



Organización de las Naciones  
Unidas para la Alimentación  
y la Agricultura



# Actividades posteriores a la captura en la pesca y la acuicultura

Escuelas de campo y de vida para jóvenes agricultores  
— Guía del facilitador

Fotografía de la cubierta: © FAO / J. Villamora

# **Módulo: Actividades posteriores a la captura en la pesca y la acuicultura**

Escuelas de campo y de vida para jóvenes agricultores – Guía del facilitador

Las denominaciones empleadas en este producto informativo y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. La mención de empresas o productos de fabricantes en particular, estén o no patentados, no implica que la FAO los apruebe o recomiende de preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan.

Las opiniones expresadas en este producto informativo son las de su(s) autor(es), y no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas de la FAO.

ISBN 978-92-5-108158-7 (edición impresa)

E-ISBN 978-92-5-108159-4 (PDF)

© FAO, 2015

La FAO fomenta el uso, la reproducción y la difusión del material contenido en este producto informativo. Salvo que se indique lo contrario, se podrá copiar, imprimir y descargar el material con fines de estudio privado, investigación y docencia, o para su uso en productos o servicios no comerciales, siempre que se reconozca de forma adecuada a la FAO como la fuente y titular de los derechos de autor y que ello no se sugiera en modo alguno que la FAO aprueba los puntos de vista, productos o servicios de los usuarios.

Todas las solicitudes relativas a la traducción y los derechos de adaptación así como a la reventa y otros derechos de uso comercial deberán dirigirse a [www.fao.org/contact-us/licence-request](http://www.fao.org/contact-us/licence-request) o a [copyright@fao.org](mailto:copyright@fao.org).

Los productos de información de la FAO están disponibles en el sitio web de la Organización ([www.fao.org/publications](http://www.fao.org/publications)) y pueden adquirirse mediante solicitud por correo electrónico a [publications-sales@fao.org](mailto:publications-sales@fao.org).

# ÍNDICE

<b>Agradecimientos</b>	<b>iv</b>
<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>Actividad Energizante Inicial</b>	<b>3</b>
<b>Introducción a los sistemas de pesca</b>	<b>6</b>
EJERCICIO 1: Cadenas de suministro y de valor	7
NOTAS DEL FACILITADOR	7
<b>El valor de la organización y la colaboración</b>	<b>9</b>
EJERCICIO 1: ¿Juntos o separados?	10
EJERCICIO 2: Tipos de organizaciones	10
NOTAS DEL FACILITADOR	11
<b>¿Qué tipos de productos derivados del pescado existen?</b>	<b>13</b>
EJERCICIO 1: Encuesta comunitaria	14
EJERCICIO 2: Profundizar en el procesamiento del pescado	15
NOTAS DEL FACILITADOR	15
<b>Calidad del producto</b>	<b>18</b>
EJERCICIO 1: ¿Qué tienen de malo estas imágenes?	19
NOTAS DEL FACILITADOR	21
La economía del pescado	25
EJERCICIO 1: ¿En qué eres bueno?	26
NOTAS DEL FACILITADOR	26
EJERCICIO 2: Elección de un negocio	27
NOTAS DEL FACILITADOR	28
EJERCICIO 3: ¿Es viable?	29
NOTAS DEL FACILITADOR	31
EJERCICIO 4: Casos de estudio	32
<b>Venta del producto</b>	<b>34</b>
EJERCICIO 1: Venta del producto en el mercado	35
NOTAS DEL FACILITADOR	36
EJERCICIO 2: ¿Cuándo es necesario un intermediario?	37
EJERCICIO 3: Adaptar el mensaje	38
ACTIVIDAD FINAL: ¡Suéñalo!	39
<b>Referencias</b>	<b>40</b>

## AGRADECIMIENTOS

La presente Guía del facilitador sobre las Actividades posteriores a la captura en la pesca y la acuicultura complementa una serie de Guías del facilitador de las Escuelas de campo y de vida para jóvenes agricultores (JFFLS, por sus siglas en inglés) existentes sobre otros temas (disponibles en: [www.fao-ilo.org/fao-ilo-youth/fao-ilo-jffls/en/](http://www.fao-ilo.org/fao-ilo-youth/fao-ilo-jffls/en/)). Esta guía es una producción conjunta del Departamento de Pesca y Acuicultura de la FAO, el Departamento Económico y Social y el Departamento de Administración de Recursos Naturales y Medioambiente, con el apoyo financiero de Suecia a través del Mecanismo de Múltiples Donantes del FMM de la FAO. Fue preparada por la Dra. Kathleen Castro, Laura Skrobe, Barbara Somers y Christopher Parkins de Fisheries Specialists bajo la supervisión de Nicole Franz y Daniela Kalikoski, como parte de las iniciativas para el desarrollo de la juventud del Departamento de Pesca y Acuicultura. El personal de la FAO de los departamentos ya mencionados ofreció valiosos aportes y comentarios sobre la versión borrador. Se otorgan agradecimientos especiales a Francesca Dalla Valle, Yvette Diei-Ouadi, Katrien Holvoet, John Ryder, Reuben Sessa, Susanna Siar y Tamara van 't Wout.

Apreciamos en particular el apoyo constante recibido por parte de Jan Peter Johnson, Olga Navarro y Emily Rodriguez en el desarrollo de esta publicación.

Fabrizio Puzzilli realizó el diseño gráfico de la Guía del facilitador sobre Actividades posteriores a la captura en la pesca y acuicultura en colaboración con Ilaria Perlini; Emily Donegan proporcionó las ilustraciones. Suzanne Redfern preparó la paginación en español de la Guía del Facilitador sobre Actividades posteriores a la captura en la pesca y acuicultura.

También se agradece la valiosa contribución de Vanina Leonardi por la traducción y de David Garces Urzainqui por la revisión. Asimismo, deseamos dar un agradecimiento especial a los Voluntarios de las Naciones Unidas, [www.onlinevolunteering.org](http://www.onlinevolunteering.org).



# **Módulo: Actividades posteriores a la captura en la pesca y la acuicultura**



## INTRODUCCIÓN

Además de ser una fuente valiosa de proteínas y nutrientes para muchas personas en todo el mundo, el pescado también proporciona un ingreso para aquellos que se encargan de transportarlo hasta el consumidor. Existen muchas personas involucradas y muchas oportunidades de negocio en los sistemas de pesca. Sin embargo, debe cuidarse el uso de buenas prácticas de negocio sostenibles, en particular cuando se maneja un producto altamente perecedero.

La captura del pescado (salvaje o de criadero) inicia una cadena completa de actividades. La cadena de suministro del pescado comienza en el área de pesca, en el mar, en aguas continentales o en el sitio de acuicultura, y finaliza con el consumidor, que puede residir en el mismo país o en el extranjero. La cadena de suministro relaciona un sistema de cosechadores, revendedores, distribuidores, transportistas, depósitos y proveedores que trabajan juntos para producir, hacer llegar y vender un producto al consumidor. Una cadena de valor de la pesca describe cómo se agrega valor al pescado a medida que avanza a través del sistema hacia el consumidor. Esto puede lograrse, por ejemplo, procesando el pescado para deshidratarlo, ahumarlo o crear cualquier otro tipo de producto procesado. Las cadenas de suministro y de valor del pescado se ven afectadas por muchos factores: la demanda del producto, la disponibilidad de los materiales para procesarlo, las regulaciones, el acceso a los mercados y la competencia. El cambio climático y los desastres naturales también pueden afectar a las cadenas de suministro y valor del pescado. Por lo tanto, es importante comprender los diferentes nexos y considerar cómo los pescadores y productores pueden reaccionar y adaptarse a las fluctuaciones en el suministro del pescado y los entornos de mercado cambiantes.

Al final de este módulo los participantes:

1. tomarán conciencia de los diferentes tipos de productos derivados del pescado
2. comprenderán mejor las cuestiones relacionadas a la calidad y seguridad
3. desarrollarán una estrategia de negocio para las actividades posteriores a la captura
4. apreciarán el papel de las organizaciones
5. comprenderán la cadena de valor

El objetivo de este módulo es proporcionar una guía, aportando distintos ejercicios que los facilitadores pueden utilizar según sea pertinente y adaptar como sea necesario a los contextos y necesidades socio-económicas y culturales de cada grupo y país en el que el módulo será utilizado. Este módulo de las Escuelas de campo y de vida para jóvenes agricultores (JFFLS, por sus siglas en inglés) es complementario a otros módulos de las JFFLS, en particular con Acuicultura y Pesca de Captura y puede combinarse con cualquiera de ellos para incrementar las oportunidades económicas de los participantes.



## ➤ ACTIVIDAD ENERGIZANTE INICIAL

### **OBJETIVO:**

Lograr que los miembros del grupo se conozcan entre ellos, ayudar a que un grupo de individuos se convierta en un equipo colaborativo y ayudarlos a que se sientan cómodos juntos.

### **DURACIÓN:**

Alrededor de 30 minutos.

### **MATERIALES:**

Una pelota o algún otro objeto que pueda ser arrojado, hojas de papel grandes con los diferentes elementos del sistema de pesca escritos o dibujados sobre ellas (ver la Figura 1 en las notas del facilitador).

### **PASOS:**

1. Solicite a cada participante que escoja una hoja de papel de la pila.
2. Haga que todos los participantes se paren formando un círculo y muestren su hoja de papel.
3. Arroje la pelota u objeto a uno de los participantes y pregúntele su nombre y el papel que desempeña en el sistema de pesca.
4. Solicite a ese participante que arroje la pelota a otro participante, quien también debe decir su nombre y el papel que desempeña en el sistema de pesca. Continúe hasta que todos los participantes hayan recibido la pelota.
5. Rompa el círculo y ayude a que los participantes se reordenen de acuerdo al papel que desempeñan en el sistema, desde el hábitat hasta el consumidor.





# Ejercicios



---

# INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE PESCA

La pesca es un sistema. El sistema de pesca de captura es distinto al sistema de acuicultura, pero en algún punto se vinculan cuando el pescado es llevado hasta al consumidor. El sistema comienza con el pez en su hábitat y las interacciones que ocurren allí. Una vez que el pez es capturado, el sistema acuático natural se conecta con el sistema humano a medida que el pescado pasa del bote o la granja acuícola a los centros de procesamiento, a los mercados y finalmente al consumidor. Un cambio en una de las partes del sistema afectará a todas las partes del mismo.

## 🔄 ejercicios 1

### CADENAS DE SUMINISTRO Y DE VALOR

#### OBJETIVO:

Presentar los conceptos de cadena de suministro y cadena de valor.

#### DURACIÓN:

1 hora.

#### MATERIALES:

Diagrama del sistema (ver notas del facilitador).

