



Project FSCFT - 23

The Marketing of Seafood in Cuba

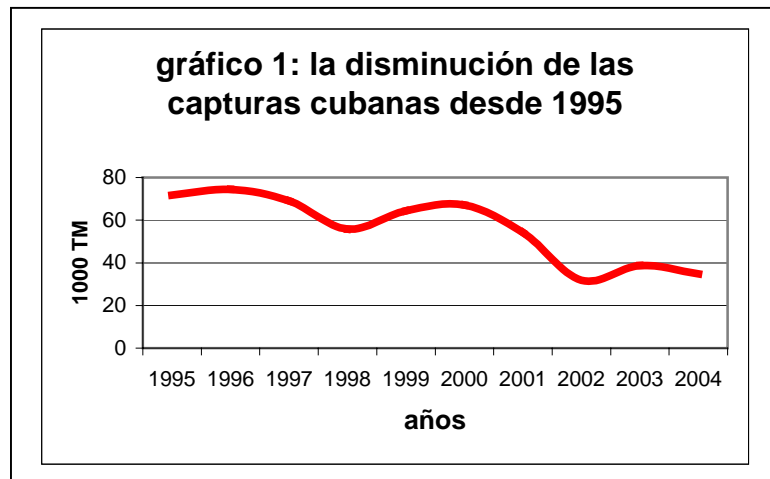
*(Report to be published in the magazine INFOPECA Internacional
under the Spanish title "El abastecimiento de pescado en Cuba")*

30 April 2007

El abastecimiento de pescado en Cuba

Son 11 millones de cubanos que se alimentan y, al igual que los demás habitantes del planeta, aprecian el pescado y sus virtudes de alimento sano y saludable. Dicen que el pescado constituye la base en la dieta de Fidel Castro.

¿Cómo abastecer a esta importante población cuando las capturas nacionales disminuyeron de más de la mitad en los últimos diez años (71.700 toneladas en 1995, 34.800 toneladas en 2004 - gráfico 1)?



Fuente: FAO

Así como en muchos otros países, la flota pesquera cubana disminuyó sensiblemente sus actividades de alta mar. También disminuyeron las capturas en aguas nacionales, donde la plataforma es relativamente pequeña. En el año 2007, atentas a evitar una posible sobreexplotación de los recursos, las autoridades del MIP adelantaron la veda de la pesca de camarón en el sur oriental del país para el mes de mayo, cuando esta estaba anteriormente prevista para comenzar en el mes de agosto.



Arrastreros camaróneros en Playa de Florida



barcos de pesca de línea en Cojimar, Habana

Por otro lado, las autoridades pesqueras promueven la acuicultura, en particular la de peces de agua dulce. Las estadísticas de producción acuícola de la FAO indican así para el año 2004 una producción cubana de:

- carpa plateada: 14.997 TM en 2004
- otros peces de agua dulce (en particular la tilapia): 8.907 TM
- camarón: 391 TM en 2004 (pero un promedio de 1.617 TM anuales en los 9 años anteriores).
- ostras: 1.184 TM en 2004

La tendencia actual está en la sustitución gradual de la acuicultura de carpas, no muy apreciadas por los consumidores, por la de tilapias y, naturalmente, en el aumento de los volúmenes producidos, pese a la dificultad de la falta de harina de pescado en el país para la preparación de piensos.

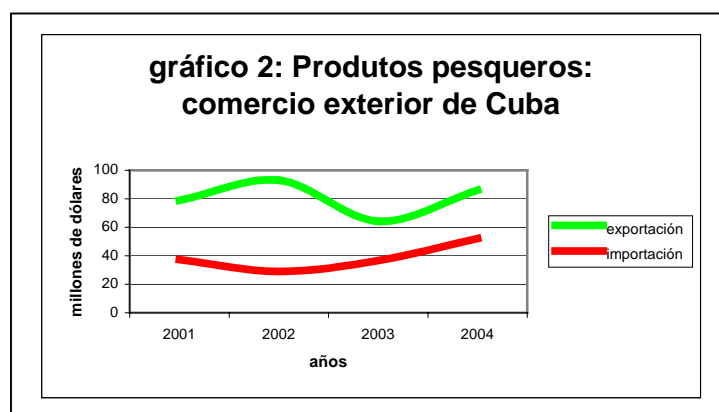
Exportación de productos de altos precios e importación de productos de bajos precios

Una de las maneras de aumentar la oferta de pescado para la población cubana está en la importación. Para esta finalidad, se encuentra la empresa ALIMPORT que importa los productos que se distribuyen en la canasta popular básica del Ministerio de Comercio Interior (MINCIN). Ya para el mercado mundial, es la empresa CARIBEX la que se ocupa de las exportaciones.

