pero también desde lo inmediato, lo cercano, desde las propias capacidades y recursos existentes. Nadie va a venir a resolver nuestros problemas sino que debemos ser nosotros quienes actuemos en primer lugar y es posible que después otras entidades o la propia administración colaboren. Todos conocemos casos de proyectos impulsados desde las administraciones, sin el protagonismo de las comunidades de pescadores, que han sido un fracaso.

4. Iniciativa libre y consciente

Está en manos de las personas llevar adelante sus ideas o no hacerlo. Es un error tratar de implicar en un proyecto común a personas que no creen en él y que se unen por inercia, porque los demás también lo hacen e insisten para que nadie se quede fuera. Las personas asumirán su papel y sus responsabilidades dentro del grupo sólo si participan libremente. En caso contrario, lastrarán el proyecto.

5. Motivación y compromiso

Una vez que las personas han decidido poner en práctica su idea muy importante que los objetivos, la motivación y el compromiso con el proyecto sea lo más coincidente posible, porque si no es así es muy probable que en un futuro próximo surjan problemas y conflictos entre las personas socias. Si las motivaciones son distintas, las expectativas serán distintas y resulta difícil cumplir con todas las expectativas cuando no son coincidentes. Esto puede conducir a la frustración y al desencanto. Si los compromisos no son firmes, la cadena se romperá por el eslabón más débil y esto puede llevar consigo problemas muy graves de tipo organizativo.

Es muy importante, por lo tanto, poner en común todos estos aspectos, tratando de responder a preguntas concretas: qué espero, por qué estoy aquí, dejaría el proyecto si..., mis objetivos económicos son, mis objetivos profesionales son, etc...

6. Asociativismo

La existencia de procesos de asociativismo previo es un factor que facilita en gran medida la puesta en marcha de proyectos más ambiciosos. Cuando las personas han compartido espacios de intercambio y se han relacionado, hemos recorrido ya un amplio camino. Es posible que en ocasiones la experiencia asociativa previa no haya sido exitosa. En ese caso tendremos que analizar las causas y ver cómo puede influir en el nuevo proyecto. De cualquier manera el trabajo desarrollado en la asociación nos va a permitir contar con información de interés: grado de participación e implicación de las personas, existencia de conflictos, existencia de líderes positivos o negativos, nivel de asunción de responsabilidades, existencia de normas, reglamentos, etc.

Muchos objetivos pueden ser trabajados por la vía de la asociación, sin necesidad de crear fórmulas nuevas que necesitan de una maduración y un compromiso mayor de las personas participantes.

7. Ideas viables

La idea es el principio, la semilla del proyecto, pero de nada vale si no se convierte en acción. Una buena idea necesita ser contrastada para comprobar que puede ser también una buena idea empresarial. Es decir, que alguien tiene esa necesidad, que pagará por ese producto o servicio, que no existen muchas otras empresas que nos hagan competencia o si existen que nos diferenciamos lo suficiente o existe mercado suficiente.

Es muy importante también contrastar nuestra capacidad de producción, si somos o no capaces de llevarla a cabo, producir o prestar ese producto o servicio y con qué niveles de calidad. Cuánto dinero nos hará falta para hacer frente a los primeros gastos, qué inversiones necesitaremos y, sobre todo, si el grupo está lo suficientemente cohesionado para asumir el reto de poner en marcha esta idea.

8. Acompañamiento

Los trabajos de acompañamiento, tutoría o monitorización de los proyectos son también un factor clave de éxito o fracaso. La presencia de una persona cualificada y cercana que nos permita resolver dudas, manejar posibles conflictos, guiar y aportar estrategias será clave, sin olvidar que los verdaderos protagonistas del proyecto deben seguir siendo sus promotores. Es importante que este apoyo se mantenga en el tiempo, y no sólo durante el proceso de constitución de la organización.

• EXPERIENCIAS ASOCIATIVAS DE MUJERES EN EL SECTOR PESQUERO

Existen en Nicaragua experiencias exitosas de mujeres del sector pesquero artesanal que se han unido para mejorar su actividad profesional y, en consecuencia, su calidad de vida. Es el caso de la Cooperativa de Mujeres Pescadoras de El Nancital (Acoyapa, Chontales) y de la Cooperativa Lucrecia Lindo de Puerto Morazán (Chinandega).

- **La Cooperativa de Mujeres Pescadoras de El Nancital (Acoyapa, Chontales) está integrada por 32 socias, dirigidas por la Profesora Laura Requenes. La experiencia de estas mujeres es de notable importancia en la zona, pues es un ejemplo de como las mujeres han ido asumiendo funciones o roles antes destinados casi de manera exclusiva a los hombres.**



Al igual que otras organizaciones del sector pesquero, estas mujeres también han enfrentado algunos inconvenientes para la consistencia y consolidación de su organización. Sin embargo, son evidentes algunos logros obtenidos:

- Han accedido a créditos y fondos revolventes mediante grupos solidarios. Gracias a ellos han podido adquirir medios para mejorar su acceso al recurso pesquero y el mejoramiento de sus condiciones sociales.
- Ocasionalmente han asumido la tarea de negociar con acopiadores el producto obtenido en la pesca, de manera que obtienen un mejor precio y una estabilidad de mercado para las socias de la cooperativa.

- Han participado en planes de formación y capacitación desarrollado por diferentes instituciones, lo que ha contribuido a mejorar sus competencias profesionales. La formación recibida está relacionada con asociativismo, comercialización, diversificación de la oferta de productos pesqueros, legislación pesquera...
- Han sido incluidas en intercambios de experiencias a nivel nacional y centroamericano.
- Han sido una importante fuente de consulta al momento de realizar diagnósticos del sector pesquero en la zona.

Más allá de estos logros, la cooperativa ha permitido a las mujeres socias fortalecer su papel a nivel personal, familiar y comunitario, tomando en cuenta la importancia de su función como madre, esposa, trabajadora y, en ocasiones, jefa de hogar. Se ha favorecido su reconocimiento tanto a nivel profesional como a nivel social.

- **La cooperativa de mujeres Lucrecia Lindo se creó en 1987 en Puerto Morazán (Chinandega), a orillas del Estero Real, un brazo angosto del Golfo de Fonseca en el que se cultiva camarón.**

Los inicios de la cooperativa fueron duros, pues no eran aceptadas, pero poco a poco conquistaron terreno y reconocimiento dentro del negocio de las camaroneras, que tradicionalmente ha sido dominado por hombres.

En el 1998, El huracán Mitch destruyó el estanque de la camaronera y se llevó todo el trabajo acumulado de más de una década. Varias de las integrantes (eran más de treinta en aquella época)

se desanimaron y abandonaron. Las mujeres que se quedaron con la cooperativa tuvieron que luchar para sobrevivir:

“En ese tiempo fue más duro. Nos levantábamos a las 5 de la mañana para atender a la familia, a las 6 ya estábamos en la camaronera, a las 11 regresábamos nuevamente a la casa, y así todo el día, todos los días. Libramos el terreno con machetes, muchas veces nos tocaba dormir aquí en camas improvisadas de paja. Ya las cambiamos por camas más formales.”



Las mujeres lograron conseguir un préstamo de un empresario extranjero para reconstruir toda la infraestructura e invertir en larvas para la siembra de camarones. La inversión fue alta en dinero, tiempo y esfuerzo, pero gracias a la buena organización, espíritu emprendedor y administración de las mujeres lograron salir adelante.

Actualmente son 15 socias, encabezadas por Doña Gloria María Valera, que se dedican a siembra, cuidado, cosecha y comercialización de camarones para su venta a nivel internacional.