#### PASOS:

1. Presente de forma breve el diagrama del sistema y sus diferentes elementos.
2. Junto con los participantes escoja una especie de pez local y solicite que identifiquen los diferentes elementos de la cadena de suministro para dicha especie.
3. Una vez que hayan identificado todos los elementos, lidere un debate sobre:
  - ¿Qué sucedería si uno de los elementos de la cadena desaparece?
  - ¿Quiénes son las distintas piezas clave en la cadena? ¿Son hombres, mujeres, niños, miembros de la comunidad local u otros?
4. Presente la diferencia entre cadena de suministro y cadena de valor. Solicite a los estudiantes que piensen acerca de los esfuerzos necesarios para producir y transformar un producto en cada una de las etapas. Por ejemplo, ¿qué necesitan los pescadores para poder atrapar al pez? ¿Qué necesitan los acuicultores? ¿Qué tipo de proceso se lleva a cabo y qué materiales se requieren para dichos procesos? ¿Cuáles son los principales costos en los que se incurre? ¿Se trata de costos de única vez (tales como un bote) u ocurren a menudo (tales como el combustible)?

### 🔄 notas del facilitador

Figura 1

Cadena de suministro: La cadena de suministro incluye todos los eslabones que van desde el punto de producción (punto de captura o lugar de cultivo en el caso de la acuicultura) hasta el usuario o consumidor final. La cadena de suministro del pescado y otros productos de la industria pesquera pueden involucrar a un gran número de personas entre el pescador o acuicultor y el consumidor final.

El suministro del pescado y otros productos de la industria pesquera se ve afectado por factores tales como: la demanda del mercado, los precios, la estacionalidad, las condiciones climáticas, la dinámica de la población, la situación económica, los precios del combustible, el entorno político y legal.

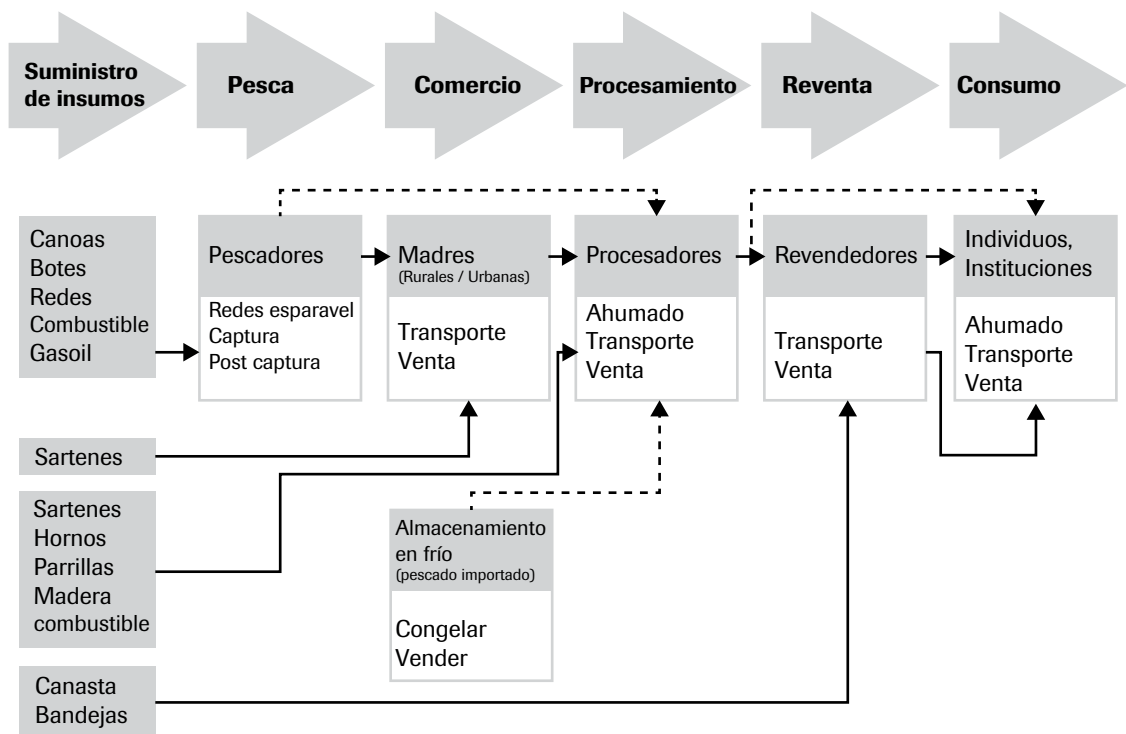


La naturaleza perecedera del pescado hace que su manejo, clasificación y empaque requieran especial atención; y el precio de mercado en general depende de la calidad del pescado (aunque esto no siempre es cierto cuando la demanda no coincide con la oferta).

Las cadenas de suministro se ocupan del tiempo que toma presentar la mercadería a la venta. El objetivo principal de la administración de la cadena de suministro es reducir el número de eslabones, así como los cuellos de botella, los costos incurridos, el tiempo hasta llegar al mercado, etc. Una buena administración de la cadena de suministro es esencial para desarrollar una cadena de valor.

Cadena de valor: Una cadena de valor es una cadena de suministro en la que en cada etapa se agrega valor, a medida que el producto se traslada desde la producción o el desembarque hasta el consumo. El producto adquiere valor, por ejemplo, a través del procesamiento o empaque. A las cadenas de valor les concierne cuánto pagará el mercado por un bien o servicio que se ofrece a la venta. Las consideraciones de mercado difieren de un país a otro, de una región a otra y están estrechamente relacionadas con los hábitos alimenticios y los patrones de consumo. El objetivo principal de la administración de la cadena de valor es maximizar el beneficio y la sostenibilidad a largo plazo.

Ejemplo de una cadena de suministro y de valor para el pescado ahumado en Ghana:



Fuente: Gordon, Pulis and Owusu-Adjei (2011).



---

# EL VALOR DE LA ORGANIZACIÓN Y LA COLABORACIÓN

Existen muchos tipos de organizaciones en la pesca y la acuicultura. Algunas se formaron para representar a grupos de pescadores de forma que tengan participación en las decisiones administrativas; algunas se formaron para comercializar sus productos en conjunto; otras sirven como centros de distribución y producción conjunta. La necesidad de una organización se basará en muchos factores, tales como: el tipo de actividad; las relaciones de con las autoridades a lo largo de la cadena de valor; la posibilidad de tener acceso a insumos de producción, incluyendo el capital; la habilidad para hacer frente al cambio climático y a los desastres; y la disponibilidad de una infraestructura de transporte y distribución, así como de equipo e infraestructura para el procesamiento.

Existen muchas ventajas en trabajar juntos – ser más fuertes, más visibles y tener voz aumenta el poder de negociación. Si trabajan juntos como grupo, pueden obtener mejores precios para sus insumos, lo cual reduce los costos de producción. También pueden obtener mejores precios a medida que pueden producir cantidades mayores y más estables. Como grupo, también es más fácil comprar cantidades mayores de insumos a mejores precios, optimizar el transporte para reducir costos operacionales, obtener acceso al crédito y manejar un plan de ahorro, compartir ideas, información y experiencias y ayudarse mutuamente. Tal como lo sintetiza un popular proverbio africano : Si quieres llegar rápido, ve solo, pero si quieres llegar más lejos, ivamos juntos!

## 🗂️ ejercicios 1

---

### ¿JUNTOS O SEPARADOS?

**OBJETIVO:**

Demostrar cómo las organizaciones pueden ayudar a cada miembro individual.

**DURACIÓN:**

1 hora.

**MATERIALES:**

Rompecabezas hechos a manos (p. ej. tomar una foto de una revista o dibujar una imagen y cortarla en pedazos de distintas formas y tamaños).

**PASOS:**

1. Otorgue un rompecabezas a cada participante y solicite a todos que resuelvan su rompecabezas. Destine 15 minutos a la actividad, de acuerdo al nivel de dificultad del rompecabezas.
2. Pregunte a los estudiantes si resolvieron el rompecabezas. ¿Fue difícil? ¿Por qué? ¿Se divirtieron?
3. Vuelva a realizar el ejercicio con los estudiantes organizados en grupos de tres personas, de preferencia mezclando hombres y mujeres. Realice las mismas preguntas. ¿Qué aprendieron sobre el valor de trabajar en conjunto?

## 🗂️ ejercicios 2

---

### TIPOS DE ORGANIZACIONES

**OBJETIVO:**

Familiarizar a los estudiantes con diferentes tipos de organizaciones.

**DURACIÓN:**

Al menos 3 horas.

**MATERIALES:**

Diagrama del sistema de pesca (Figura 1), casos de estudio relacionados con el contexto local (ver ejemplos en las notas del facilitador).

**PASOS:**

1. Solicite a los estudiantes que examinen el diagrama del sistema de pesca. ¿Dónde pueden las organizaciones ayudar a los individuos? ¿Cómo pueden resolver problemas?
2. Establezca un debate: ¿Ya existen organizaciones en su comunidad? ¿Cuáles son las ventajas / desventajas? ¿Existen grupos de jóvenes? ¿Los participantes están comprometidos? ¿Es posible establecer grupos de jóvenes en organizaciones de pesca en la comunidad?
3. Divida a los participantes en grupos más pequeños, idealmente con igual número de hombres y mujeres, y otorgue a cada uno un caso de estudio. Solicite que respondan a las siguientes preguntas, de acuerdo a sus valores y experiencias personales:
  - ¿Se trata de un buen uso de la organización?
  - ¿Qué factores determinarán el éxito de esta empresa para el individuo y para la organización?
  - ¿Qué factores podrían hacer que fallen?
  - ¿Cuánta y qué clases de asistencia externa necesitarán?

4. Solicite a cada uno de los grupos que prepare una breve representación de un posible escenario para su caso de estudio mostrando el valor de las organizaciones, la cual presentarán al grupo completo al finalizar.

## notas del facilitador

---

A continuación se presenta una lista de los distintos tipos de organizaciones y las ventajas que otorgan a sus miembros.

Organización de gestión:

- Obtener mejor acceso a recursos de pesca.
- Proteger la pesca de la sobreexplotación, por ejemplo, a través de vigilancia y monitoreo participativos.
- Facilitar la obtención de apoyo externo, cursos de formación, servicios de extensión, asistencia financiera, asistencia técnica, construcción de instalaciones, acceso a un seguro.
- Proporcionar representación política y mejor reconocimiento social.
- Ofrecer ayuda a los miembros del grupo.

Organizaciones proveedoras o productoras de insumos:

- Existe un beneficio al comprar suministros, ya que comprar al por mayor en general es más barato que hacerlo al por menor.
- Es posible operar un negocio para pescadores o acuicultores proporcionando suministros esenciales a un costo reducido.
- Puede ser capaz de proporcionar crédito.
- Puede facilitar la obtención de crédito de otra fuente.
- Podría operar sus propias instalaciones tal como una planta de refrigeración.

Organización de mercadotecnia:

- Administrar las instalaciones de mercados de pescado o centros de desembarque con buenos estándares de higiene.
- Actuar como un intermediario financiero para el pescador y el comerciante, mejorando los flujos de efectivo.
- Mejorar la calidad del pescado y reducir las ventas de pánico del sobrante, proporcionando instalaciones para su almacenamiento.
- Desarrollar instalaciones para el procesamiento del pescado, tales como el congelado, el ahumado, el enlatado.
- Dirigir un servicio de publicidad y distribución, abriendo nuevos mercados y proporcionando información de mercado (p. ej. a través de mensajes a teléfonos móviles).