Se importaron así 54.291 TM en 2004 (más 445 TM de harinas de pescado, destinadas a la acuicultura), a un precio promedio de US\$ 0,95/Kg, siendo 51.480 TM de congelados, principalmente jurel chileno y calamar, a un precio CIF promedio de US\$ 0,84/KG. También se importaron en el mismo periodo 2.194 TM de conservas, principalmente de jurel, a un precio promedio de US\$ 2,21/Kg).

Estas importaciones fueron por su vez financiadas por las exportaciones de 10.091 TM, principalmente de langostas y camarones, a un precio FOB promedio de US\$ 8,52/Kg.

Por cada kilo de pescado que exporta, Cuba logra así importar más de 5 kilos, y aún tiene un superávit en su balanza comercial (gráfico 2).



Además de las exportaciones tradicionales, para conseguir divisas que a su vez permiten las importaciones, Cuba también cuenta con el desarrollo del turismo, donde no es el pescado que se envía al extranjero sino el turista que viene consumir *in situ*, pagando sus comidas en CUC, vale decir: en divisas. Si estimamos que cada uno de los 2 millones de turistas que visitan anualmente el país consumen en promedio un plato de pescado (con un equivalente peso vivo de 0,6 Kg por plato), tendremos un

consumo turístico de 1.200 TM anuales, con el valor agregado de la preparación y del ambiente de consumo. Un plato de pescado en un restaurante puede valer entre CUC 5 y CUC 25 *, dependiendo se incluye crustáceos o no. El pescado aportado a la industria turística es originario de la pesca costera, de la acuicultura y eventualmente de las importaciones.

La empresa PESCACARIBE es la responsable del abastecimiento de los hoteles y los restaurantes que atienden a los turistas. También abastece a las cadenas de supermercados, muchas veces con productos importados, donde las compras se pagan en CUC. Fundada en 1995, esta empresa tiene cuatro unidades, situadas en Habana, Varadero, El Morón y Holguín, dotadas de almacenes frigoríficos y de camiones de transporte. Atiende a los pedidos de los restaurantes y de las cocinas de hoteles entre 24 y 48 horas, a precios ligeramente inferiores a los internacionales. Así, las colas de langostas se venden en unos CUC 30 /Kg. Las langostas enteras, crudas, tienen un precio que varía de CUC 10 a CUC 15 y el camarón de cultivo (*P.vannamei*), tamaño 41/50, se vende a CUC 3,80/ Kg.



La casa matriz de PESCACARIBE, en Cojimar, Habana

El mismo pescado accesible a todos

Para el abastecimiento de la población en general, existen tres grandes líneas de distribución. La más importante es la del MINCIN, que organiza la distribución de la canasta básica, accesible por libreta de abastecimiento. Para cada Cubano existe una garantía mínima mensual de abastecimiento de 1 libra de pescado entero (básicamente jurel o calamar, congelados). Para las personas que tienen dietas especiales (mujeres embarazadas, niños, enfermos, ancianos...) esta garantía puede elevarse a 6 libras por mes.

Además de esta distribución de pescado entero congelado por libreta, realizada frecuentemente en los primeros días del mes (las existencias de las tiendas se agotan rápidamente), también se consume el pescado, ya preparado, en los comedores de diversos organismos y programas sociales.

Finalmente, las pescaderías del mercado libre también proveen pescado a la población, que se paga en moneda nacional. En total, hay 124 pescaderías en el país, de las cuales 24 se encuentran en La Habana, organizadas en la cadena MERCOMAR.

* 1 CUC = 24 pesos Moneda Nacional = US\$ 1,12

Evolución de la distribución de pescado a la población cubana (en toneladas)

	2004	2005	2006
Canasta popular	31.400	28.000	25.900
Organismos	16.200	18.000	21.800
Pescaderías	6.900	5.900	7.900
total	54.500	51.900	55.600

Fuente: MIP

Obs: los volúmenes indicados se encuentran en peso real del producto y no en "equivalente peso vivo".