Algunos logros obtenidos:

- Han creado su propio puesto de trabajo y proporcionan a sus familias unos ingresos estables, contribuyendo a mejorar el nivel de vida de su comunidad.
- Han conseguido un reconocimiento como productoras de camarón en un sector tradicionalmente explotado por los hombres, en el que inicialmente no eran aceptadas.
- Han contratado personal de apoyo, como guardias de seguridad y una bióloga.
- Participan en el programa Empresas Ancla promovido por la Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua (APEN). Serviconsa, una de las principales productoras y exportadoras de camarón de Nicaragua, es la empresa ancla de la cooperativa Lucrecia Lindo, a través de la cual colocan toda su producción en mercados internacionales, consiguiendo precios superiores a los del mercado nacional. Europa, Estados Unidos y México son los principales destinos de sus camarones.
- Participaron en el proyecto USAID, impulsado por el programa Empresas y Empleo, de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, para asistencia técnica a la mejora de la producción camaronera. Tras la capacitación dividieron los estanques en donde cultivan el camarón, lo que les facilita el mantenimiento y los recambios de agua.

- Consiguieron el apoyo de la Cuenta Reto del Milenio (CRM), que las ayudó en la actualización legal de la cooperativa y en la elaboración del Plan Ambiental, indispensables para desarrollar la actividad camaronera, conseguir financiación y realizar gestiones ante organismos. Asimismo, la CRM les facilitó una lancha y un generador eléctrico que utilizan en la cosecha de camarón.
- Obtuvieron préstamos económicos de inversores extranjeros, y apoyo técnico y económico de ICCO&Kerk in Actie para la mejora de su cooperativa.
- Son miembros del Consejo de Mujeres de Occidente, organismo que trabaja a favor del empoderamiento de las mujeres, mejorando la calidad de vida de las familias e incidiendo en el desarrollo de la región de occidente.
- Han conseguido reconocimiento social, tanto a nivel familiar como en su comunidad y fuera de ella. El documental sobre su experiencia fue uno de los reportajes televisivos ganadores en la VII edición del premio a la Excelencia del Periodismo Pedro Joaquín Chamorro Cardenal 2010, logrando el primer lugar en la categoría de Jóvenes y Jefas de Hogar del Premio a la Excelencia.

UNIDAD DIDÁCTICA 5: Gestión de pequeños proyectos empresariales

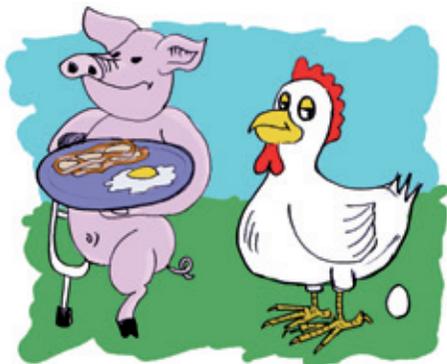
La puesta en marcha de actividades económicas por parte de cualquier persona presenta habitualmente dos alternativas: llevar a cabo esta actividad de forma individual o hacerlo de forma colectiva. Ambas presentan ventajas e inconvenientes y ambas han sido empleadas ampliamente para la puesta en marcha de proyectos empresariales.

Existen ejemplos exitosos y de fracaso tanto en el modelo de emprendimiento individual como en el colectivo. A pesar de la desconfianza inicial por parte de las personas promotoras a compartir las ideas o proyectos empresariales, lo cierto es que las asociaciones, en sus distintas variantes (sociedades anónimas, limitadas, cooperativas, etc.) son las que históricamente han permanecido a lo largo del tiempo desarrollando su función económica.

Las pequeñas empresas constituyen mecanismos de organización de recursos humanos, materiales y técnicos ordenados que persiguen mejorar la situación económica de sus integrantes mediante la prestación conjunta de servicios o venta de productos.

Para que la empresa se constituya y funcione, existen dos condicionantes imprescindibles: motivación y compromiso. Las personas deben estar dispuestas a poner todo de su parte para el éxito del proyecto común. No basta con colaborar, hay que comprometerse:

Para preparar unos huevos con jamón, la gallina colabora y el cerdo se compromete.



En algunas sociedades se producen desequilibrios, cuando unas personas se comprometen y las otras no. Podríamos identificar a las primeras como socios-cerdo y a las segundas como socios-gallina.

Los socios cerdo son aquellas personas socias comprometidas que cumplen con sus obligaciones haciendo más de lo esperado porque, para ellas el proyecto común es una prioridad (evidentemente, sin caer en excesos ni patologías obsesivas).

Los socios-gallina son aquellas personas que colaboran, pero con un nivel de compromiso que calificaría por debajo de lo que debiera ser normal para un proyecto creado por una iniciativa propia, de la que son protagonistas. Actúan como si trabajaran para una empresa ajena, sin dar más que lo justo que se esperaría de una persona contratada. Identificar a una persona socia gallina es fácil, son aquellas que suelen decir cosas como éstas:

- *Además de hacer el trabajo, ¿todavía tengo que ir a un curso de formación?*
- *Yo no quiero formar parte de la junta directiva, todo son problemas, hay que dedicarle tiempo, mejor que lo haga otra persona...*

¿Y tú qué quieres ser? ¿Socio cerdo o socio gallina?

- **LA IDEA DE NEGOCIO. ¿CÓMO DESARROLLARLA?**

Todo proyecto parte de una idea. Sin embargo, no todas las ideas pueden convertirse en proyectos. Es preciso estudiar si es viable llevar esa idea a la práctica o no.

¿Cuál sería, entonces, una idea viable? Una alternativa de actuación sostenible en el tiempo y que cumple las expectativas y objetivos de partida de las personas promotoras.

En el ámbito empresarial, la viabilidad hace referencia a tres aspectos fundamentales:

| | |
|-------------------------|---|
| Producción Mercado | La idea es factible, puede realizarse técnicamente, el producto o servicio cumple los criterios de calidad estipulados. Existe demanda para ese producto o servicio, el precio es el adecuado, Nivel de competencia, etc. |
| Organizativa | Las funciones y responsabilidades están definidas, existe un organigrama y las personas conocen su papel y su función, existen modelos y normas de funcionamiento. Los procesos están claros y los objetivos definidos. |
| Económico Financiera | Existen recursos económicos o financieros suficientes para acometer las inversiones previstas. Los ingresos y gastos de la actividad permiten cumplir las expectativas de mejora. Se generan resultados positivos. |

- **¿ES NUESTRA IDEA VIABLE? EL PLAN DE EMPRESA**

Para averiguar si nuestra idea es viable debemos conocer pormenorizadamente todas las funciones relacionadas con la producción o prestación del servicio que queremos ofrecer. Para eso no basta con saberlo; hay que plasmarlo en un plan de empresa que nos ayude a tener un esquema claro de nuestro proyecto y a detectar lagunas o posibles errores de concepción. Es decir, este documento nos ayudará a tener en cuenta todos los condicionantes necesarios para saber si nuestra idea/proyecto es viable, y a modificarla para conseguir esa viabilidad en los casos en que sea posible.

El plan de empresa es un análisis pormenorizado de todas las variables que afectan a una idea empresarial en tres áreas básicas: producto-mercado, organizativa y económico-financiera.