## CASOS DE ESTUDIO DE EJEMPLO PARA EL EJERCICIO 2

### **CASO DE ESTUDIO 1: ACUICULTURA DE LA TILAPIA EN UGANDA**

Miguel es un pescador a pequeña escala y trabaja desde su canoa a vela en Lago Victoria. Existe una organización no gubernamental (ONG) que está promoviendo la acuicultura en jaulas para la tilapia. Miguel está interesado en probarla debido a que las capturas de tilapia han disminuido recientemente. Él podría continuar pescando mientras su esposa y sus hijos cuidan las jaulas y alimentan a los peces. La Unidad de Gestión de Playas de su pueblo sugiere la fundación de una cooperativa para tener mejor acceso a los insumos de acuicultura tales como alevines y alimento para peces, para proporcionar entrenamiento en contabilidad y cuestiones técnicas y para desarrollar un sistema de transporte para la entrega del producto a compradores regionales. Miguel tendría que compartir parte de las ganancias que obtiene con la cooperativa. ¿Debería unirse al grupo?

**CASO DE ESTUDIO 2: LA ORGANIZACIÓN DE OSTRAS EN GAMBIA**

Fatou es jefe de familia en Lamin, un pequeño pueblo en la comunidad de manglares de Gambia. Su esposo falleció y ella tiene tres niños pequeños que mantener. No sabe leer ni escribir ni asistió a la escuela. Está preocupada por el pago de las cuotas escolares de sus hijos y decidió entrar en los manglares para recolectar ostras. Las venderá a un costado de la carretera después de haberlas cocinado. Le contaron acerca de una organización llamada TRY que está ayudando a las mujeres del pueblo. TRY ha sido capaz de darles a las mujeres guantes y botas, confeccionarles uniformes para que los utilicen cuando venden, instalar unidades de refrigeración para almacenar las ostras si no se venden e incluso TRY dicta clases para mujeres de costura y de cómo administrar el dinero. TRY también facilita la participación de sus miembros en la toma de decisiones sobre la administración de los recursos de ostras, por ejemplo, el acuerdo sobre temporadas de cierre y tamaños mínimos. Fatou tendría que pagar una pequeña cuota anual y respetar los estándares de calidad establecidos por los miembros de TRY. ¿Debería unírseles?

**CASO DE ESTUDIO 3: COOPERATIVAS DE CAPTURA EN CHILE**

Manuel es un pescador de orejas de mar (loco) en el norte de Chile. El recurso ha sido sobreexplotado y él está tratando de encontrar una forma de ayudar a que el recurso se recupere para poder continuar pescando. En el pueblo de al lado, existen Derechos Territoriales de Uso de la Pesca (DTUP). Los DTUP pertenecen a un grupo de pescadores quienes formaron una cooperativa que les proporciona derechos exclusivos sobre la región que se encuentra en frente de su pueblo. El recurso en los DTUP es abundante; existe incluso un área cerrada para el desove y un tamaño mínimo acordado para la captura de la oreja de mar. Los pescadores trabajan junto con el gobierno para determinar cuánto pueden capturar y a quién se le permite pescar. Han establecido una relación con un exportador que pagará un precio exorbitante por productos más grandes. Manuel tendría que pagar una cuota de ingreso, seguir reglas más estrictas que las que sigue actualmente y trabajar muchas horas como voluntario para apoyar a la cooperativa. ¿Manuel debería unirse?

Consultar el módulo JFFLS Entrepreneurship ([www.fao-ilo.org/?id=20904](http://www.fao-ilo.org/?id=20904)) para información sobre algunos de estos principios (p. ej. planeación, mercadotecnia, ventas y contabilidad).



---

## ¿QUÉ TIPOS DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL PESCADO EXISTEN?

El pescado puede venderse de muchas maneras. La manera más simple es un pescado fresco completo. Sin embargo, han surgido muchas formas de procesarlo para mejorar la apariencia del producto (p. ej. filetes) o para incrementar el tiempo de caducidad (p. ej. secado, salazón, ahumado, congelado). Algunas técnicas se basan en el control de la temperatura, como el enfriado del pescado, la refrigeración o el congelado. Otras técnicas implican la eliminación de agua del pescado. Entre ellas se encuentran el secado, la salazón y el ahumado. La elección del método de procesamiento depende del tipo de pescado, la disponibilidad de los materiales y las fuentes de energía (madera, electricidad, combustible, sol, etc.) para realizar el proceso, las instalaciones para el almacenaje y el costo de cada método, así como la tradición y la demanda del mercado. Un manejo y procesamiento apropiado son extremadamente importantes para asegurar que el producto final es un producto seguro para el consumo, nutritivo y sabroso.

## 🗂️ ejercicios 1

### ENCUESTA COMUNITARIA

---

#### OBJETIVO:

Diseñar y llevar a cabo una encuesta para reunir información acerca de los diferentes tipos de métodos de procesamiento.

#### DURACIÓN:

4 horas.

#### MATERIALES:

Papel, lápices, un boceto hecho a mano del mapa de la zona del mercado.

#### PREPARACIÓN:

Visite el mercado para identificar a los comerciantes y explicarles lo que está planeando realizar. Verifique también que sea una zona segura para los participantes e identifique un punto de encuentro.

#### PASOS:

1. Explique a los participantes que realizarán una encuesta en el mercado local para reunir información acerca de los diferentes tipos de métodos y técnicas de procesamiento, así como de los productos elaborados por la comunidad local.
2. Junto con el grupo, prepare un mapa de la zona a visitar y decidan cuál será la ruta a seguir a través del mercado o la zona de procesamiento.
3. Forme grupos de 5 a 6 personas con igual número de hombres y mujeres y solicite que preparen algunas preguntas para su encuesta. Como mínimo, deberán:
  - determinar la especie de pescado más común en el mercado;
  - identificar diferentes métodos de procesamiento;
  - aprender acerca de los detalles de cada método, así como las limitaciones y las ventajas de cada uno;
  - para un tipo en particular de especie o de proceso: ¿Quién realiza qué actividad? ¿Es un papel que desempeñan las mujeres? ¿Es un papel que desempeñan los hombres? ¿Los niños están involucrados?
4. En el mercado, los grupos deberán seguir la ruta planeada a través del mismo, de acuerdo a lo dibujado en el mapa, pero deberán hablar con distintos comerciantes. Todos los miembros de un equipo deben permanecer juntos y reencontrarse en el punto de encuentro acordado después de 1 hora y media.
5. Cuando hayan regresado, solicite a cada grupo que elija un miembro del grupo para reportar sus experiencias al grupo completo.
6. Al final, realice un análisis con el grupo completo: ¿Cuáles son las ventajas de haber realizado esta encuesta? ¿Existen organizaciones que utilizan este tipo de encuestas? ¿Se les ocurren otras situaciones en las que utilizarían esta encuesta? ¿Creen que esta encuesta sería útil en el futuro? Si es así, ¿cómo?

## ejercicios 2

---

### PROFUNDIZAR EN EL PROCESAMIENTO DEL PESCADO

**OBJETIVO:**

Proporcionar información más detallada sobre el procesamiento.

**DURACIÓN:**

3 horas.

**MATERIALES:**

Papel, bolígrafo, pescado fresco de mercados locales, sal.

**PREPARACIÓN:**

Solicite a los miembros de la comunidad involucrados en las distintas actividades del procesamiento del pescado que expliquen y muestren a los estudiantes cómo hacen su trabajo y qué tipo de cosas pueden salir mal. De manera alternativa, trate de que los estudiantes puedan ir a visitarlos a su lugar de trabajo.

**PASOS:**

1. Abra el tema preguntando a los participantes qué métodos de procesamiento del pescado, actuales o tradicionales, utilizan ellos, sus familiares y amigos.
2. Solicite a los procesadores de pescado que se presenten y expliquen su actividad.
3. Abra el debate entre los participantes y los procesadores, alentando a los participantes a que pregunten más detalles acerca de los pasos en el proceso, para identificar puntos vulnerables (p. ej. el impacto de las plagas, el calor, cuestiones de higiene, desechos, acceso al agua limpia, efectos del cambio climático en forma de exceso de lluvia o de calor, cambios en la producción forestal debido al uso de madera para el ahumado, el uso de trabajo infantil).
4. Oriente el debate hacia la búsqueda de formas de mejorar los puntos vulnerables de los procesos (tales como un simple plan de análisis de peligros y puntos críticos de control [HACCP]).
5. Para concluir, solicite a los estudiantes que tomen el pescado fresco y cubran dos pescados por completo con sal. Coloque un pescado salado y uno normal en un lugar protegido a la sombra y coloque un pescado salado y uno normal en un lugar con sol, pero protegido. Observen y analicen qué les sucede a los pescados durante el transcurso de una semana.

## notas del facilitador

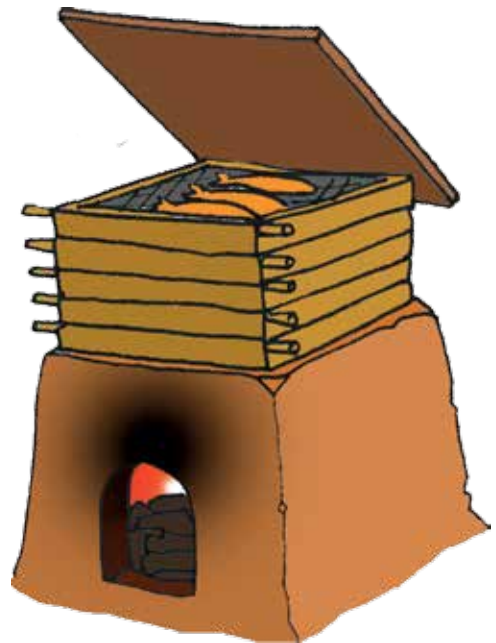
El pescado capturado en aguas no contaminadas en general está limpio y la carne es segura para el consumo. El problema comienza cuando un manejo descuidado o sin higiene, o un mal control del tiempo o temperatura permiten la contaminación. La refrigeración del pescado se realiza mediante el enfriado (que puede hacerse en contenedores con hielo), la circulación de aire frío alrededor del pescado o con agua de mar helada. El congelado del pescado suele ser una técnica muy cara que utiliza mucha energía. Sin embargo, preserva mejor el valor nutricional y extiende el tiempo máximo de almacenaje del pescado.



La salazón seca es una técnica que permite extraer los jugos del pescado. Puede realizarse en cualquier lugar, pero el pescado no debería extenderse sobre el suelo directamente, sino en estantes aireados para que se seque. Las capas de pescado deben separarse por capas de sal. Este método no es costoso, no requiere una fuente de energía, aumenta el tiempo de caducidad y mantiene un valor nutricional razonable.

