

CAPÍTULO 24

Mercado del Camarón. Perspectivas.

José Álvaro Castillo-Leyva¹

Historia y perspectivas del mercado del camarón

El camarón es un recurso natural con una rica y amplia historia en sus tres eslabones principales, que integran la actividad de explotación, proceso y comercialización; como producto, se encuentra actualmente muy bien integrado en el comercio internacional globalizado; dentro de esta opinión, el precio o valor no es relevante, en un producto como el camarón, la percepción y conocimiento que se tenga de la tendencia y las formas son el fondo para alcanzar el éxito o el mejor resultado. Pero no se puede hablar exclusivamente del mercado, sin antes hacer un repaso sobre el origen de ese producto.

La explotación del camarón se realiza mediante la captura en el medio natural y la acuicultura. La primera se inicia en nuestro país de manera artesanal, en gran parte de forma anárquica e inclusive por extranjeros, como ha sucedido casi con todos los recursos naturales en los países, que por múltiples razones no han logrado desarrollo propio; la principal motivación de la industria extranjera es la proclividad a inducir a la dependencia comercial. Otro aspecto importante inicial en ese eslabón, es el marco legal actual, el cual hace pocos años fue modificado sustancialmente, al ser excluido de la explotación un sector con rango de exclusividad, medida que fue correcta, aunque se percibe que todavía hay mucho que hacer en ese aspecto. Otro aspecto relevante fue la aplicación de nuevas técnicas de cultivo, con avances tecnológicos aceptables principalmente en el noroeste de nuestro país.

Respecto a la explotación en el medio natural, se ha avanzado poco en materia tecnológica para hacer la extracción de manera

¹ Consultor independiente.

Autor de correspondencia: E-mail: acastillo@oceangarden.net

más eficiente y por consecuencia más productiva, ya que mucho tiene que ver la calidad del producto con la forma de captura y resultado de la manipulación inicial; ambos factores propician el valor final del producto al ser distribuido y comercializado. La flota que realiza capturas en altamar y las embarcaciones menores que hacen los propio en bahías, esteros y ribera, en su mayoría, adolecen de equipo que aseguren más eficientemente los valores naturales que el producto posee, y que lo hacen tener el mejor precio en el mercado. El proceso de descomposición del producto extraído del medio natural, se inicia a partir de la captura y si no se cuenta con los medios necesarios de conservación, comienza el deterioro del producto hasta la posible descomposición total. Esto se relaciona directamente con el incremento de los costos de producción, y la disminución del ingreso total.

La presentación del producto, tanto en el mercado interno como en el externo, sigue y seguirá siendo preferentemente en “colas” y fresco-congelado, ya que así se protege la vida de anaquel. Las formas de preparación y presentación para su consumo, entran en la fase final de comercialización y dependen de la capacidad mercadotécnica del distribuidor y vendedor final.

Las especies de nuestros litorales que son aprovechadas para la acuicultura, son comúnmente conocidas como “camarones blancos” y corresponden a las especies *Litopenaeus stylirostris* y *Litopenaeus vannamei* siendo esta última la más utilizada para cultivo y finalmente el camarón café cuyo nombre científico es *Farfantepenaeus californiensis*; especie que es exclusiva del litoral del Pacífico mexicano.

Las especies *L. stylirostris* y *L. vannamei* son en volumen de las más importantes de los camarones a nivel mundial. Por otra parte el camarón café mexicano destaca por su sabor y color, aunque es una especie desaprovechada en el mercado internacional; el principal comprador de la especie es el mercado japonés, que desafortunadamente compra escasos volúmenes a México.

Por otra parte, es preciso comentar que el camarón, como recurso natural, requiere de rectoría del estado a través de los organismos gubernamentales que rigen formalmente la actividad pesquera en el país. La explotación debe de seguir siendo practicada con base en estudios de sus poblaciones, de sus estimaciones de abundancia y de sus áreas de distribución, para que de esa forma se proteja la reproducción, el entorno ecológico y para así también, propiciar la

actividad sustentable. El calificativo de productiva en términos de negocios hace referencia a la generación de empleos, promoviendo que a través de esa riqueza nacional, se haga partícipe a las comunidades pesqueras que habitan en los litorales de nuestro país, propiciando adicionalmente, tranquilidad en la población, reducción de delincuencia, alimento a la población y aunque en menor escala, divisas a nuestra economía. Todos esos valores se incluyen dentro de un aspecto socioeconómico y político que desde mi percepción requieren de una renovada valorización de la actividad pesquera en nuestro país.