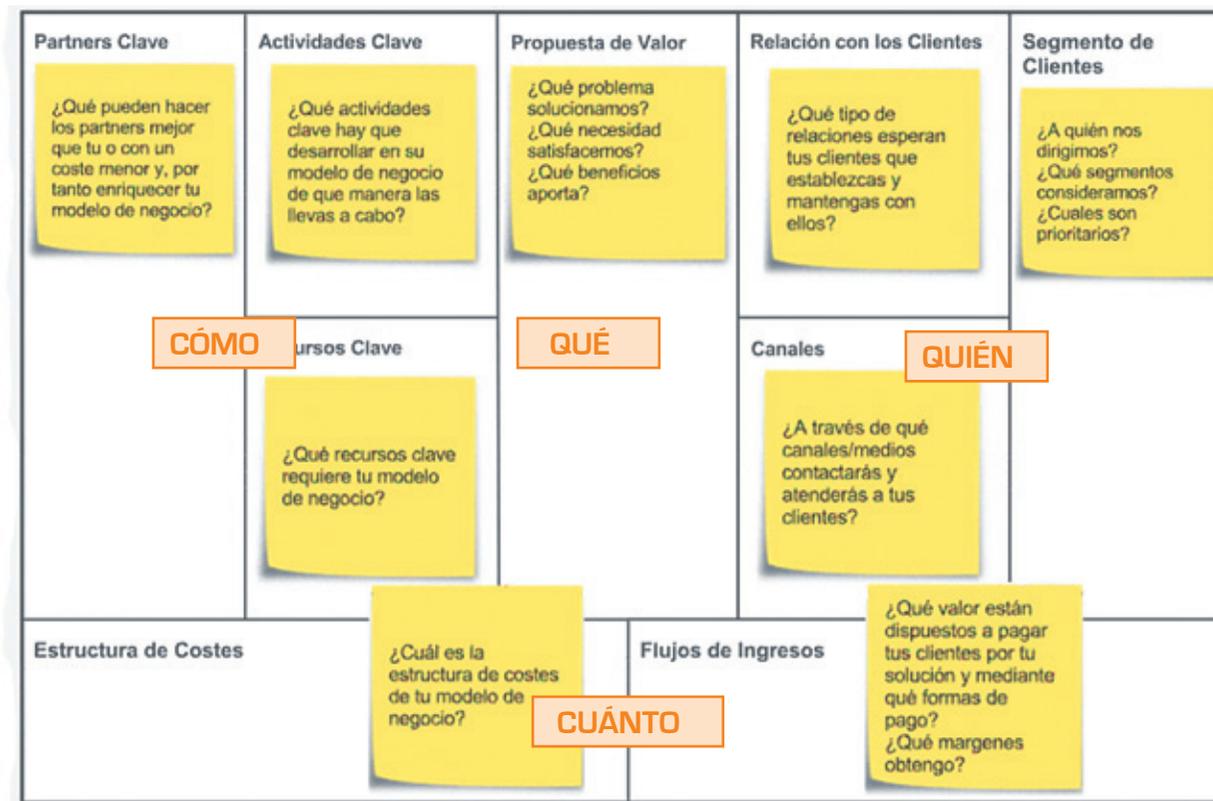
La elaboración conjunta de este documento por parte de las personas socias cumple un doble objetivo: por una parte sirve a las personas promotoras para conocer en detalle aspectos clave para acotar el riesgo y analizar la viabilidad. Por otra, sirve de carta de presentación para la búsqueda de socios/as, solicitud de ayudas y contribución, así como de solicitud de financiación ajena.

El plan de empresa no tiene por qué ser demasiado extenso y en su elaboración deben participar las personas promotoras. También resulta conveniente contar con la ayuda de una entidad o profesional que colabore en la búsqueda de información, elaboración y resuelva las posibles dudas que vayan surgiendo. En internet existe abundante documentación al respecto, basta con teclear en algún buscador: plan de empresa o plan de negocio y aparecerán un buen número de links con recursos gratuitos, incluso simuladores para la puesta en marcha, por ejemplo:

Emprende.coop. Herramienta de la Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado-COCETA: <http://www.emprende.coop/index.php>

- **CONTENIDOS DEL PLAN DE EMPRESA**

Un ejemplo de esquema de plan de empresa puede ser el siguiente, basado en el modelo CANVAS, con adaptaciones:



Ya se ha hecho referencia en apartados anteriores a la idea, la motivación y el compromiso de las personas promotoras, por tanto nos ocuparemos en adelante de analizar el área relativa al qué y quién (**Área de producto/mercado**), cómo (**Área organizativa**) y cuánto (**Plan económico-financiero**). Para facilitar la tarea, plantearemos en cada apartado una serie de cuestiones que conviene tener claras para poner en marcha nuestro proyecto. Siguiendo este modelo, podemos elaborar un plan de empresa con los siguientes epígrafes:

- **Introducción**

- Breve exposición de los objetivos y estructura del plan.
- Iniciativa empresarial: Razones que impulsan a asumir el reto empresarial.
- Motivación del grupo promotor: Motivación y compromiso de los/as socios/as del proyecto.

- **Qué: Propuestas de valor: Definición del producto**

En este apartado se tratará de hacer una definición clara y precisa de la idea o producto/servicio que se va a desarrollar. Describiremos las características, el nivel de calidad y los elementos que lo diferencian del resto de productos/servicios similares que hay en el mercado. También será importante señalar a qué consumidores va dirigido y qué necesidades cubre. En función de la complejidad del producto o servicio que se espera ofrecer se debe detallar en mayor o menor medida.

En resumen, estaríamos respondiendo a las siguientes cuestiones:

1. ¿Cuáles son los productos o servicios de nuestra empresa?
2. ¿Qué necesidades cubre?

- **Quién: Relaciones con clientes/canales/segmentos de clientes**

En este apartado nos centraremos en las siguientes líneas de trabajo:

1. Clientes y consumidores: Análisis cuantitativo y cualitativo, previsión de ventas, etc.
2. Mercado: Localización de la empresa, mercado geográfico, competidores.
3. Detección de oportunidades de negocio.
4. Promoción y publicidad.

Tendremos que analizar el mercado en el que vamos a vender y también conocer en la mayor medida posible a nuestra futura competencia: dimensión -capacidad de producción-; medios humanos -personal trabajador, socios/as o no-; zonas de influencia, estructura, promoción -técnicas de venta, publicidad, relaciones públicas...-, productos que ofertan, precio, prestigio, etc. Comparando todos estos aspectos con los de nuestro proyecto.

1. ¿Dónde se espera vender y ofertar el producto/servicio?
2. ¿Quién lo compraría? ¿Existen clientes que actualmente no compran el producto pero podrían estar interesados?
3. ¿Cuál es el perfil de nuestros potenciales clientes (edad, situación económica)?
4. ¿Dónde están nuestros clientes?
5. ¿Ya existe el mismo producto/servicio en el mercado?
6. En caso afirmativo, ¿Quién es nuestra competencia? ¿Dónde venden? ¿Cuál es su precio?
7. ¿Cuáles son sus puntos fuertes y débiles? Debemos compararlos con los de nuestro proyecto.
8. ¿Existen otros productos/servicios sustitutivos del que queremos ofrecer?

9. ¿Cuánto cuesta producir/elaborar el producto o prestar el servicio? ¿A qué precio podríamos vender el producto/servicio? ¿Sería suficiente para cubrir los gastos y dejar un margen de beneficio? ¿Es competitivo con los precios de mercado?
10. ¿Podemos ofrecer alguna ventaja competitiva sobre los productos existentes (precio, calidad, proximidad, servicios extras)?
11. ¿En qué tipo de mercado podríamos colocar nuestro producto –local, nacional, internacional? ¿Cuáles son los precios en esos mercados? ¿Qué necesitaríamos para poder vender en cada uno de estos mercados?
12. ¿Cuál es el mercado actual para este tipo de productos, y cuál puede ser su evolución en un futuro?
13. ¿Podemos aliarnos con otras empresas o entidades para producir o introducir nuestro producto en el mercado?
14. ¿Cómo se va a atender a nuestra clientela? ¿A través de qué canales o medios nos comunicaremos con la clientela?
15. ¿Con qué medios vamos a dar a conocer nuestros productos? Medios y sistemas de publicidad utilizados para atraer a nuestra clientela.