Cuando se preserva el pescado a través del ahumado, el proceso real es el retiro de la humedad o secado. El ahumado es uno de los métodos de preservación más antiguos en combinación con otras técnicas tales como la salazón y el secado. El ahumado expone los alimentos al humo y calor en un ambiente controlado. Se liberan varios elementos durante el ahumado. Algunos de estos actúan como conservantes, algunos agregan sabor, mientras que otros pueden ser tóxicos para las personas y pueden afectar a la salud.

La temperatura utilizada para el ahumado es una variable importante y temperaturas más bajas son mejores, siempre que esté lo suficientemente caliente para preservar el pescado antes de que la carne comience a deteriorarse. Es importante saber que el ahumado requiere grandes cantidades de madera y puede contribuir a la deforestación. El ahumado del pescado en general se realiza en hornos cercados para aumentar su eficiencia. Sin embargo, esto hace que el ambiente de trabajo sea incómodo e insalubre para los ahumadores mismos. Se han desarrollado algunos hornos más modernos, el primero de ellos es llamado horno Chorkor<sup>1</sup>. Es eficiente en cuanto al combustible y seguro para el ahumador. El Chorkor consta de una cámara de combustión y una unidad de ahumado con un par de bandejas. La cámara de combustión es rectangular, está a menudo hecha de barro y dispone de hoyos para avivar el fuego que permiten la entrada de la madera combustible y el control del fuego. Pueden colocarse entre 5 y 15 bandejas dependiendo del pescado que va a ser ahumado; las bandejas están hechas de madera con malla de alambre.



Fermenting fish is a way of processing and preserving fish by encouraging beneficial bacteria to grow. In this particular method, the development of a distinctive flavour is both the result and principal objective. Fermentation is often combined with salting and/or drying because fermentation often results in the softening and breakdown of the fish muscle. The final product is often used as a condiment or in the preparation of sauces.

La fermentación del pescado es una forma de procesar y preservar el pescado fomentando el crecimiento de una bacteria beneficiosa. En este método en particular, el desarrollo de un sabor característico es tanto el resultado como el principal objetivo. La fermentación a menudo se combina con la salazón y/o el secado, debido a que la fermentación en general resulta en el ablandado y ruptura del músculo del pescado. El producto final con frecuencia se utiliza como condimento o en la preparación de salsas. Cooking provides a short-term preservation. There are a variety of methods used to cook fish. Basic methods include boiling or poaching in which the fish is cooked in hot water. Frying fish uses hot oil. Other methods include baking, breading, etc. Generally, cooked fish products should be consumed immediately. However, by utilizing some of the packaging techniques mentioned above, the shelf-life can be extended.

El enlatado del pescado es una técnica relativamente moderna de procesamiento del mismo. Los

1 Mayor información sobre el horno Chorkor en: <http://tcdc2.undp.org/GSSDAcademy/SIE/Docs/Vol5/improved.pdf>

pescados se sellan en un contenedor de almacenamiento por períodos prolongados – desde unos pocos meses hasta varios años. El pescado normalmente es descabezado, destripado, limpiado, cortado y luego pre-procesado, ya sea a través de la salazón, el sumergido en salmuera, el secado, el ahumado, la cocción o una combinación de estos procesos. El sellado al vacío es otro método de envasado del pescado que ya ha sido procesado de alguna manera. En este método, se elimina todo el aire del envase antes de sellarlo, extendiendo de esta manera la fecha de caducidad del pescado.

La cocción proporciona una preservación a corto plazo. Existe una diversidad de métodos utilizados para cocinar el pescado. Los métodos básicos incluyen el hervido o escalfado en los cuales el pescado se cocina en agua caliente. El freído del pescado utiliza aceite caliente. Otros métodos incluyen el horneado, el rebozado, etc. En general, los productos del pescado cocidos deberían consumirse inmediatamente. Sin embargo, utilizando algunas de las técnicas de envasado mencionadas con anterioridad, la fecha de caducidad puede extenderse.

El cambio en los patrones climáticos afecta al procesamiento del pescado y en particular al secado del pescado. Esto es cierto en especial en los lugares donde el pescado es secado al sol. Debido a los cambios en el clima, ahora puede llover en meses que nunca lo ha hecho y puede estar soleado en meses que solían ser lluviosos (patrones de clima impredecibles). En algunas regiones ya no existen temporadas de lluvias o sequías prolongadas. Los patrones de clima cambiantes también pueden reducir la cantidad de pescado disponible para ser procesado.

En muchos países, las mujeres son responsables de procesar el pescado y en algunas comunidades constituye su principal actividad económica. En muchos casos, también son responsables de la comercialización del pescado y son las financieras de los pescadores. Se realizan esfuerzos para desarrollar y promover los sistemas de secado que utilizan energía renovable para controlar el secado.

La planeación es importante para reducir los puntos vulnerables. Un plan de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) puede ayudar a reducir la vulnerabilidad en el procesamiento. Para llevar a cabo un análisis de peligros se deben analizar las necesidades de la cadena de suministro de alimentos para determinar dónde pueden existir riesgos biológicos, químicos y físicos. A continuación, es necesario identificar los puntos críticos de control (CCPs) como los últimos puntos controlables dentro de la cadena donde estos riesgos de seguridad alimentaria pueden prevenirse. Para dichos puntos, se deben establecer límites críticos (p. ej. tiempo y temperatura máx. o min.) que los CCPs deben respetar para prevenir o reducir el peligro. El sistema completo necesita ser monitoreado a través de procedimientos que utilicen herramientas apropiadas para alertar sobre problemas de seguridad alimentaria cuando se alcanzan los límites críticos. Si esto ocurre, deben tomarse acciones correctivas predeterminadas. Todo esto también deberá estar documentado para proporcionar evidencia de que la comida se trata y se prepara de manera segura. El plan también necesita ser verificado de manera regular para confirmar que los límites de los CCPs son apropiados y que las acciones de monitoreo o correctivas son adecuadas. El sistema de HACCP no se utiliza solo en los sitios de procesamiento. Incluso un comerciante de pescado puede tener un plan HACCP simple, así como un pescador o un acuicultor.

Algunas veces los niños pueden verse envueltos en la cadena de valor del pescado. Si las tareas que llevan a cabo evitan que asistan a la escuela o dañan su salud y desarrollo, esto se considera trabajo infantil, lo cual es inaceptable. Existen estándares internacionales desarrollados por la Organización Internacional del Trabajo para proteger a los niños y eliminar el trabajo infantil.

Existe mayor información en el módulo de las JFFLS Child labour Prevention In Agriculture (disponible en [www.fao.org/docrep/013/i1897e/i1897e.pdf](http://www.fao.org/docrep/013/i1897e/i1897e.pdf)).



---

## CALIDAD DEL PRODUCTO

Para asegurar la más alta calidad de los productos del pescado para el consumidor, es necesario manejarlo con cuidado desde el momento en que el pez es capturado hasta el momento en que llega al consumidor. Es fácil desaprovechar el valor nutricional del pescado ya que puede echarse a perder rápidamente y existen muchos puntos en la cadena de suministro donde el pescado se encuentra expuesto a peligros.

## 🔄 ejercicios 1

### ¿QUÉ TIENEN DE MALO ESTAS IMÁGENES?

#### OBJETIVO:

Aumentar la habilidad para identificar el riesgo de pérdidas posteriores a la captura en distintos puntos de la cadena de suministro y comprender cómo reducir dichos riesgos.

#### DURACIÓN:

30 minutos.

#### MATERIALES:

Imágenes impresas o dibujadas con escenarios de pérdidas posteriores a la captura, papel y bolígrafos.

#### PASOS:

1. Solicite a los participantes que formen grupos de entre 5 y 6 personas con igual número de hombres y mujeres.
2. Otorgue a cada grupo una imagen, papel y bolígrafo.
3. Analicen qué tipos de pérdidas pueden ocurrir durante las diferentes etapas de las cadenas de suministro y valor del pescado, p. ej., durante la producción acuícola, la pesca, el almacenaje del pescado a bordo, la descarga de la captura, la comercialización del pescado fresco, el procesamiento y empaque o almacenamiento.
4. Otorgue a cada grupo diez minutos para ver sus imágenes e identificar dónde existe una pérdida posterior a la captura y de qué tipo. Después de diez minutos, solicite a cada grupo que presente a los otros lo que han encontrado.
5. Analice con todo el grupo las soluciones potenciales para prevenir estas pérdidas.

Imágenes: (también puede reemplazarlas por imágenes locales o dibujos)

#### 1. Sitio de acuicultura



<http://en.wikipedia.org/wiki/Mariculture>



<http://en.wikipedia.org/wiki/Mariculture>

#### 2. Durante la pesca



[www.fish2ork.com](http://www.fish2ork.com)



[www.fish2ork.com](http://www.fish2ork.com)

### 3. Almacenaje del pescado a bordo



© FAO/Giulio Napolitano



© FAO/Jim Holmes

### 4. Descarga de la captura



© University of Rhode Island



© FAO/Pietro Centini

### 5. Comercialización del pescado fresco



© FAO/Rosetta Messori



© FAO/J. Micaud

### 6. Procesamiento y empaque



© Paul Siegel, WWF



© University of Rhode Island

## 7. Almacenamiento



© FAO/I.Fenyves



© University of Rhode Island

## 8. Distribución



© FAO/K. Dunn



© University of Rhode Island

## notas del facilitador

Las pérdidas posteriores a la captura pueden ser físicas (p. ej. pescados que son desechados, comidos por insectos o no aptos para consumo humano) o cualitativas (p. ej. precio relativamente bajo para un producto debido al deterioro de la calidad). Ambas se relacionan de forma directa con una pérdida de ingresos y pérdida del pescado como alimento.

- El tiempo, la temperatura y el manejo influyen en la tasa de descomposición del pescado fresco.
- Los métodos de procesamiento inapropiados pueden dañar el pescado y disminuir su valor.
- Permitir la contaminación por insectos o la depredación de animales disminuirá el valor del producto.
- El empaque, el transporte y el almacenaje pueden influir en la calidad del producto antes de que llegue al mercado.

Las imágenes presentadas anteriormente ilustran algunas situaciones en las que pueden ocurrir pérdidas.

En el sitio de acuicultura: La fotografía de la izquierda muestra cómo la eliminación de manglares para la construcción de sitios de producción acuícolas reduce la biodiversidad y la protección contra cambios climáticos y desastres naturales potenciales. La fotografía de la derecha hace referencia a la alta densidad de crías, lo que puede provocar pérdidas físicas debido a una alta mortalidad por enfermedades o falta de oxígeno.

Durante la pesca: Si las redes no se verifican y limpian de manera regular existe el riesgo de pérdida de calidad debido al pescado echado a perder o podrido. Además, existe el riesgo de pérdida física debido a depredación por parte de otros peces. Si no se captura de forma cuidadosa, la carne del pescado puede dañarse (p. ej. carne apretada, rota).

Almacenaje del pescado a bordo: Si el pescado se mantiene sin hielo y sin destripar se echará a perder rápidamente, en especial a altas temperaturas y en contenedores de almacenamiento inapropiados. El pescado almacenado en el fondo del bote puede pisarse.