En Cuba, por lo tanto, prácticamente el 86% del volumen de pescado destinado a la población se distribuye en la canasta popular o por medio de diversos organismos. Esto explica un poco el número relativamente pequeño de pescaderías existentes en el país: alrededor de 1 pescadería para 100.000 habitantes, donde se puede obtener otras especies que solamente el jurel o el calamar de la canasta básica.

La tendencia verificada es la de aumentar el número de pescaderías existentes. El Sr. Jorge Félix Fernández Morales, director de la cadena MERCOMAR, indica que tiene planeado pasar de 24 a 56 el número de pescaderías en Habana en los próximos años, con la apertura de 3 nuevas tiendas ya en 2007. Por otro lado, también dejó establecida la tendencia creciente de MERCOMAR de trabajar con pescado fresco, más que con congelado. La venta de pescado fresco ya se realiza para hoteles y restaurantes de la ciudad, principalmente del sector hotelero de Miramar.



Tiendas MERCOMAR en La Habana



Diversos productos congelados ofrecidos en las tiendas MERCOMAR, desde camarón de cultivo hasta jaibas, pasando por ruedas de atún o pargo entero.



Preparadas por la empresa PRODAL con pulpa de carpa y harina de trigo, las croquetas criollas son vendidas en todas las pescaderías MERCOMAR a un precio de 5 pesos nacionales (US\$ 0,20) el paquete de 10 unidades.

MERCOMAR vende un promedio de 3 TM/ mes al por mayor en Habana (para hoteles y restaurantes), mientras que, al por menor, las 24 pescaderías venden, diariamente, alrededor de 1500 Kg de pescado de mar, entero fresco, 500 Kg de pescado procesado (ruedas, filetes), 1000 Kg de filetes y tronchos de pescado de acuicultura y cerca de 400 Kg de camarón de cultivo. Además, sus ventas mensuales de croquetas criollas son de 10 TM.



La red de restaurantes DIMAR está presente en todo el país. Aquí, el restaurante de Camagüey

Mejorando la oferta de pescado

Las autoridades del MIP y las diversas empresas pesqueras que se encuentran bajo su dirección están procurando mejorar la oferta de pescado para la población. Esta mejora no es tan solo en relación a las cantidades ofrecidas, aún cuando el consumo *per capita* promedio de pescado en Cuba esté por debajo de la mitad del promedio *per capita* de consumo mundial. Aumentos cuantitativos vendrán principalmente del desarrollo de la acuicultura de agua dulce y de la maricultura, que aún es incipiente en el país, combinado con la expansión de la red de distribución. Una pescadería para

100.000 habitantes es poco, pese a que existen otras forma de distribución (MINCIN, comedores de organismos diversos).

Además de las cantidades, también hay que cuidar la variedad de las especies y de las formas de presentación. Sin duda las croquetas criollas lograron hacer que se pudiera consumir de alguna forma las carpas plateadas que, estando sin procesar, nunca llegaron a ser realmente apreciadas por los consumidores cubanos (y en realidad, no solamente por los cubanos).

En todo el mundo, es la variedad de especies, de presentaciones y de maneras de preparar los productos pesqueros, lo que incentiva su consumo. También en Cuba es posible percibir un esfuerzo para ofrecer una mayor variedad de productos al consumidor. Es el camino que sigue MERCOMAR en el mercado nacional o PESCARIBO en el mercado turístico, así como también diversas empresas pesqueras en las provincias del país. El ejemplo de la cadena de restaurantes DIMAR es ilustrativo. Pese tener sus precios en CUC, estos son relativamente más baratos que los encontrados en gran parte de los restaurantes especializados del mercado turístico.

La evolución de la distribución del pescado en Cuba presenta así diversas dinámicas para atender a los consumidores de sus diferentes segmentos de mercado. A estos segmentos de mercado, se procura ajustar los conocidos elementos de *marketing-mix*: los productos, los precios, la distribución física y la promoción. Lograr la satisfacción del consumidor constituye el primer objetivo de cualquier operación de venta. Eso también se verifica en Cuba.