A continuación se muestra un esquema de análisis de distintos perfiles de clientes:

MODELO DE PERFIL DE CLIENTES DE REDERAS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA ESTRUCTURA COMERCIAL PROPIA
ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE LA CLIENTELA

Perfil de los armadores

| | |
|---|------------|
| 1. Exigencias en relación con los plazos de entrega | VENTAJA |
| 2. Materiales (red completa) | DIFICULTAD |
| 3. Aplazamientos en el pago | DIFICULTAD |
| 4. A veces no quieren factura | DIFICULTAD |
| 5. Requieren la recogida y envío de los aparejos | DIFICULTAD |
| 6. Proximidad | VENTAJA |
| 7. Dirigen el trabajo | NEUTRO |
| 8. Existen vínculos familiares con la competencia | DIFICULTAD |
| 9. Empleo de ilegales | DIFICULTAD |
| 10. Precios | VENTAJA |

Perfil de las tiendas de aperos

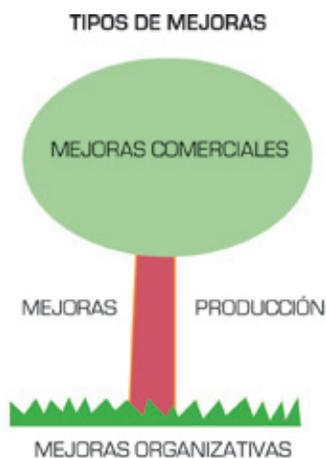
| | |
|---|------------|
| 1. Exigencias en relación con los plazos de entrega | VENTAJA |
| 2. ¿Necesitan que se les organice la recogida y envío de los aparejos? | DIFICULTAD |
| 3. Proximidad (no siempre, existen tiendas de aperos en otras provincias) | VENTAJA |
| 4. Precio | DIFICULTAD |
| 5. Recogida y relaciones de confianza con intermediarios | DIFICULTAD |
| 6. A veces no quieren factura | DIFICULTAD |
| 7. Emplean ilegales | DIFICULTAD |

▪ **Cómo: Asociaciones clave**

En este apartado describiremos las alianzas que vamos a establecer para llevar a cabo nuestro proyecto, tanto a nivel interno como externo. Por tanto, nos plantearemos cuál debe ser nuestro modelo organizativo, quién va a realizar las distintas funciones, cuáles serán las distintas responsabilidades que asumirán las personas promotoras. Además, valoraremos distintas posibilidades de intercooperación con otras organizaciones o entidades. Trataremos, pues, los aspectos organizativos de la empresa.



Si todas las áreas del plan de empresa son importantes, puede que ésta sea la más relevante en el desarrollo de cualquier iniciativa, ya que las mejoras organizativas están en la base de cualquier otra mejora, tanto productivas como comerciales. Si a esto sumamos el hecho de que las causas del fracaso de los proyectos están mayoritariamente en los aspectos organizativos, tendremos que prestar especial atención a la estructura de la empresa.



En el caso de los proyectos participativos, donde las personas juegan un papel central, esto es todavía más importante. Existen distintas fórmulas o modelos que se pueden emplear para dar cobertura jurídica a estas iniciativas empresariales:

| | |
|---------------------|--|
| Asociación | Entidad constituida por un conjunto de personas (socios/as) que se unen para lograr un fin común, lícito y determinado. Generalmente tienen por objeto defender intereses comunes de tipo representativo, aunque también pueden desarrollar actividades económicas. |
| Empresa Capitalista | Aquella empresa en la que es más importante la aportación de capital que la participación de los/as socios/as en la actividad económica. La toma de decisiones y el reparto de beneficio se hace en función del capital aportado. Los modelos principales de esta fórmula son las sociedades anónimas y limitadas. |
| Empresa Cooperativa | Aquella empresa en la que es más importante la participación de los/as socios/as en la actividad que las aportaciones de capital realizadas. Se basan en los principios de democracia y autogestión. |

El grupo promotor deberá escoger un tipo de sociedad, en función de la filosofía del proyecto que quieran poner en marcha. Cualquiera que sea el modelo escogido, tendrá una serie de elementos comunes necesarios para que el sistema funcione con un buen engranaje.

Organizarse consiste en poner en orden los recursos humanos, técnicos y económicos que la empresa necesita para funcionar. Para conseguirlo, debemos ser capaces de dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la misión de la empresa?
2. ¿Qué objetivos establecemos?
3. ¿Qué estrategias vamos a desarrollar para alcanzar esos objetivos?
4. ¿Cuál va a ser la función de cada persona en la empresa?
5. ¿Necesita algún tipo de formación o apoyo para realizarla?
6. ¿Tenemos todas las funciones a realizar asignadas a alguna persona?
7. ¿En qué horario va a trabajar cada persona?
8. ¿Ante quién debe responder cada integrante de la empresa?
9. ¿Cómo va a ser el sistema de participación en la toma de decisiones?
10. ¿Cómo vamos a compartir la información sobre la empresa?
11. ¿Quién va a liderar el proyecto?
12. ¿Cuáles son las reglas de funcionamiento por las que nos regiremos?
13. ¿Qué comportamientos consideramos inaceptables en la empresa?
14. ¿Cómo los vamos a corregir/sancionar?
15. ¿Cómo vamos a retribuir el trabajo de cada persona?
16. ¿Cómo vamos a distribuir los beneficios?
17. ¿Podemos colaborar con otras organizaciones?

Incluiremos un organigrama, en el que se representará gráficamente la estructura y puestos de trabajo necesarios. También conviene elaborar un reglamento interno con las funciones y responsabilidades, áreas de decisión, reglas de funcionamiento, etc.

A continuación se presentan unos breves ejemplos prácticos del desarrollo de alguno de los apartados relacionados con los aspectos organizativos de la empresa.

| MISIÓN: Editar una revista sobre gastronomía y nutrición | | | |
|--|--|---|--|
| PUESTOS | | | |
| Administrativa – Comercial (1 trabajadora) | | Diseñadores/redactores (2 trabajadores) | |
| Funciones | Gestión administrativa y comercial. Derivadas del área de captación de clientes y dirección empresarial. | Funciones | Redacción de noticias. Edición de la revista. |
| Responsabilidades | Calidad del servicio de atención. Correcta gestión administrativa. Captación de clientes (anuncios en la revista) Búsqueda de colaboradores. Sobre decisiones empresariales en asamblea general. | Responsabilidades | Búsqueda de noticias. Calidad de fotografía y noticias. Diseño y maquetación de la publicación. Fechas de entrega de cada revista. Sobre decisiones empresariales en asamblea general. |
| Coordinación con | Todo el equipo | Coordinación con | Todo el equipo |
| Medios materiales | Despacho. Equipo informático. Teléfono móvil y fijo. Conexión Internet. Material de oficina. | Medios materiales | Cámara de vídeo y soportes. Cámara fotográfica. Vehículo para desplazamiento. Despacho. Equipo informático. Conexión a internet. Teléfono móvil. |
| Horario | Oficina: 10 a 13. Servicio Atención: horario flexible a determinar según demanda. | Horario | Atención: horario flexible a determinar según demanda. |

Ejemplo:

ASIGNACIÓN UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDADES EN PUBLICIDAD

| | |
|--|--|
| Objetivos: | Alcanzar 10 nuevos anunciantes en la revista, en 3 meses. |
| Tareas individuales: | Busca de alternativas y modelos publicitarios. Ideas para imagen propia y campaña. Coordinación con administración para gastos de la campaña. |
| Tareas para las que cuenta con equipo: | Elección de medio publicitario. Tormenta de ideas sobre imagen propia y sobre la campaña. Colaboración en la difusión de folletos publicitarios... |
| Seguimiento: | Comprobación del número de nuevos anunciantes. Presentación de resultados a las personas socias. |

• ACTIVIDADES CLAVE

Describiremos las principales fases de la producción o prestación del servicio, indicando cómo se va a controlar la calidad. Las preguntas que nos debemos plantear son:

1. ¿Qué procesos tenemos que hacer para producirlo?
2. ¿Tenemos capacidad para elaborar el producto/prestar el servicio? ¿Sabemos hacerlo? ¿Necesitaríamos formarnos para mejorar?
3. ¿Cómo se va a controlar la calidad en todos los procesos, incluida la venta?