**Descarga de la captura:** Los largos procesos de negociación y los tiempos de descarga a altas temperaturas puede echar a perder el producto si no se mantiene en hielo de forma adecuada. También existe el riesgo de que entre la multitud, el pescado se caiga de las canastas o sea robado.

**Comercialización del pescado fresco:** La falta de hielo y de contenedores apropiados puede tener un impacto negativo en la calidad del pescado. Si el pescado se expone al suelo, corre el riesgo de contaminación a causa de la tierra y los insectos.

**Procesamiento y empaque:** La calidad del pescado sufrirá si el procesamiento se lleva a cabo en un ambiente inapropiado (p. ej. sobre el piso) y sin las medidas de higiene apropiadas (p. ej. agua limpia, no fumar durante el procesamiento).

**Almacenamiento:** Si los contenedores de almacenamiento no se utilizan de forma correcta (p. ej. no se cierran correctamente), no protegerán al pescado de las altas temperaturas, insectos y exposición a otras fuentes de contaminación.

**Distribución:** Transportar el pescado fresco en el maletero del automóvil o en otros medios de soporte (p. ej. burro, bicicleta) sin hielo y sin un empaque apropiado lo expone a altas temperaturas y al riesgo de contaminación a causa de la tierra o los insectos.



Buenas prácticas para evitar las pérdidas de pescado:

- Mantenerse limpio, así como las herramientas de trabajo y el ambiente de trabajo para evitar que el pescado se contamine.
- Mantener el pescado fresco, almacenarlo adecuadamente, mantenerlo limpio, en movimiento (vivo si es posible), manejarlo con cuidado y comenzar su preservación desde la captura.

En el bote, lo que se menciona a continuación puede ayudar, entre otras cosas, a preservar la buena calidad del pescado:

- Utilizar herramientas y métodos de pesca apropiados. Adaptarse a las condiciones climáticas cambiantes, estaciones, distancia de la costa (tiempo de viaje) para evitar que el pescado se eche a perder una vez que esté fuera del agua.
- Manejar el pescado de manera cuidadosa.
- Utilizar buenas prácticas sanitarias. Por ejemplo, lavarse las manos y usar guantes limpios.
- Almacenarlo en un contenedor limpio con tapa y hielo.
- No dejar que el pescado esté en el fondo del bote donde puede pisarse o puede caerle combustible del motor fuera de borda.
- Quitar las cabezas, branquias o tripas cuando sea posible.
- Dejar sangrar al pescado si es posible y colocarlo en una solución de salmuera fría (agua salada con hielo no contaminado).
- No almacenarlo o lavarlo con agua contaminada (p. ej. agua de la costa).
- Si es posible, mantenga al pez vivo.

En la granja acuícola:

- Utilizar solo productos aprobados para la alimentación y el manejo, así como ser cuidadoso si se utilizan antibióticos u otros aditivos.
- Utilizar buenas prácticas sanitarias.
- Lavarse las manos y utilizar guantes limpios.
- Almacenar los animales capturados en contenedores limpios con tapa y hielo.
- No almacenarlos o lavarlos con agua contaminada.
- Si es posible, mantener al pez vivo hasta que comience el procesamiento.

En el sitio de desembarque:

- Desembarcar el pescado de forma adecuada, evitando que se desperdicie.
- Moverlo rápidamente desde el bote hasta el área de procesamiento o venta.
- Si el pescado no se ha limpiado a bordo, hacerlo tan pronto como sea posible. Lavarlo con agua limpia y quitarle las branquias y tripas.
- Mantener todo limpio. No almacenar las cajas cerca de una letrina u otras áreas contaminadas.
- Mantener a las moscas, otros insectos y animales lejos del pescado.
- Enfriarlo o refrigerarlo y almacenarlo en contenedores limpios.
- Lavarse las manos a menudo y utilizar guantes limpios.

En el sitio de procesamiento o venta:

- Exponerlo sobre hielo o enfriadores con protección contra las moscas y otros insectos.
- Indicar la fecha de captura del producto. Si se mantiene por varios días, asegurarse de que se mantenga frío.
- No permitir que los clientes u otras personas agarren el pescado.
- Asegurarse que todos los procesadores prestan atención a su higiene personal y a su salud.
- Evitar la contaminación cruzada entre el pescado pre-tratado, cortado o procesado con el producto crudo.
- Si se lo cocina, fríe, seca o se utiliza cualquier otra técnica de procesamiento, asegurarse de que todas las herramientas e insumos (p. ej. sartenes, aceite y utensilios) estén limpios.
- Envolverlo para la venta en material de empaque limpio y apto para uso alimentario.

- Insumos de procesamiento tales como sal y aceite deberán estar limpios y ser de buena calidad.
- Si se lo seca y/o sala, asegurarse de que esté protegido contra moscas y otros insectos.
- Ningún pescado ni producto del pescado deberá colocarse sobre la tierra o el piso.
- Los estantes de secado o salazón y cualquier otra instalación de procesamiento deberán estar limpios y libres de desechos.
- Las instalaciones de ahumado deberán estar libres de insectos y desechos.
- La madera que se utiliza para ahumar debe ser segura para el consumo humano. Por ejemplo, no deberá utilizarse para el ahumado madera pintada o tratada, ya que la tinta o los pigmentos de la pintura y otros químicos pueden generar humo tóxico.
- Establecer y controlar un proceso de “primero entrado, primero salido” para el almacenaje y retiro de productos.
- Un plan HACCP deberá desarrollarse y aplicarse. Si es posible, buscar asistencia de los servicios de inspección y/o extensión. Los planes HACCP pueden ser simples y pueden aplicarse a pequeñas operaciones: Identificar donde los mariscos pueden contaminarse y luego diseñar y aplicar un plan para minimizar el riesgo y monitorear el resultado. Un plan HACCP también deberá aplicarse en la etapa de captura. Un buen registro de información es importante.

#### Preparación y técnicas de cocina en el hogar:

- Planear la compra y administrarla bien.
- Comprar pescado de buena calidad.
- El pescado deberá ser almacenado en un refrigerador, sobre hielo o al menos mantenerlo húmedo en la sombra y cocinarlo tan pronto como sea posible.
- Mantener a las moscas e insectos lejos del pescado y cualquier otro alimento.
- Evitar la contaminación cruzada entre el producto procesado y el crudo.
- Lavarse las manos antes de manejar el producto.
- Si existen dudas acerca de si el pescado se echó a perder, desechar el pescado. ¡No comerlo!

Cualquier tipo de manejo, procesamiento o comercialización del pescado no deberá involucrar a niños de forma que dañe su desarrollo o interfieran con su escolaridad. Consultar el módulo JFFLS Child Labour Prevention In Agriculture (disponible en [www.fao.org/docrep/013/i1897e/i1897e.pdf](http://www.fao.org/docrep/013/i1897e/i1897e.pdf)) para mayor información.



---

# LA ECONOMÍA DEL PESCADO

Quizás tienen una idea de negocio en relación con el pescado. Sin embargo, para que sea exitosa, es necesario evaluar si vale la pena iniciar un negocio. Por ejemplo, es necesario preguntarse si todos los insumos se encuentran disponibles o accesibles para operar el negocio. ¿Cuánto costará producir el producto final? Es muy importante fijar el precio en el nivel correcto. ¿Puede el precio de venta cubrir los costos sin resultar demasiado caro para el comprador? ¿Existe un comprador final interesado en el producto? Los negocios exitosos deberán hacer corresponder las habilidades y recursos del empresario o grupo productor con las necesidades de los clientes. ¿Quién más produce un producto similar y podría ser un competidor? Para funcionar bien durante un largo período, un negocio deberá aprender a sobrellevar el riesgo, incluyendo circunstancias cambiantes y de competencia. Una forma de reducir el riesgo es conectarse con otros para formar un grupo. Cuando las personas se juntan, aportan diferentes habilidades y recursos y tienen más opciones para reducir los riesgos. Un grupo también tiene una voz más fuerte en el mercado.

## 🔄 ejercicios 1:

### ¿EN QUÉ ERES BUENO?

---

**OBJETIVO:**

Despertar conciencia sobre las habilidades empresariales básicas y las distintas opciones de negocio.

**MATERIALES:**

Hojas de papel (pequeñas y grandes), bolígrafos.

**DURACIÓN:**

1 hora.

**PASOS:**

1. Junto con el grupo, hable sobre las diferencias entre la gente y lo que les gusta hacer. Solicite que ellos mismos den ejemplos (p. ej. algunas personas disfrutan trabajando con sus manos; algunas disfrutan el estar adentro; a algunas les gustan más las actividades al aire; algunas disfrutan armando rompecabezas). Explore con el grupo si, cuando ellos disfrutan haciendo algo, suelen hacerlo mejor y quieren aprender más sobre esa actividad.
2. Solicite a cada persona que anote en una hoja de papel dos cosas que disfrutan hacer. Realice una lista de todas las cosas como habilidades en una hoja de papel más grande.
3. Analice con el grupo: ¿Existen ciertas habilidades que están relacionadas con el género?
4. Solicite a los participantes que piensen acerca de qué habilidades necesitan para operar un negocio. Solicite que piensen acerca de alguien en su comunidad que opera un negocio exitoso. ¿Cuál es la diferencia entre una persona de negocios y un vendedor o vendedora?
5. Realicen un intercambio de ideas sobre cómo las distintas habilidades soportan la operación de un negocio. Por ejemplo, alguien con facilidad para las matemáticas podría disfrutar llevando la contabilidad; alguien que es un buen negociador podría ser bueno comprando y vendiendo pescado. Pregunte al grupo: ¿qué sucedería si intentaran hacer algo en lo que no están interesados o en lo que no son buenos?

### 🔄 notas del facilitador

---

Como persona de negocios, se debe ver el panorama general. Una persona de negocios es más que solo una persona de ventas y debe ser consciente de todos los aspectos del negocio, en especial de la planeación. Debería ser capaz de identificar oportunidades, acceder a financiación, contratar buenos trabajadores y obtener toda la información necesaria para operar un negocio exitoso. Considere los siguientes principios al involucrarse en un negocio:

- Creer en su propia habilidad de hacer que las cosas sucedan.
- Tomar decisiones basadas en una planeación cuidadosa.
- Comprender el ambiente en el que se trabaja – utilizar el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).
- Ser capaz de aceptar el fracaso como parte del ciclo de aprendizaje y asegurarse de aprender de él.
- Trabajar con una visión.
- Administrar el tiempo.
- Ser realista.

Habilidades de negocio útiles:

- Mostrarse en público como una persona organizada y centrada.
- Negociar con habilidad.
- Comunicarse de forma clara.
- Buen registro de información.
- Desarrollar habilidades de comercialización.
- Ser flexible.

Los ejercicios que se encuentran a continuación permiten practicar algunas de estas habilidades y el módulo de las JFFLS Entrepreneurship proporciona material adicional ([www.fao-ilo.org/?id=20904](http://www.fao-ilo.org/?id=20904)).

## ejercicios 2

---

### ELECCIÓN DE UN NEGOCIO

#### **OBJETIVO:**

Evaluar la viabilidad de establecer un nuevo negocio.