Para hacer más productiva la actividad son necesarios algunos aspectos:

- Marco legal específico para las tripulaciones de las embarcaciones. Actualmente se rigen por la generalidad de nuestra Ley Federal de Trabajo vigente y dentro de una lógica simple, un trabajador pesquero no puede ser homologado, ni con un trabajador común comercial en tierra firme, ni con un marino tripulante de la flota mercante, hecho que deja en la indefensión a los trabajadores de la pesca.
- Protección de la calidad del producto. De manera inmediata las embarcaciones mayores y menores deben de estar plenamente equipadas con medios de refrigeración con tecnología de punta, así como también con accesorios de manejo que propicien higiene, agilidad y mayor dinamismo en las labores a bordo. Las tripulaciones deben de ser entrenadas con cursos de capacitación que se pueden incluir en el nuevo marco legal como obligatorio.
- Mayor inversión, ya que este sector se encuentra en su mayor parte descapitalizado. A través de instancias como el Gobierno Federal, se debe favorecer la agilidad de los trámites para conceder una calificación, la cual permita acceder al crédito necesario para lograr inversiones a largo plazo, pero sin consideraciones o subsidios de ninguna especie; pues el producto que se captura tiene un valor que alcanza para cumplir con los compromisos adquiridos.
- Mejorar el sistema de inocuidad de la captura. El Gobierno Federal, a través de la instancia correspondiente, debe fomentar en las tripulaciones y embarcaciones el aseguramiento de calidad del producto, desde su origen

hasta su consumo, tanto en el comercio exterior como en el interior, en esto último, con nuevas reglas similares a las existentes en otros alimentos proteínicos como son el pollo, la carne de res y el cerdo.

Durante el proceso, entendido como el paso después de arribar el producto, cubierta la normatividad legal que contiene la explotación, los centros procesadores conocidos comúnmente como plantas maquiladoras de camarón, son un punto intermedio muy importante, que otorgará al producto comercializable la precisión que requiere, asignando la identificación de la especie, talla y presentación que se elija dependiendo del destino de mercado; ese trabajo es el que finalmente determinará el membrete comercial, con el cual el comercializador final podrá identificar desde quien produjo y por supuesto donde se procesó el producto, en consecuencia, serán esos elementos con los cuales se calificará la calidad del producto vendido.

Las plantas mexicanas, en su mayoría, tienen buenos antecedentes en el mercado, pero requieren de mayor inversión en sus instalaciones, para lograr un producto de mejor presentación, incluyendo no solo conceptos de calidad, sino también estéticos, todo en base a los requerimientos actuales de inocuidad del más importante consumidor que son los Estados Unidos de América.

Atendidos los dos primeros eslabones de producción, el producto en sus distintos canales de comercialización, tiene dos rutas: comercio interior o nacional, y comercio exterior o de exportación.

El primero, manejado actualmente sin conceptos sanitarios precisos, y obviamente sin certificación alguna, con modelos y prácticas de mercado artesanales y anárquicos, donde la figura más débil es el productor, quedando gran parte del valor del producto en un intermediario. Ese mercado requiere de reglas legales que permitan que el valor del camarón realmente tenga una relación más directa y formal de negocio entre el productor y el consumidor final. El productor puede programar su venta con base en la inversión que hace para realizar la captura o cultivo, más el valor de maniobras, proceso, transporte y almacenamiento, pero el intermediario aludido y la falta de capitalización, hacen que el pescador sea víctima de ese actor que significa un costo agregado y que encarece el valor de adquisición que cubre finalmente el consumidor, sin ningún beneficio para el productor. De existir reglas claras para su comercialización en el país, eliminando intermediarios, el consumidor podría acceder

a un mejor precio, que propiciaría mayor rapidez y elevación en el consumo, con muy probables beneficios para el productor y el procesador. Esas reglas no serían de acciones directas del estado mexicano, ya que no tendría influencia en el valor del producto, pero sí puede promover medidas normativas que eliminen el intermediarismo. A su vez el estado mexicano debe reglamentar medidas sanitarias que protejan la salud del consumidor.

El consumo nacional de camarón es conservadoramente tres veces mayor en volumen, en comparación con el volumen potencial de exportación. En consecuencia, el camarón tiene mayor futuro en el mercado nacional que en el de exportación; en México se consumirá siempre más camarón que el exportable en cada año; el problema ha sido siempre, que gran parte del valor de ese mercado se queda en un campo de economía informal.

En cuanto al campo de exportación, el destino natural por razones de economías, cercanía geográfica, inclusive tradicional, se encuentra en el país de los Estados Unidos de América. El poder adquisitivo de ese país ha permitido que nuestras especies, tallas y modelos de exportación hayan tenido siempre aceptación y por mucho tiempo hemos tenido en ese país alto grado de participación, de forma más importante en valores que en volúmenes. El camarón mexicano tiene hasta la fecha prácticamente cobertura en toda la unión americana.

El mercado de exportación y específicamente el estadounidense, será siempre un nicho aprovechable para el productor mexicano. Los Estados Unidos consumen anualmente más de 500 mil toneladas, de las cuales nuestro volumen incluyendo toda la exportación que se realiza solo alcanza el 5% en términos de participación total.

El otro consumidor importante en el mundo es Japón, en el cual concurrimos anualmente con pequeños volúmenes. La comunidad Europea es un mercado poco disponible para nuestro producto; en ese mercado nos superan en penetración, con mucho, otros países productores y especialmente acuicultores.