• RECURSOS CLAVE

En este apartado debemos responder a la siguiente cuestión: ¿Qué recursos humanos, técnicos y económicos son necesarios para llevar a cabo nuestro proyecto?
Para esto necesitamos:

1. Dimensionar la plantilla de personal necesaria para llevar a cabo las distintas tareas.
2. Conocer las inversiones necesarias: instalaciones, maquinaria, etc.
3. Identificar las materias primas e insumos necesarios, y su coste.

Conviene identificar el coste de los recursos materiales en una tabla:

NEGOCIO DE ELABORACIÓN DE EMBUTIDOS DE PESCADO

Sirven el producto a domicilio a particulares y restaurantes.

| | Concepto | coste mensual | coste anual |
|--------------------------|---|---------------|-------------|
| Inversiones y alquileres | Alquiler de la instalación | | |
| | Adaptación de la instalación (reformas) | | |
| | Refrigerador/congelador | | |
| | Molinillo | | |
| | Máquina de envasado al vacío | | |
| | Mesas de trabajo | | |
| | Carretillos | | |
| | Vehículo | | |
| | Materiales de manipulación | | |
| | Termos | | |
| | Tinas | | |
| | Cajas | | |
| | Uniformes | | |
| | Pescado, yuca, otros ingredientes | | |

| | Concepto | coste mensual | coste anual |
|-----------------------------|--|---------------|-------------|
| Materias primas/ insumos | Hielo | | |
| | Agua | | |
| | Productos de limpieza: detergentes, desinfectantes | | |
| | Productos de higiene: papel, jabón, toallas | | |
| | Guantes desechables | | |
| | Bolsas de envasado | | |
| | Gastos corrientes | Electricidad | |
| Teléfono | | | |
| Distribución | Transporte | | |
| Publicidad | Folletos promocionales | | |
| Administración | Computador | | |
| | Conexión a internet | | |
| | Impresora | | |

▪ Cuánto

Este apartado está directamente relacionado con el anterior y en él intentaremos calcular la estructura de costes de nuestro proyecto y hacer una previsión de gastos e ingresos. Para ello elaboraremos un plan económico-financiero.

• Estructura de costes

| Costes fijos: los tiene la empresa independientemente de que produzca o no | Costes variables: varían en función de si la empresa produce más o menos |
|--|--|
| - Salarios - Costes sociales - Alquileres | - Materias primas - Insumos: hielo, agua - Gastos de distribución: combustible |

Para determinar cuánto nos cuesta producir nuestro producto o servicio tenemos que conocer los costes fijos y variables de nuestro trabajo:

• Cálculo del precio de venta

1. A partir de la valoración de los costes fijos y variables, ¿a qué precio podemos vender nuestro producto?
2. ¿Es caro o económico si lo comparamos con la competencia?
3. ¿Qué cantidad mínima tengo que vender para cubrir todos los gastos?

• Flujos de ingresos

Los trabajos llevados a cabo en los anteriores apartados tienen por objeto sentar las bases para indicar de manera razonada, y a ser posible contrastada, las cifras de ventas de los productos o servicios de la futura empresa, bien sea en importe -unidades monetarias-, o bien en unidades físicas -cantidad de producto- o en los dos conceptos.

Debemos definir también los medios de los que dispondremos para conseguir esa capacidad de producción, demostrando que con éstos se puede conseguir alcanzar las previsiones apuntadas. Asimismo, se deben especificar los circuitos de distribución -cómo se va a hacer llegar los productos a la clientela.

1. ¿Cuánto se espera vender anualmente?
2. ¿Cuánto podemos producir anualmente?
3. ¿Qué sistemas de distribución se van a utilizar?
4. ¿Podemos tener mercancía almacenada o no? En caso afirmativo, ¿qué cantidad? ¿Durante cuánto tiempo? ¿Qué medios necesitamos para eso?
5. ¿Cuál es nuestro precio de coste por producto o servicio?
6. ¿Cuál es el precio de venta?
7. ¿Qué margen de beneficio me queda?
8. ¿Cuánto tiempo va a tardar nuestra clientela en pagarnos?
9. ¿Cuánto tiempo van a esperar nuestros proveedores por nuestros pagos?

Para llevar a cabo su actividad, la empresa necesita disponer de recursos financieros. Estos recursos pueden clasificarse, atendiendo a su origen, como financiación interna o como financiación externa.

Además, habida cuenta la propiedad de los recursos, estos se dividen en recursos propios y recursos ajenos.

1. El capital o capital social constituye los fondos propios de la empresa aportados por las personas socias. En el caso de las asociaciones no resulta habitual que existan aportaciones al capital social, ya que no se trata de una sociedad. En el caso de las cooperativas u otras sociedades, suelen existir limitaciones a la aportación de capital por terceras personas no socias.
2. Las reservas constituyen los fondos propios de la empresa derivados de los beneficios que se han obtenido y no se han repartido entre las personas socias.
3. Los recursos ajenos lo constituyen los préstamos, ayudas, u otras formas de financiación como la que nos proporcionan los proveedores o suministradores cuando nos aplazan los pagos.



- **HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE FONDOS Y RECURSOS FINANCIEROS**

Una adecuada gestión de los fondos económicos contribuirá al éxito del proyecto y a que la entidad se pueda ver beneficiada en el futuro de nuevas líneas de ayudas o préstamos.

Existen diversas herramientas para una correcta gestión de los fondos, desde las más sofisticadas a las más sencillas. El volumen de actividad del proyecto determinará las necesidades, teniendo en cuenta que las fórmulas empresariales están obligadas habitualmente a llevar una contabilidad oficial ajustada a las normas internacionales contables.

El primer punto a tener en cuenta es que la contabilidad es documental, es decir precisa de documentos que avalen las anotaciones contables: facturas, recibos, cheques, transferencias. La entrega y recepción de mercancías, y las entradas y salidas de efectivo requieren de documentos para su correcta anotación.

No vamos a entrar aquí en cuestiones de gestión contable que exceden las capacidades de este manual, pero si es necesario aportar algunas herramientas de operativa diaria que pueden resultar de interés.

Inversiones:

Conjunto de recursos técnicos y materiales que se necesitan para poner en funcionamiento la empresa.

Lo que la empresa necesita para su funcionamiento: inversiones

| PLAN DE INVERSIONES / AÑO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| MATERIAL | | | | | |
| 1. Terrenos y bienes naturales | | | | | |
| 2. Construcciones e instalaciones | | | | | |
| 3. Maquinaria y herramientas | | | | | |
| 4. Elementos de transporte | | | | | |
| 5. Equipamiento para procesos de información | | | | | |
| 6. Mobiliario | | | | | |
| INMATERIAL | | | | | |
| 7. Aplicaciones informáticas | | | | | |
| GASTOS DE ESTABLECIMIENTO | | | | | |
| 8. Gastos constitución | | | | | |
| 9. Gastos de primer establecimiento | | | | | |
| ACTIVO CIRCULANTE | | | | | |
| 10. Existencias-Mercancías | | | | | |
| 11. Tesorería-Efectivo | | | | | |
| 12. Inversiones financieras temporales | | | | | |
| TOTAL INVERSIONES | | | | | |

Financiación:

La financiación recoge las fuentes de las que se va a obtener el dinero para afrontar las inversiones anteriores. Por esto el total de inversiones necesarias debe coincidir con el total de financiación precisa.