#### **MATERIALES:**

Papel, bolígrafos.

#### **DURACIÓN:**

3 horas.

#### **PASOS:**

1. Recuerde a los participantes que en la encuesta comunitaria (Ejercicio 1 en la sección ¿Qué tipos de productos del pescado existen?) fueron capaces de observar qué se vende actualmente en el mercado local. Ahora su tarea es investigar qué tipo de producto falta y que la gente podría querer comprar.
2. Realice un intercambio de ideas con el grupo completo: ¿Qué hace exitoso a un negocio? (p. ej. vender el producto, obtener un beneficio, guardar una porción del ingreso para pagar los gastos del negocio y reinvertir en negocios, tener suficiente dinero para las necesidades personales básicas más otros gastos).
3. Separe a los estudiantes en grupos de entre 5 y 6 personas con igual número de hombres y mujeres. Solicite que escojan una idea de negocio (especie, tipo de producto y mercado) que parezca tener una alta demanda. Deberán realizarse las siguientes preguntas:
  - ¿Qué venderán?
  - ¿De dónde o de quién lo obtendrán?
  - ¿A quién lo venderán?
  - ¿Dónde lo venderán?
  - ¿Cómo lo venderán?
4. Solicite que presenten su idea al grupo completo y que escojan dos ideas (una viable y otra que parezca menos probable de tener éxito, si es posible).
5. Para ambos casos, con el grupo completo, analicen las respuestas a las siguientes preguntas:
  - ¿Cuáles son las fortalezas internas del negocio propuesto?
  - ¿Cuáles son las debilidades internas del negocio propuesto?
  - ¿Cuáles son las oportunidades externas al negocio?
  - ¿Cuáles son las amenazas externas al negocio?
  - ¿Sería diferente si el negocio fuese operado por hombres o por mujeres?

6. Capturen los resultados en la siguiente tabla y compárenlos:

<b>INTERNAS AL NEGOCIO</b>			
Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
<b>EXTERNAS AL NEGOCIO</b>			
Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas

7. Continúe realizando intercambios de ideas con el grupo sobre:

- ¿Qué información falta?
- ¿Existen más fortalezas que debilidades?
- ¿Las amenazas son demasiado grandes para afrontarlas?
- ¿Existe alguna discriminación de género?
- ¿El mercado objetivo se encuentra influenciado por cambios globales en los mercados?
- ¡Recuerden tener en cuenta el cambio climático en esta categoría!

8. Seleccionen la idea de negocio que tenga mayores posibilidades de funcionar y diseñen una cadena de suministro y una cadena de valor adecuadas para dicho negocio. Concluyan analizando:

- ¿Cuáles son los costos de realizar negocios?
- ¿A qué precio es posible vender el producto?
- ¿Es riesgoso? ¿Qué cambios pueden afectarlo?

## notas del facilitador

La planeación es la clave para establecer un negocio exitoso. Los nuevos emprendedores deberán comprender el entorno en el que están ingresando con el negocio. Un análisis FODA es una herramienta que puede utilizarse para desarrollar la idea de negocio, tomar decisiones, resolver problemas y desarrollar una estrategia de comercialización.

## 🔄 ejercicios 3

---

### ¿ES VIABLE?<sup>2</sup>

**OBJETIVO:**

Evaluar la viabilidad de una idea de negocio

**MATERIALES:**

Papel, bolígrafos.

**DURACIÓN:**

5 horas.

**PASOS:**

1. Basado en el caso viable del ejercicio anterior, analice con el grupo qué más necesita observarse para esa idea de negocio en particular. El grupo ahora deberá realmente pensar con mayor detalle acerca de todo lo que necesitará el negocio. Comience el análisis guiando al grupo a través de un día en la vida del negocio: Es de mañana y se dirigen a la playa, al sitio de acuicultura o a la zona de procesamiento. ¿Dónde está la playa, el sitio de acuicultura o la zona de procesamiento y cómo van a llegar allí? Una vez que estén allí, ¿qué harán primero (p. ej. verificar el pescado: ¿está fresco?)? ¿Qué necesitan para transportar el producto? ¿Quién más trabajará con ustedes?, etc.
2. El grupo listará todas las cosas sobre las que hablaron en una hoja de papel.
3. Realice preguntas adicionales al grupo para tratar de asegurarse que nada se ha omitido. La lista de insumos necesarios para el negocio deberá incluir: materia prima (p. ej. pescado, sal, madera, hielo), trabajo, habilidades, equipo (p. ej. horno o estantes de secado, cuchillos), tiempo, edificios (p. ej. zonas de procesamiento), terreno, transporte, licencias y requerimientos legales, servicios públicos (p. ej. agua limpia). Las siguientes preguntas pueden ser útiles:
  - ¿De dónde vendrán los insumos? ¿Todo se encuentra disponible de forma local?
  - ¿Es fiable el suministro? ¿Es fiable durante todo el año o sólo durante parte del mismo?
  - ¿La calidad de los insumos es suficientemente buena?
  - ¿Quién más utiliza los recursos? ¿Esto significará competencia para los mismos insumos?
  - ¿El emprendedor o grupo ya tiene el terreno o el edificio? ¿Cuánto cuesta alquilarlo?
  - ¿Ya existen servicios allí (agua y electricidad)? Si no es así, ¿cuánto costará proporcionarlos?
  - ¿Cómo serán transportados los insumos? ¿Necesitarán un lugar de almacenamiento?
  - ¿Y el equipo? ¿Dónde se realizará el mantenimiento y las reparaciones? ¿Quién lo hará?
  - Si se requiere una licencia, ¿dónde puede obtenerse? ¿Cuánto costará?
  - ¿Cuántas personas se necesitarán para operar el negocio? ¿Quiénes son? ¿Existe un grupo con los miembros necesarios o se necesitan otros?
  - ¿Las habilidades necesarias ya se encuentran disponibles o pueden aprenderse? ¿Cómo, dónde y cuándo?
  - Si se necesitan diseños u otra información técnica, ¿de dónde vendrán?
4. Junto con el grupo, estime cuánto costará todo. Al lado de cada elemento de la lista anoten el costo estimado. Algunos de estos costos será bastante fácil estimarlos en base a las experiencias de los participantes. Otros habrá que descubrirlos preguntando a otras personas. Los números no tienen que ser exactos, la idea en esta etapa es solo ver si el negocio es viable en términos generales o no.

---

2 Adaptado del módulo de las JFFLS Entrepreneurship (disponible en [www.fao-ilo.org/?id=20904](http://www.fao-ilo.org/?id=20904)).

- Si es necesario aprender habilidades, ¿tendrá un costo aprenderlas?
  - Si se necesita trabajo extra, ¿cuánto costará?
  - ¿Y los equipos o herramientas?
  - ¿A cuánto ascenderá el costo de operación diario para los materiales, el transporte, etc.?
5. Analicen quién llevará los registros y realizará la contabilidad del negocio para este ejercicio. Quizás alguno de los grupos tenga a alguien que ya cuente con experiencia en llevar la contabilidad. Debería haber un miembro que sea bueno con los números y que estuviera dispuesto a intentarlo. Una vez que el grupo haya puesto un número al lado de todas las cosas que se necesitan para el negocio, explique la diferencia entre los distintos tipos de costos (costos fijos y costos variables).
- Por ejemplo: Consideren una panadería en funcionamiento. Algunos costos no cambiarán si la panadería produce unas pocas barras de pan o muchas. El alquiler, la electricidad, el transporte para ir al mercado a vender el producto del grupo, aún serán necesarios independientemente de cuántas barras de pan hayan producido. Estos costos se llaman costos fijos. Algunos otros costos cambiarán de acuerdo a cuántas barras de pan la panadería produce. La cantidad de harina, sal, levadura y otros ingredientes cambiará de acuerdo a cuántas barras de pan se produzcan. Estos costos se llaman costos variables.
6. Solicite al grupo que divida su lista de costos en dos categorías: costos fijos y costos variables. Esto ayudará al grupo a monitorear el negocio y a establecer el nivel de producción más rentable.
7. Asignen el precio: Pregunte al grupo si los mismos productos o similares ya se encuentran disponibles en la zona o en zonas vecinas. ¿Cuánto cuestan? Analice con el grupo cuánto estarían dispuestos a pagar ellos mismos.
- Nota: Mientras que el precio depende de lo que las personas están dispuestas a pagar por el producto, el grupo tendrá que verificar si al menos este precio cubre sus costos. Si el precio que las personas están dispuestas a pagar es menor que el costo de producción, aumentar el precio no es la respuesta. Esto solo puede provocar que nadie compre el producto. Solicite al grupo que revise nuevamente los costos, tanto los fijos como los variables, para ver si es posible reducir algunos de ellos. Aún así, reducir costos no debería resultar en una menor calidad del producto. Si esto sucede, menos personas querrán comprarlo.
8. Financiamiento: ¿De dónde vendrá el dinero para iniciar el negocio? Hasta que algo se haya producido y vendido, todo el dinero sale y nada entra. Todo negocio necesita dinero que aportar antes de que éste regrese algo de dinero. Si el grupo quiere criar pollos, necesitarán pagar por los pollitos, su alimento y algo de alambre para hacer un gallinero donde guardarlos. Todo esto tendrá que ser pagado antes de que puedan comenzar a vender los pollos adultos. De manera ideal, este dinero inicial debería venir del emprendedor. Permita que el grupo analice opciones: ¿Es más fácil si él/ella es parte de un grupo que tiene sus propios ahorros? ¿Esto será suficiente para cubrir los costos hasta que el dinero comience a recibirse? Si no, ¿dónde más podría encontrarse el dinero? ¿Podría el grupo contribuir más? ¿Podrían pedir prestado el dinero a familiares? ¿Existen otras fuentes? Quizás en un inicio podrían prestarles algunas cosas en lugar de comprarlas o podrían utilizar espacios más pequeños
- Nota: Sin importar qué tan bien el grupo planee el negocio, las cosas aún pueden salir mal. Los precios de los insumos pueden elevarse de forma inesperada o algo podría averiarse y necesitar reparación. El grupo debería guardar algo de dinero en un fondo de reserva para cubrir este tipo de gastos inesperados. Entre el 5 y el 10 por ciento de los costos iniciales de

un negocio sería una cantidad razonable para el fondo de reserva.