Obviamente, como cualquier otro producto dentro de un libre mercado, la regla de oro es la oferta y la demanda, y el camarón no está exento de ello. Son factores incidentes en esta oferta y demanda los derivados de las economías, los culturales e incluso aquellos derivados de aspectos sociopolíticos. Recordemos a Japón, donde hace años con la muerte del emperador japonés Hiroito, se registraron bajos consumos de camarón, esto ocasionó que mayores

volúmenes asiáticos se enviarán a EE. UU. propiciando una baja en el valor del producto. Otro ejemplo, fue cuando un evento bélico sudamericano hizo que se enviarán más rápidamente volúmenes de camarón a EE. UU. y también se propició una baja de precios. En 2008, por el debilitamiento de la economía en EE. UU. el consumo se encontraba deprimido y los distribuidores estuvieron en franca guerra de precios, donde la única solución fue bajar aún más los precios.

Para los exportadores en nuestro país hay varios problemas, unos de ellos es que el volumen de camarón en su conjunto no llega consolidado en forma total, otro es la oferta y demanda donde la acuicultura extranjera influye de manera definitiva, las soluciones indican que mantener y cuidar la calidad sanitaria del camarón mexicano durante la captura y procesamiento comercial permitirá ser competitivos en el ámbito internacional.

Por lo tanto, el productor mexicano para lograr una mayor defensa de su producto y soportar los costos a los cuales produce, debe de buscar la integración en la oferta exportadora, para así poder obtener mejor posicionamiento en el mercado. Es paradójico que el principal enemigo del camarón mexicano, es su mercado interno. Somos demasiado pequeños en términos comerciales para pretender destacar en lo individual a nivel internacional. No obstante, la buena noticia es que el camarón se seguirá vendiendo siempre, y lo podremos seguir colocando en ambos mercados, pero es indispensable competir con la fortaleza que otorga la unidad y con calidad para obtener el mejor precio posible, ya que con volúmenes jamás superaremos a nuestros competidores asiáticos; y en lo referente al mercado interno, formalizarlo es en gran parte la solución. No existen otras formas para mejores resultados que aquellas que se encuentran en los factores de calidad en el producto e integración en la oferta.

CONCLUSIONES

Mis conceptos en esta opinión se sustentan en una experiencia de trabajo en el sector pesquero camaronero durante 30 años. En conclusión, enfrentar con mayor fortaleza el mercado de camarón se debe sustentar en tres puntos:

1. Explotación. Tanta como el recurso lo permita, medido con

un amplio control técnico y científico.

2. Proceso. Obligatorio y dentro del marco de mayor calidad posible.
3. Comercialización. Dentro del mayor grado de consolidación posible y con un marco legal que proteja al productor y al consumidor final.

FUENTES COMPLEMENTARIAS DE INFORMACIÓN

- Abascal y Macías R. (2009). Estudio de mercado para el camarón congelado para el Mercado Nacional. Prospecta Camarón Consulting. Consejo Mexicano del Camarón.
- Briggs, M., Funge-Smith, S., Subasinghe, R. P., Phillips, M. (2005). Comercio, mercadotecnia y economía del camarón. En: Introducciones y movimiento de dos especies de camarones peneidos en Asia y el Pacífico. FAO Documento Técnico de Pesca. No. 476. Roma, FAO. 2005. 86p.
- CONAPESCA. (2002). Anuario estadístico de pesca. Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca. México. www.conapesca.sagarpa.gob.mx/wb/cona/cona_2002_
- FIRA. (2002). Oportunidades para el desarrollo de la red de valor de camarón. Vol. 38 N° 318. FIRA. México. www.fira.gob.mx/Publicaciones/Boletines.asp, http://www.panoramaacuicola.com/noticias/2002/11/15/mercado_de_camaron_en_mexico_3_noviembre_2002_.html
- FAO GLOBEFISH. (2009). Por: Javier López, INFOPECA. Informe del mercado de camarón en EE. UU. Mayo 2009. http://www.panoramaacuicola.com/reportes_de_mercado/2009/06/26/informe_del_mercado_de_camaron_en_eeuu_mayo_2009.html
- Ley Federal del Trabajo texto vigente (Última reforma aplicada 23/01/1998). Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de abril de 1970. Poder Ejecutivo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
- López Javier. INFOPECA. (2007). Mercado de camarón EE. UU. Marzo 2007. http://www.infopesca.org/rep_men_fish/camaron/Camaron032007.pdf
- Panorama Acuícola Magazine. (2002). Mercado de camarón en México. Noticias del día 15 de noviembre de 2002.
- Panorama Acuícola Magazine. (2009, 2010). Reporte del mercado de camarón. Urner Barry. http://www.panoramaacuicola.com/urner_barry.html
- Secretaría de Pesca. (1982). La pesquería de camarón del Pacífico (Diagnóstico monográfico de los conocimientos existentes). Secretaría de Pesca. México.

CITA DE CAPÍTULO 24

Castillo-Leyva, J. A. 2012. Mercado del Camarón. Perspectivas. En: López-Martínez J. y E. Morales-Bojórquez (Eds.). Efectos de la pesca de arrastre en el Golfo de California. Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste, S.C. y Fundación Produce Sonora, México, pp. 459-465.