Lo que la empresa necesita para financiar sus inversiones: plan de financiación

| CUENTAS PLAN DE FINANCIACIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Recursos propios (socios/as, socios/as colaboradores/as) | | | | | |
| Créditos o préstamos | | | | | |
| Ayudas - donaciones | | | | | |
| Capitalización | | | | | |
| Otros | | | | | |
| TOTAL FINANCIACIÓN | | | | | |

La cuenta de resultados muestra la diferencia entre los ingresos previstos y la suma de los gastos esperados. Mediante este resultado provisional se determina si la actividad es rentable o si por el contrario presenta pérdidas. Es normal que en los primeros años de actividad la empresa pueda sufrir pérdidas, siempre que éstas no sean de tal calibre que no permitan continuar la actividad.

Los resultados esperados: cuenta de resultados / balance de pérdidas y ganancias

| PARTIDAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ventas | | | | | |
| Variación de existencias (existencias finales) | | | | | |
| Subvenciones a explotación | | | | | |
| Otros ingresos | | | | | |
| TOTAL INGRESOS DE EXPLOTACIÓN (1) | | | | | |
| Compras de materiales | | | | | |
| Variación de existencias (existencias iniciales) | | | | | |
| Trabajos y servicios externos | | | | | |
| Tributos - impuestos | | | | | |
| Gastos de personal | | | | | |
| Otros gastos de explotación | | | | | |
| Dotaciones a las amortizaciones | | | | | |
| TOTAL GASTOS DE EXPLOTACIÓN (2) | | | | | |
| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (3) = (1) - (2) | | | | | |

| PARTIDAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ingresos financieros (4) | | | | | |
| Gastos financieros (5) | | | | | |
| RESULTADO FINANCIERO (6) = (4) - (5) | | | | | |
| RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (7) = (3) + (6) | | | | | |
| Ingresos extraordinarios (8) | | | | | |
| Gastos extraordinarios (9) | | | | | |
| RESULTADOS EXTRAORDINARIOS (10) = (8) - (9) | | | | | |
| Impuesto sobre beneficios (11) | | | | | |
| RESULTADO NETO = (7) + (10) - (11) | | | | | |

Plan de tesorería

El plan de tesorería (Cash-flow o flujos de caja) muestra la situación de cobros y pagos de la empresa. Es el estado financiero que mejor refleja la situación de la empresa, ya que no se pueden sostener saldos negativos y para ello hay que hacer una previsión de pagos y cobros para evitar situaciones de falta de liquidez.

| PLAN DE TESORERÍA – LIQUIDEZ O CASH-FLOW | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| Meses | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| COBROS (1) | | | | | | | | | | | | |
| Cobros clientes | | | | | | | | | | | | |
| Ayudas | | | | | | | | | | | | |
| Préstamos | | | | | | | | | | | | |
| Otros | | | | | | | | | | | | |
| PAGOS (2) | | | | | | | | | | | | |
| Proveedores | | | | | | | | | | | | |
| Gastos personal | | | | | | | | | | | | |
| Seguridad social | | | | | | | | | | | | |
| Energía | | | | | | | | | | | | |

| PLAN DE TESORERÍA – LIQUIDEZ O CASH-FLOW | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| Meses | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Publicidad | | | | | | | | | | | | |
| Alquileres-arrendamientos | | | | | | | | | | | | |
| Suministros | | | | | | | | | | | | |
| Impuestos | | | | | | | | | | | | |
| Pagos diversos | | | | | | | | | | | | |
| Inversiones | | | | | | | | | | | | |
| Intereses | | | | | | | | | | | | |
| Devolución de préstamos | | | | | | | | | | | | |
| 3. DIFERENCIA (1-2) | | | | | | | | | | | | |
| Saldo Anterior | | | | | | | | | | | | |
| NECESIDADES | | | | | | | | | | | | |

- **PERFIL DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN LLEVAR A CABO LA GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA**

La gestión responsable de los recursos financieros requiere ciertas actitudes y aptitudes por parte de las personas elegidas para esta función, así como formación específica, preferentemente en gestión o contabilidad.

No es tan importante la formación que se tiene como la que se quiere tener y cuando una persona es elegida para desempeñar un cargo o función debe asumir la responsabilidad de llevarla a cabo lo mejor posible.

Algunas de las características que se piden a las personas que van a asumir cargos o a gestionar fondos en las empresas tienen que ver con su integridad, responsabilidad y fiabilidad y deben generar confianza en las personas que les han elegido:



PERFIL PRESIDENTE/A

- Capacidad de organización
- Visión estratégica
- Don de gentes
- Capacidad de trabajo
- Responsabilidad
- Identificación con el proyecto
- Capacidad de representación
- Capacidad de resolución de conflictos
- Honestidad/Franqueza

PERFIL SECRETARIO/A

- Organización y meticulosidad
- Capacidad de síntesis y resumen
- Función moderador/a de grupos
- Conocimientos de legislación
- Dirección de reuniones
- Habilidad comunicativa activa
- Disposición de trabajo en equipo

PERFIL TESORERO/A INTERVENTOR/A. DE CUENTAS

- Independencia de criterios
- Honestidad / Buena voluntad
- Conocimientos de contabilidad
- Capacidad de generar confianza y seguridad
- Responsabilidad

PERFIL GERENTE/A-COORDINADOR/A

- Capacidad de gestión empresarial
- Capacidad de organizar y coordinar
- Capacidad de trabajo
- Capacidad de información
- Capacidad de motivación
- Capacidad de resolución de conflictos
- Honestidad/Franqueza

UNIDAD DIDÁCTICA 6: Igualdad de oportunidades en el sector pesquero

- **ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO**

Habitualmente, en la pesca artesanal, hombres y mujeres realizan tareas diferentes, que les son asignadas al llegar a la edad de trabajar: cada persona desarrollará unas funciones que no necesariamente están relacionadas con sus capacidades, sino con su género, masculino o femenino.

Algunas personas piensan que los hombres tienen más predisposición que las mujeres hacia una serie de oficios y tareas, y que en el caso de las mujeres ocurre lo mismo. Sin embargo, no debemos olvidar que nuestra sociedad (en la familia, en la escuela, en el trabajo) nos muestra una serie de modelos a seguir en los que el reparto de funciones está muy determinado por el género: de los hombres se esperan unas funciones y actitudes, y de las mujeres, otros bien diferentes.

Así, de los hombres cabe esperar que sean fuertes y valerosos, y de las mujeres, débiles, dulces y cariñosas: cada uno tiene un papel en la familia y en la sociedad, relacionado con el tipo de valores asignado a su género. De esta manera, la creencia generalizada es que el hombre debe proveer a la familia de alimentos y otros bienes materiales, y defenderla ante los peligros, mientras que la mujer se ocupará de las funciones de cuidado y educación: cuidado de la casa y los animales, de los hijos, de los ancianos, y de todas las funciones que eso conlleva: conseguir agua, comprar los alimentos, cocinar, limpiar, planchar, etc.

Estos valores se transmiten de generación en generación, de tal manera que las niñas se miran en el espejo de sus madres, y crecerán viendo lo que se espera de ellas reflejado en la actitud y tareas maternas. Corresponde a la madre enseñar a sus hijas las funciones “propias de su género”, es decir, “las cosas de mujeres”. Igualmente, el padre transmitirá a los hijos varones qué es lo que se espera de ellos, tanto en el plano personal y familiar como en el profesional.