- Si un emprendedor o grupo no está lo suficientemente seguro de su idea de negocio para arriesgar su propio dinero primero, no deberían pensar en pedir dinero prestado. Un préstamo debe pagarse y debería pensarse como si se utilizaran fondos propios. Los bancos y otras fuentes de financiamiento a menudo no desean prestar dinero a pequeños emprendedores o grupos a menos que el grupo haya puesto parte de sus propios recursos o ahorros en el negocio.
9. Investigación de mercado: Una vez que el producto ha sido identificado, el grupo deberá abordar las siguientes preguntas:
- ¿Quiénes son las personas a quienes se espera vender el producto? ¿Son hombres, mujeres, niños, negocios, familias?
  - ¿Dónde viven?
  - ¿Qué hacen?
  - ¿En qué están más interesados?
  - ¿Cuántos clientes piensa el grupo que podrían existir en la comunidad? ¿Son suficientes para mantener el negocio en funcionamiento? Consideren también la demanda potencial de las instituciones y negocios locales (p. ej. ¿Cuánto pescado por semana requeriría el hotel más cercano?)
  - ¿Existen más clientes potenciales en los pueblos cercanos? ¿Cuántos? ¿Podría venderse el producto allí? ¿Podría el grupo transportar el producto allí? ¿Alguien ya vende el producto allí?
10. Competencia: Permita que el grupo analice contra qué producto o servicio competirían. Esto no solo quiere decir si alguien más produce el producto, sino qué comprarían los clientes en su lugar si el producto no estuviera a la venta. Por ejemplo, si el grupo fuera a hacer limonada fresca, no solo estarían compitiendo con otros vendedores de limonada sino con cualquiera que venda refrescos. Vender queroseno puede competir con la venta de madera combustible. Analice esta idea con el grupo y ayúdelos a reflexionar sobre quiénes son sus competidores. ¿Qué tan fácil es copiar el negocio? Si es muy fácil, a medida que los otros vean que el grupo pone en marcha la idea, pueden copiarla. Realice al grupo las siguientes preguntas:
- ¿Existen suficientes clientes para todos los que quieren entrar en el negocio?
  - Si no es así, ¿existe algo que el grupo pueda hacer que le daría una ventaja sobre los otros? ¿Mejor posición en la comunidad, mejor calidad del producto, servicio más rápido, mejor empaque o etiquetado?
  - ¿Qué haría el grupo si no hubiese suficientes clientes, tanto para el grupo como para sus competidores?
  - ¿Qué tan fácil podrían alterar su producto o servicio para proporcionar algo adicional y mantener el negocio en operación?

Nota: En esta etapa, el grupo debería tener una idea clara sobre todo lo necesario para operar un negocio y deberían saber si aún quieren continuar. Puede suceder que, aunque quieran emprender una empresa grupal, decidan que la idea elegida no es práctica o es demasiado ambiciosa por alguna razón. De ser así, puede valer la pena regresar a la lista original de sugerencias de ideas de negocio para elegir otra cosa. Antes de continuar con el siguiente capítulo, el mismo estudio de viabilidad debería realizarse entonces para la nueva idea.

## notas del facilitador

---

Una vez que se tiene una idea para una empresa o negocio, es importante evaluar la posibilidad real de producir el producto o servicio en particular. Demasiadas personas comienzan un nuevo negocio cegados por el atractivo del producto o por lo que parece ser un mercado atractivo, pero poco tiempo

después no consiguen ganarse la vida. Esto sucede porque la mayoría de los emprendedores a pequeña escala no planean de forma apropiada o no comprenden todos los costos relacionados con la operación de un negocio y no realizan un estudio de mercado para descubrir qué quieren comprar los clientes y a qué precio.

Existen varios riesgos en la producción pesquera tales como cambios en abundancia, cambios ambientales, mal clima y robo. Los riesgos del negocio también pueden relacionarse con una administración pobre de cualquier ingreso (dinero que ingresa al negocio) y gasto (dinero que sale del negocio). Los riesgos relacionados con la producción también podrían deberse a una avería del equipo o productos dañados. Los riesgos relacionados con el mercado podrían deberse a un cambio en lo que quieren los clientes. Si existen demasiados vendedores del mismo producto al mismo tiempo, los precios pueden caer. Trabajar junto con otras personas a través de una asociación puede hacer al grupo más fuerte y más resistente para hacer frente a cualquiera de estos riesgos.

Un estudio de viabilidad debería mostrar las mejores formas de producir, poner en el mercado y vender un producto. El resultado de un estudio de viabilidad debería señalar la mejor solución para obtener beneficios, dadas las habilidades que se poseen, los recursos disponibles y las oportunidades de mercado.

## 🔗 ejercicios 4

### CASOS DE ESTUDIO

---

#### **OBJETIVO:**

Aplicar de forma práctica las lecciones aprendidas a través de los ejercicios previos.

#### **MATERIALES:**

Dos casos de estudio de negocios, uno positivo y uno negativo (de manera ideal, adecuados al contexto local. Si no es posible, utilizar los ejemplos que se encuentran a continuación).

#### **DURACIÓN:**

2 horas.

#### **PASOS:**

1. Presente el caso de estudio 1 al grupo y juntos realicen una lista de los pasos que se llevaron a cabo para instalar un negocio.
2. Analicen qué factores justifican los resultados..
3. Presente el caso de estudio 2 y de nuevo identifiquen los pasos que se realizaron para establecer el negocio.
4. Analicen por qué este fracasó.

#### **CASO DE ESTUDIO 1: EL PESCADO SECO DE ELIZABETH**

Elizabeth tiene espacio libre en frente de su casa cerca de la playa que puede utilizar. Sus padres han fallecido. Ella tiene un hermano y una hermana menores. Durante los tres años posteriores a la muerte de sus padres, ella ha trabajado con un pescadero local ayudando a limpiar el pescado y no ha hecho buenas ganancias.

Antes de decidir qué tipo de negocio establecer, visitó el mercado varias veces para conocer qué

tipos de productos del pescado son populares (demanda) y cuáles se venden por un precio mayor. Incluso viajó al mercado del pueblo contiguo, ya que el mercado en su pueblo es bastante pequeño. Descubrió que el lenguado seco se vende a un precio muy alto y que muchas personas quieren comprarlo (se encuentra en alta demanda), en especial en los hoteles.

Su primo vive en el pueblo contiguo y ella fue a visitarlo porque sabía que él secaba lenguado. Lo entrevistó acerca de cómo realiza el proceso completo. Por fortuna, a través de su primo, escuchó que en un pueblo cercano existe un taller de capacitación sobre cómo secar pescado y otros productos. Aunque tuvo que conseguir que alguien cuidase a su hermano y hermana menores y caminar una distancia muy larga, asistió al taller.

El taller no fue como la escuela o algo que hubiera experimentado antes. Incluyó demostraciones y los que asistieron al taller tuvieron de hecho que participar en el procesamiento y en el secado. Elizabeth aprendió cómo seleccionar el mejor pescado, limpiarlo, agregarle sal, construir estantes y mantener a las moscas y otras plagas lejos del producto terminado. También aprendió sobre empaques agradables y la determinación de precios.

Elizabeth solo tenía 100 (moneda local) así que regresó con su primó y le pidió un préstamo de 100 (moneda local) para agregarlo a lo que ella ya tenía. Luego fue al mercado y buscó a comerciantes a los que comprar el pescado que iba a producir. Encontró también algunos puesteros que aceptaron vender su pescado.

Comenzó a construir estantes en su terreno. Siguió lo que aprendió en el taller. También registró todo el dinero que gastó en la compra del pescado (gastos de producción). Después de tres meses, comenzó a venderlos a sus compradores. Anotó todo lo que vendió, registrando sus ventas. Sus ventas totales ascendieron a 500 (moneda local). Consiguió una ganancia de 200. Además de las ganancias, pagó el préstamo de 100 a su primo junto con un pequeño extra (el interés). Ella reinvertió parte de las ganancias en su operación de secado, contratando un asistente.

## **CASO DE ESTUDIO 2: EL PROYECTO DE MARÍA**

María tiene 17 años y vive con sus dos hermanos menores. Ha estado pensando en formas de ganar dinero para asegurar que sus hermanos más pequeños puedan continuar asistiendo a la escuela.

Aprendió de las personas que a menudo visitan su pueblo buscando pescado para comer en sus hogares. Hay mucho desembarco de pescado en su pueblo y montones de personas que vienen a comprarlo. Ella le preguntó a su hermana mayor, que solía trabajar en una instalación de procesamiento, cómo secar el pescado.

Dispuso de un préstamo de su primo e invirtió todos sus ahorros para comenzar el negocio. Seleccionó el pescado más barato para comprarlo y secarlo. Durante la temporada completa, fue capaz de vender solo una pequeña cantidad de pescado. Después supo que existen distintos precios dependiendo de la calidad del producto del pescado.

No fue capaz de recuperar todo el dinero que había gastado en la empresa. Su primo se estaba enojando cada vez más con ella por no pagarle el dinero que le había prestado.



## VENTA DE TU PRODUCTO

“¿Qué pescado quiere el mercado?” es una pregunta en la que todos los negocios deben pensar. La pregunta “cómo vender” requiere mucha consideración. Es necesario dotar a tu producto de la mejor estrategia de mercado. Por ejemplo, un pescador puede obtener pescado de buena calidad. Sin embargo, comercializar este pescado puede ser muy competitivo, con otros pescadores ofreciendo lo mismo en el mercado local. La comercialización se trata de promover tu pescado para hacerlo más atractivo al cliente. Cómo, dónde y a qué precio se ofrece tu producto es importante y, por lo tanto, un plan de comercialización es muy importante para tu operación. Existen muchas ideas y herramientas que ayudan al diseño de estrategias de comercialización, desde cómo abordar a los compradores hasta el empaque.

## 🔄 ejercicios 1

---

### VENTA DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

**OBJETIVO:**

Crear un método efectivo para identificar y llegar a los clientes a través de un juego de representación de roles.

**DURACIÓN:**

1 hora.

**MATERIALES:**

Papel, bolígrafos.

**PASOS:**

1. Forme equipos de tres personas cada uno, considerando una mezcla de géneros. Explique que realizarán un pequeño juego de representación (basado en uno de los escenarios detallados a continuación o uno similar) y cada uno tendrá un rol específico: uno será el vendedor, uno el comprador y uno el asesor del vendedor.
2. Distribuya los escenarios.
3. Utilice las preguntas que se encuentran a continuación para apoyar a los equipos en la preparación de sus representaciones:
  - Piensen acerca de qué se está planeando vender y cómo será promocionado.
  - Planeen una estrategia:
    - ¿Qué necesitan saber acerca de sus competidores?
    - ¿Qué obstáculos ven?
    - ¿Cómo presentarán la información?
    - ¿Qué preguntas realizarán?
4. Todos los miembros del equipo deberán entonces analizar juntos cuál es la mejor forma de representar sus roles.
5. Cada equipo presentará su escenario al grupo completo.
6. Analice con todo el grupo las distintas estrategias de comercialización y realicen un intercambio de ideas alternativas para cerrar el trato con el comprador final.

**Escenarios**

**Vendedor:** Está exhibiendo y vendiendo pez gato ahumado. Está tratando de hacer que los clientes vean de qué buena calidad son y que los compren. Es muy amistoso, se ve feliz y sonríe mucho. Está tratando de convencer a una persona que se ve triste, que pasa caminado para comprar un poco.

**Comprador:** Está triste porque su madre está enferma. No está tan interesado en comprar el pescado, aunque un vendedor muy amistoso se le está acercando. ¿Quizás el pescado animaría a su madre? Sin embargo, no tiene mucho dinero.

**Vendedor:** Está vendiendo el pescado seco que hizo él mismo. Quiere mostrar que tan buenos son para preparar la comida. Él/ella está preocupado/a por la calidad del pescado.

**Comprador:** Alguien está intentando venderle pescado seco. Está preocupado porque puede no ser de buena calidad y le preocupa que pueda enfermarse.

**Vendedor:** Ha desarrollado un producto de pescado frito y lo está vendiendo en el mercado. ¿Cómo puede atraer clientes a su puesto? Debe mostrar que es un buen producto y que el pescado es fresco. Quiere mostrar qué tan sabroso es.

**Comprador:** Está hambriento. Hay un pequeño puesto con pescado cocido a la venta. No está seguro si el pescado está fresco o no. Además, no está seguro de qué otros ingredientes se utilizaron para prepararlo. Finalmente, lo prueba y le gusta.

**Vendedor:** Tiene pescado vivo y fresco a la venta (uno grande y dos pequeños) y se retuercen cuando saca uno fuera del agua para mostrarlo a los clientes. Quiere vender el pescado grande, pero el cliente parece querer comprar los dos pescados pequeños por muy poco dinero.

**Comprador:** Quiere comprar dos pescados pequeños por el mismo precio que el grande. Debe regatear con el vendedor. El vendedor quiere vender el pescado grande.

## notas del facilitador

---

La representación de roles es un entrenamiento de ventas efectivo que proporciona experiencia práctica. La clave para hacerlo divertido y memorable es agregar humor y exageración a la actuación. Los estudiantes pueden turnarse interpretando el papel del vendedor y el papel del cliente.

La comercialización consiste en comprender los hábitos de compra de sus clientes y persuadirlos para que compren su producto en lugar de los productos de los competidores. Incluye la identificación, anticipación, satisfacción e incluso exceder las necesidades de los clientes. La comercialización incluye todas las actividades que pueden contribuir a vender un producto o un servicio a un mejor precio.

La comercialización incluye:

- Descubrir qué quieren los clientes.
- Producir un producto que cumpla con sus necesidades.
- Asignar un precio apropiado al producto.
- Distribuir en donde se encuentren los clientes.
- Realizar promoción a través de publicidad apropiada.

La comercialización requiere creatividad. Sin embargo, existen estrategias de comercialización que pueden afectar la salud o la seguridad del vendedor. Por ejemplo, a veces las mujeres intercambian favores sexuales a cambio de pescado cuando no tienen suficiente dinero para comprarlo para su comercialización o procesamiento. Este comportamiento aumenta su vulnerabilidad y puede resultar en tasas de transmisión más altas del HIV/SIDA.

## ejercicios 2

---

### ¿CUÁNDO ES NECESARIO UN INTERMEDIARIO?

**OBJETIVO:**

Comprender el papel de un intermediario.

**DURACIÓN:**

1 hora.

**MATERIALES:**

Ninguno.

**PASOS:**

1. Realicen un debate inicial sobre:
  - si los participantes piensan que los intermediarios y el sistema de distribución son necesarios para todos los productos;
  - cuándo y para qué productos serían necesarios;
  - cuándo y para qué productos no serían necesarios.

2. Guíe el debate para resaltar cuándo los intermediarios son útiles:

Nota: Los intermediarios son importantes cuando los mercados no están cerca o cuando se necesita obtener dinero de forma rápida para cubrir los gastos de operación. Los intermediarios son menos necesarios cuando se producen pequeñas cantidades y es probable que se consuman de forma local o también cuando se producen grandes cantidades y los mercados no están demasiado lejos (suponiendo que existe transporte disponible para llegar al mercado a tiempo y regresar a intervalos regulares). Los intermediarios son también menos útiles si los productores son capaces de tener acceso a servicios financieros para hacer frente a los gastos de operación.

3. Analicen las características de un buen intermediario. Por ejemplo:
  - una persona local de buena situación financiera;
  - dispuesto a conservar stocks de producto y con el equipo para hacerlo;
  - capaz de crear una demanda constante del producto;
  - un buen comunicador (comunicando las necesidades del mercado al productor y ayudándolo/la a producir lo que el mercado necesita);
  - paga precios justos al productor y no lo/la explota.
4. Solicite ejemplos de cómo buenos intermediarios han ayudado a los productores en la comunidad local.
5. Analicen: ¿Es posible para ustedes encontrar intermediarios que pudieran ayudarlos si quisieran establecer su propia actividad? ¿O existe la posibilidad de que ustedes proporcionen el servicio de intermediario en su comunidad?

## 🗂️ ejercicios 3

### ADAPTAR EL MENSAJE

---

#### OBJETIVO:

Desarrollar técnicas simples de investigación de mercado.

#### DURACIÓN:

1 hora.

#### MATERIALES:

Ninguno.

#### PASOS:

1. Pregunte al grupo qué necesitan saber sobre sus clientes si quieren instalar un negocio. Deberán considerar lo siguiente:
  - ¿Quiénes son los clientes?
  - ¿Dónde se localizan?
  - ¿Cuáles son sus necesidades?
  - ¿Con qué frecuencia compran? ¿Existen patrones estacionales?
  - ¿Cuándo compran?
  - ¿Cuánto están dispuestos a pagar?
  - ¿Cómo les llegará el producto? ¿Existen cuestiones estacionales relacionadas con el transporte?
  - ¿Quiénes son los competidores?
  
2. Pregúnteles cómo pueden obtener esta información (p. ej. a través de encuestas a clientes, información de los medios [radio, periódicos, TV] o productos similares, observando a los competidores, evaluación del mercado a través de muestras gratis).
  
3. Presente las cuatro “p” de la comercialización:
  - Producto: de buena calidad, atractivo, moderno y diversificado.
  - Precio: establecer el precio correcto (para producir un beneficio pero no tan alto que no esté al alcance de los clientes).
  - Punto de venta: es necesario vender en la ubicación correcta. El lugar debe estar limpio, ser seguro y atractivo.
  - Promoción: ¿Cómo se promocionará el producto? Utilizar tecnología que ya se encuentra disponible. A veces la promoción de boca en boca puede ser efectiva; considerar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (p. ej. teléfonos móviles).
  
4. El valor de una marca o una etiqueta: Pregunte a los estudiantes si comprarían un producto a un grupo local en lugar de alguien a quien no conocen. ¿Cómo puede utilizarse esto para incrementar las ventas? ¿Sus clientes preferirán productos producidos de forma local en lugar de productos importados? ¿Será más probable que compren pescado que fue producido de forma sostenible (si esto fuera comunicado de manera apropiada, por ejemplo a través de una eco-etiqueta)? ¿Preferirán pescado de la pesca de captura o de acuicultura?

## 🔄 actividad final

---

### ¡SUÉÑALO!

**OBJETIVO:**

Permitir que los estudiantes experimenten el sentimiento de un negocio exitoso.

**DURACIÓN:**

1 hora.

**MATERIALES:**

Música tranquila, un ambiente cómodo, bolígrafos, papel.

**PASOS:**

1. Haga que los participantes formen un círculo y se sienten de manera cómoda sobre el piso o sillas.
2. Solicite que cierren sus ojos y ayúdelos a visualizar su vida de aquí a 10 años – haga que imaginen un resultado de un negocio exitoso.
3. ¿Cómo se sienten? ¿Qué es lo que poseen? ¿Qué pueden ver? ¿Oír? ¿Oler?
4. Haga que escojan una de sus escenas favoritas y cuando abran sus ojos deberán dibujarla en una hoja de papel.
5. Haga que compartan su visión entre ellos.

## REFERENCIAS

- **Dickson, M.W.** 2010. *Improved planning and management of artisanal fisheries organizations*. EU ACP Strengthening Fishery Products Programme. Brussels. 27 p.
- **Dalla Valle, F.** (forthcoming). *Entrepreneurship for youth employment module*.
- **Diei-Ouadi, Y. & Mgawe, Y.I.** 2011. *Post-harvest fish loss assessment in small-scale fisheries: a guide for the extension officer*. FAO Fisheries and Aquaculture Technical Paper No. 559. Rome, FAO. 93 p. (also available at [www.fao.org/docrep/014/i2241e/i2241e.pdf](http://www.fao.org/docrep/014/i2241e/i2241e.pdf)).
- **FAO.** 2005. *Fisheries and Aquaculture Topics. Preservation Techniques. Topics Fact Sheets*. Text by L. Ababouch. (available at [www.fao.org/fishery/topic/12322/en](http://www.fao.org/fishery/topic/12322/en)).
- **FAO.** 2013. *Good practice policies to eliminate gender inequalities in fish value chains* (available at [www.fao.org/docrep/019/i3553e/i3553e.pdf](http://www.fao.org/docrep/019/i3553e/i3553e.pdf)).
- **Gordon, A., Pulis, A. & Owusu-Adjei, E.** 2011. *Smoked marine fish from Western Region, Ghana: a value chain assessment*. USAID Integrated Coastal and Fisheries Governance Initiative for the Western Region, Ghana. WorldFish Center. 46 p.
- **Graham, J., Charles, A. & Bull, A.** 2006. *Community fisheries management handbook*. Gorsebrook Research Institute for Atlantic Canada. 135 p.
- **Government of Malawi.** 2012. *Community trainers handbook on sustainable fisheries management and business skills*. Lilongwe, Department of Fisheries, Ministry of Agriculture, Irrigation and Water Development. 108 p.
- **Iceada: Ministry of Gender, Labour and Social Development.** (undated). *Business skills for BMUs*. Learners Reader Books 1 and 2.
- **Richardson, L.** 2008. *Perfect selling*. McGraw-Hill Publishers. 176 p.
- **Tropical Development and Research Institute (TDRI).** *Fish handling, preservation and processing in the tropics: Part 2 (NRI)* [available at [www.nzdl.org/gsdImod?e=d-00000-00--off-0fnl2.2--00-0----0-10-0---0---0direct-10---4-----0-11--11-en-50---20-about---00-0-1-00-0--4---0-0-11-10-0utfZz-8-10&a=d&c=fnl2.2&cl=CL3.44&d=HASH7ac30d9b35422de1ae5029.11](http://www.nzdl.org/gsdImod?e=d-00000-00--off-0fnl2.2--00-0----0-10-0---0---0direct-10---4-----0-11--11-en-50---20-about---00-0-1-00-0--4---0-0-11-10-0utfZz-8-10&a=d&c=fnl2.2&cl=CL3.44&d=HASH7ac30d9b35422de1ae5029.11)].
- **Ziglar, Z.** 2004. *Secrets of closing a sale*. Revell Publishers. 432 p.

For more information, consult:

- [www.kent.ac.uk/careers/interviews/role-play-interviews.htm](http://www.kent.ac.uk/careers/interviews/role-play-interviews.htm)
- [www.salestalentinc.com/sales\\_situation\\_interview.php](http://www.salestalentinc.com/sales_situation_interview.php)



Con el apoyo de



**Organización de las Naciones  
Unidas para la Alimentación  
y la Agricultura**

Viale delle Terme di Caracalla  
00153 Roma, Italia  
Teléfono: +39 0657051  
[www.fao.org](http://www.fao.org)