Todo esto también ocurre en el ámbito profesional y, cómo no, en la pesca artesanal. Las tareas que desempeñan hombres y mujeres, por lo general, están divididas en función del género:

| Tareas que suelen realizar mayoritariamente los hombres | Tareas que suelen realizar mayoritariamente las mujeres | Tareas que suelen realizar hombres y/o mujeres |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Captura y desembarque del pescado - Reparación de redes y aparejos - Reparación de motores - Comercialización directa en los acopios - Gestión financiera - Compra de equipos | <ul style="list-style-type: none"> - Comercialización - Procesado y transformación | <ul style="list-style-type: none"> - Compra de insumos (hielo, carnada, combustible, etc.) - Preparación de la lancha antes de salir a pescar - Clasificación del pescado - Eviscerado, limpieza y procesado - Gestión de ingresos y gastos de su actividad |

Por tanto, de los hombres se espera que estén a bordo de la embarcación, realizando las capturas, pero no en un mercado vendiendo vigorón ni en una sala de transformación fileteando el pescado. En cambio, de las mujeres se espera que desempeñen justo el rol contrario.

No obstante, en algunas comunidades las mujeres trabajan a bordo, en la captura y desembarco. Realizan esta función junto con su familia o en embarcaciones con otras mujeres. Esto es más frecuente en la costa atlántica, pero también se dan casos en la costa del Pacífico y en el lago Cocibolca. Todas estas mujeres han tenido que luchar contra una serie de prejuicios e ideas preconcebidas sobre las

tareas “que deben desempeñar las mujeres”, enfrentándose a compañeros e incluso a sus propias familias, que les ponen todo tipo de trabas y les niegan su apoyo para ejercer la pesca por el único hecho de ser mujeres.

Pensemos también que estas ideas preconcebidas sobre los roles femeninos y masculinos no perjudican únicamente a las mujeres: tampoco está bien visto que los hombres trabajen en profesiones feminizadas.



En algunos casos, la presencia de la mujer a bordo, o realizando tareas en la pesca que habitualmente están reservadas a los hombres se debe a una necesidad: familias que sólo tienen hijas y, por tanto, no se puede transmitir el oficio al varón; mujeres que han sido abandonadas por su marido o se han quedado viudas.

También puede ocurrir que la mujer abandone estas funciones al cambiar su situación personal, normalmente por dos causas:

- Los hijos crecen y se hacen cargo de las tareas a bordo.
- Las mujeres inician una nueva relación de pareja en la que los papeles se vuelven a redistribuir, abandonando la mujer las tareas consideradas “masculinas”.

Sin embargo, la existencia de experiencias exitosas con mujeres al frente del negocio pesquero demuestra que el desarrollo de estas funciones nada tiene que ver con ser hombre o mujer, sino con los roles tradicionalmente desempeñados por uno y otro género.

No hay trabajos de hombres y trabajos de mujeres.



- **FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES PARA LAS MUJERES EN EL SECTOR PESQUERO**

A pesar de las dificultades ya mencionadas que puedan tener las mujeres a la hora de poner en marcha un negocio en el sector pesquero, también tienen a su favor una serie de ventajas y oportunidades: ofrecen una buena imagen de seriedad, responsabilidad y compromiso ante terceros. Las empresas y los bancos confían en la palabra de las mujeres a la hora del cumplimiento de los compromisos adquiridos, tanto para suministrar productos como para devolver préstamos.

Se trata de una confianza basada en varios factores:

- Alta capacidad organizativa. La mayoría de las mujeres nicaragüenses, independientemente de que realicen o no una actividad profesional remunerada, tienen una alta capacidad organizativa, dado que prácticamente en la totalidad de los hogares son las responsables de la organización familiar. Por tanto, tienen interiorizados conocimientos relacionados con la organización del tiempo (las comidas tienen que estar listas a su hora), la gestión de compras, administración financiera y alta capacidad de ahorro (hay que estirar el dinero para cubrir todas las necesidades familiares), técnicas de negociación (deben lidiar con toda la familia), entre otras. Estos conocimientos son muy útiles a la hora de trasladarlos a la actividad profesional y, como tales, deben ser valorados.

- **Responsabilidad hacia la familia.** Las mujeres tienen un alto grado de responsabilidad como jefas de hogar; en ocasiones son las únicas que proveen de ingresos a la familia y su grado de compromiso con los hijos es muy alto. Por tanto, harán todo lo posible por garantizar los ingresos familiares, cumpliendo los compromisos adquiridos.

-

- **Casos de éxito de mujeres cumplidoras.** Existen precedentes en todo el mundo del buen resultado de facilitar pequeñas inversiones, a través de microcréditos, a grupos de mujeres. Este buen resultado se traduce tanto en las mejoras conseguidas por las mujeres como en la devolución de los préstamos, que genera confianza y buena imagen tanto a nivel individual como colectivo.

En una entrevista a la Revista Envío, Patricia Padilla, Secretaria Ejecutiva de la Asociación Nicaragüense de Instituciones de Microfinanzas (ASOMIF) y directora de ADIM, que facilita microcréditos a mujeres, afirma:

- Las mujeres son mejores pagadoras que los hombres.
- Está demostrado que la gente más pobre es la mejor pagadora.

En las microfinanzas la fianza moral es la reina de las garantías. Es algo que ya está estudiado y probado: lo principal es la voluntad de pago que tienen las personas, cómo administran el dinero y cómo se organizan para pagar. Más importante que la prenda que dan en garantía es la cultura de pago de las personas. Quien ha obtenido un crédito en el pasado y lo ha devuelto, tiene muchas más posibilidades de volver a recibir financiación.

A 31 de diciembre de 2014, la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas había financiado en Nicaragua 171.828 proyectos promovidos por mujeres.

Por todas estas razones podemos afirmar que las mujeres con pocos recursos, pero con ideas solventes y bien organizadas, pueden acceder a créditos con mayor facilidad que los hombres en la misma situación.

- **APOYOS PARA EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES**

La Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas agrupa en Nicaragua a 22 organizaciones, algunas de ellas especializadas en apoyo y microcréditos para mujeres. Además, los proyectos promovidos por mujeres pueden tener cabida en otras líneas de financiación que no van dirigidos exclusivamente a ellas.

A continuación se describen dos ejemplos de entidades que pueden apoyar proyectos promovidos por mujeres en el sector de la pesca artesanal y comercialización de productos pesqueros:

- **Banco Produzcamos**

El Banco Produzcamos tiene un Programa de Pesca Artesanal orientado al financiamiento de las actividades desarrolladas en este sector, especialmente dirigido a micro, pequeños y medianos productores.

Otorga financiamiento directo de mediano y largo plazo a personas naturales o jurídicas, cooperativas de producción, diversas formas asociativas y otros grupos productivos, para desarrollar las actividades orientadas al desarrollo de la producción pesquera. Permite optar a financiamientos para capital de trabajo, acopio y comercialización, compra de embarcaciones, construcción, mejoramiento de infraestructura y la adquisición de maquinarias y equipos, todos destinados a mejorar el sector pesquero, en armonía con el medio ambiente, en función de las exigencias de mercado y amortiguando el impacto del cambio climático.

| Banco de Fomento a la Producción | | | | | |
|----------------------------------|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Condiciones crediticias | | | | | |
| | | Tasas de Interés | | | |
| N/O | Programas de Créditos | Córdobas | | Dólares | |
| | | Plazo | | Plazo | |
| | | Corto Plazo hasta 18 meses | Largo Plazo mayores a 18 meses | Corto Plazo hasta 18 meses | Largo Plazo mayores a 18 meses |
| 1 | Capital de Trabajo (acopio, procesamiento y comercialización) | 11.00% | 11.00% | 10.50% | 10.50% |
| 2 | Embarcaciones (nuevas y usadas) | 11.00% | 11.00% | 10.50% | 10.50% |
| 3 | Infraestructura | 11.00% | 11.00% | 10.50% | 10.50% |
| 4 | Maquinaria y equipos | 11.00% | 11.00% | 10.50% | 10.50% |

Contacto: <http://www.bfp.com.ni/>

▪ **Programas de apoyo y microcréditos de la Asociación para el desarrollo Integral de la Mujer**

La Asociación para el Desarrollo Integral de la Mujer (APADEIM) es una organización social sin fines de lucro, que tiene como misión promover el desarrollo integral de las mujeres a través de procesos educativos y organizativos que contribuyan al empoderamiento, incidencia y defensa de sus derechos para la mejora de su calidad de vida desde la perspectiva de género y enfoque ambiental.

Su ámbito de acción se centra en la región de Chinandega.

Contacto: <https://apadeim.wordpress.com/>

• **BUENAS PRÁCTICAS DE ACTIVIDADES LIDERADAS POR MUJERES EN EL SECTOR PESQUERO**

El marisqueo a pie para la recolección de moluscos bivalvos es una actividad que tradicionalmente han llevado a cabo las mujeres en la región noroeste de España. Hasta los años noventa, apenas existía regulación, y la actividad estaba escasamente profesionalizada: ni siquiera se consideraba una verdadera profesión, de modo que no se podía cotizar a la Seguridad Social y las mariscadoras carecían de derechos laborales. Existía una división de roles en la recolección de mariscos, de tal manera que los hombres trabajaban desde embarcaciones y las mujeres a pie, durante la bajamar. La actividad se realizaba de octubre a marzo, sin ningún límite de capturas, ni tallas mínimas; los precios se negociaban individualmente y el mercado estaba en manos de los intermediarios.

En los años noventa se produjo un punto de inflexión, al impulsarse desde la Administración la normativa que hizo posible la profesionalización del sector, limitándose el acceso a los recursos, exigiendo períodos de dedicación anuales y estableciéndose incompatibilidades con otras profesiones. Además, se impulsó el semicultivo de moluscos, lo que requirió la organización de las

mariscadoras para llevar a cabo trabajos comunes. Esto, junto con las necesidades de mejora en la comercialización, hizo que se constituyesen agrupaciones locales de mariscadoras con el objetivo de mejorar la gestión, producción y comercialización de sus capturas. En todo este proceso, la formación y el intercambio de información fueron instrumentos clave: las mariscadoras asistieron a cursos de profesionalización, y a encuentros sectoriales promovidos por la administración, donde se ponían de manifiesto los problemas y necesidades comunes, y se establecían objetivos conjuntos.

Por su parte, el colectivo de rederas inició su proceso de organización a finales del año 2002. Tradicionalmente, las rederas han ejercido su trabajo montando y reparando redes de pesca artesanal, de forma autónoma. Su principal problema era la competencia desleal de personas jubiladas o no profesionales, que realizaban la misma actividad a un menor precio, sin estar dadas de alta en la Seguridad Social, y sin declarar ingresos, de forma ilegal. Además, tenían problemas de relevo generacional, ya que no existía ninguna certificación profesional para su actividad, ni centros de enseñanza donde aprender el oficio. Su proceso de organización fue meteórico: se constituyeron asociaciones locales en los municipios con mayor actividad de reparación de redes y, en 2004 se fundó la Federación Gallega de Rederas Artesanas O Peirao.

Tanto las mariscadoras como las rederas consiguieron, mediante la mejora organizativa, logros inimaginables al inicio de su camino como colectivo:

- La profesionalización de su actividad: que su trabajo sea reconocido legal y socialmente como tal, y no como un complemento familiar.
- Reconocimiento de enfermedades profesionales, con las consiguientes prestaciones en caso de incapacidad temporal y/o permanente.
- Derecho a percibir una pensión de jubilación.

A continuación, se describen dos casos de éxito de dos organizaciones, uno de mujeres mariscadoras y otro de rederas.

- **La Asociación Cultural de las Mujeres del Mar de Cambados Guimatur** nació en el año 2004, y agrupa a mujeres mariscadoras, que se dedican al marisqueo (semicultivo y extracción de moluscos de concha en playas) y a mujeres rederas, que se dedican al montaje y reparación de redes y aparejos de pesca.



Tuvo su origen en un curso de formación organizado en el Ayuntamiento de Cambados, en estrecha colaboración con la Cofradía de Pescadores San Antonio de Cambados, de la que son socias las mariscadoras.

Los objetivos de la asociación son:

- Mostrar la forma de vida y la rica herencia cultural del pueblo marinero.
- Promover la cultura tradicional y artesanal marinera.
- Dar a conocer el trabajo y los avances conseguidos por los colectivos de mariscadoras y rederas.
- Revalorizar el papel de la mujer en el mundo del mar.
- Promover las actividades vinculadas al mar.
- Promover los productos del mar y su riqueza gastronómica.

Entre otras actividades, organizan tres rutas turísticas:

- **Ruta del marisqueo.** Consiste en realizar una visita a la playa, donde están trabajando las mariscadoras, y se puede conocer todo el proceso del marisqueo, desde la extracción hasta la comercialización. Posteriormente se visita el barrio marinero de San Tomé, ejemplo de arquitectura popular marinera.
- **Ruta del puerto,** que incluye información sobre distintos tipos de embarcaciones, artes de pesca y especies que capturan, visita a la nave de rederas, donde se conoce su trabajo, y visita a la lonja, donde se subastan los pescados y mariscos.
- **Ruta del marisqueo y viñedos,** maridaje entre marisco y vino, en el que colaboran con dos bodegas. Además conocer la zona de marisqueo, se visita también una bodega, donde se muestran los viñedos, el proceso del vino y se termina con una cata.

La asociación Guimatur fue galardonada en 2012 con el premio de excelencia e innovación para mujeres rurales que otorga el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España.



- **Federación Gallega de Rederas Artesanas O Peirao**

Entre los años 2002 y 2004, en los puertos gallegos se crearon asociaciones locales de mujeres rederas con la intención de solucionar problemas comunes, luchar contra el intrusismo laboral y favorecer el relevo generacional en la profesión, entre otros objetivos.



En 2004, como consecuencia de continuos contactos, reuniones y viajes conjuntos, se constató que había intereses y necesidades comunes a las asociaciones y se constituyó la Federación Gallega de Rederas Artesanas O Peirao. A día de hoy está formada por nueve asociaciones locales, con un total de 133 mujeres socias.

Entre los objetivos de partida de la federación podemos destacar:

- Regular a nivel nacional la profesión de confección y mantenimiento de redes y aparejos de pesca.
- Luchar contra el intrusismo laboral.
- Colaborar entre las distintas asociaciones.
- Visibilizar el trabajo de las rederas gallegas a nivel nacional.
- Mejorar las condiciones económicas y laborales de las rederas.
- Mejorar las instalaciones portuarias de las rederas.
- Fomentar la prevención de riesgos laborales derivados de su trabajo.
- Lograr el reconocimiento de las enfermedades profesionales derivadas de su trabajo.
- Eliminar la diferencia salarial entre los distintos subsectores dedicados a la confección y mantenimiento de redes y aparejos.

Logros de la Federación Gallega de Rederas Artesanas O Peirao:

- Compromiso de las instituciones políticas para mejorar las condiciones sociolaborales de las rederas.
- Compromiso de la administración para poner en marcha un programa de inspección laboral para las rederas, que ayude a luchar contra el intrusismo de personas en situación irregular.
- Denuncia de la situación laboral de las rederas ante el Parlamento Europeo.
- Mejora de la capacitación sectorial y empresarial de las rederas.
- Implantación a nivel nacional de un certificado de profesionalidad que reconoce la profesión de redera con una acreditación laboral.
- Reconocimiento de la acreditación profesional de las rederas con experiencia, a través de una certificación oficial.
- Creación de una cooperativa de rederas.
- Promoción del asociacionismo entre el colectivo de rederas, incluso de otras regiones.
- Participación en congresos, ferias y eventos.



