
CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS COMUNIDADES PESQUERAS ARTESANALES DE LAS PROVINCIAS DE CHEFCHAOUEN, AL-HOCEIMA Y NADOR

IPADE*

PALABRAS CLAVE

Cooperación para el Desarrollo; Comunidades pesqueras artesanales; Marruecos; Comercialización de productos marinos.

RESUMEN

La ONGD IPADE ha llevado a cabo un estudio en las provincias costeras del norte de Marruecos, en concreto en Chefchaouen, Alhucemas y Nador, con el objetivo de conocer la realidad socioeconómica de las comunidades pesqueras artesanales de la región del Rif, donde la alta tasa de analfabetismo que sufren tanto hombres como mujeres, y la marginalidad a la que históricamente ha sido sometida la comarca rifeña por parte de las instituciones públicas repercute negativamente en las poblaciones que dependen de los productos del mar, al ser la pesca la principal actividad económica que proporciona ingresos a las familias. Ese diagnóstico y la identificación de nuevas formas de comercialización de los productos marinos son los ejes desarrollados en el artículo.

* IPADE es una organización no gubernamental de desarrollo dedicada a la cooperación internacional y a la educación para el desarrollo.

ABSTRACT

IPADE, an NGO for development, has carried out a study in the North of Morocco seaside provinces, including Chefchaouen, Alhucemas and Nador, with the aim of analyze the socioeconomic framework of traditional fishing communities in the Rif region, where the high illiteracy rate among men and women and the historic marginality of the area by the public administration have a negative impact in a population dependent on sea products, as fishing is the main economic activity to provide revenues to families. Diagnosis and identification of new ways for commercializing sea products are the main axis developed in this article.

RÉSUMÉ

L'Organisation no gouvernementale IPADE a mené une étude dans les provinces côtières du Nord du Maroc, particulièrement à Chefchaouen, Alhucemas et Nador. Cette étude a comme objectif connaître la réalité socio-économique des communautés de pêche artisanale du Rif. Cette région se caractérise par un taux d'analphabétisme élevé tant chez les hommes que chez les femmes et a été marginalisée de manière quasi historique par les institutions publiques. Ces deux éléments se répercutent négativement sur la population qui dépend exclusivement des produits de la mer, étant donné que la pêche est considérée comme la principale source de revenus. Cet article présente ce diagnostic ainsi que l'identification de nouvelles formes de commercialisation des produits de la mer.

La sobreexplotación de los recursos pesqueros es una realidad en muchos países del mundo. Ello se debe a que la demanda de productos marinos tiende hacia el "infinito", pues el consumo de proteínas procedentes del mar aumenta cada día. Pero no sólo la pesca intensiva y a gran escala está incidiendo en el colapso de las pesquerías. También la contaminación de las aguas pone en riesgo su sostenibilidad. Estos impactos amenazan igualmente a la salud y al bienestar económico de los habitantes de la costa, así como a los potenciales usos turísticos de las poblaciones. Aunque, eso sí, los más perjudicados son los pescadores, especialmente los pescadores artesanales o de pequeña escala, un colectivo cuya subsistencia depende del aprovechamiento directo de los recursos marinos.

La amenaza de la sobreexplotación de los recursos pesqueros se origina también en un sistema de comercialización ineficiente, sistema que afecta a las

pesquerías artesanales, en concreto a aquéllas en las que el número de intermediarios (agentes que compran directamente el producto a los pescadores) es reducido. Dichos intermediarios actúan como un monopolio sobre el acceso al producto y poseen la capacidad de fijar unilateralmente el precio, una práctica habitual en las poblaciones de pescadores del norte de Marruecos.

Esta forma de vender el pescado responde a la “comercialización tradicional”, basada en que el intermediario adquiere los productos en primera venta a los pescadores (a pie de playa o en la lonja) y los tasa muy por debajo del valor real de mercado. El pescador, al carecer de información segura sobre los precios a los que venderá la mercancía, intensifica su esfuerzo pesquero con la finalidad de incrementar las capturas. Establece, pues, un mecanismo de compensación del bajo precio a través del volumen. Dicha conducta favorece la sobreexplotación de los recursos pesqueros y el desequilibrio de los ecosistemas marinos, a la vez que promueve el agotamiento de muchas especies a medio y largo plazo.

En este sentido, la comercialización tradicional además de perjudicar al pescador (dado que recibe un precio menor del que debería percibir por su mercancía) también contribuye a la intensificación pesquera. Por tanto, el pescador y el mar son las víctimas de un sistema que perpetúa un modelo insostenible en sus dimensiones social, económica y ambiental.

Después de esta descripción sobre el contexto, parece evidente que necesitamos buscar alternativas. Dentro de esta búsqueda de alternativas, la Fundación IPADE ha llevado a cabo un estudio en las provincias costeras del norte de Marruecos, en concreto en Chefchaouen, Alhucemas y Nador. El objetivo ha sido conocer la realidad socioeconómica de las comunidades pesqueras artesanales de la región del Rif, así como identificar sus puntos débiles, para promover otras formas de comercialización de los productos marinos. Los protagonistas del estudio fueron los grupos sociales económicamente más vulnerables, es decir, los pescadores artesanales y sus familias.

El Rif es una de las regiones más pobres de Marruecos, país que se sitúa en el puesto 125 (de una lista de 177 países) en el Índice de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas, por detrás de sus vecinos Argelia (108) y Túnez (92).

Los dos obstáculos fundamentales que ralentizan el desarrollo de Marruecos y que se intensifican en la región del Rif son la alta tasa de analfabetismo que sufren tanto hombres como mujeres y la marginalidad a la que históricamente ha sido sometida la comarca rifeña por parte de las instituciones públicas. Ambas circunstancias repercuten negativamente en las poblaciones que dependen de

los productos del mar, al ser la pesca la principal actividad económica que proporciona ingresos a las familias.

Además de ofrecer una identificación de los puntos débiles en la comercialización del pescado, el informe ofrece alternativas experimentadas con éxito en algunas localidades gallegas. Dichas propuestas podrían ayudar a que los pescadores rifeños mejorasen sus ingresos.

En nuestra opinión, este objetivo debe ir acompañado de otras acciones que fortalezcan a los pescadores mediante programas de formación. En la región del Rif existe un gran porcentaje de analfabetismo y además, los pescadores carecen de experiencia y conocimiento en la gestión de cooperativas o empresas. Este vacío puede suponer que cualquier propuesta de comercialización que se ponga en marcha tenga pocas posibilidades de consolidarse en el tiempo.

En el contexto descrito, la hipótesis de partida era demostrar que la mayoría de los pescadores artesanales pueden vender la mercancía a mejor precio, y con ello aumentar sus ganancias. Asimismo, también era preciso incorporar algunas medidas que redujeran la intensificación de la pesca.

Por otro lado, también hay que desarrollar estrategias orientadas al empoderamiento de los pescadores. Se trata de que éstos consigan visibilidad social, sean reconocidos como proveedores de alimentos y, llegado el caso, como custodios de la salud ambiental del medio marino.

Si mejoramos, pues, la comercialización y las ganancias de los pescadores, esta actividad se convertirá en una opción de trabajo atractiva para mucha gente, lo que puede contribuir a fijar a la población a sus contextos locales. De este modo, reforzar al sector pesquero artesanal podría favorecer la disminución del flujo migratorio que sufre la región. De hecho, la pesca artesanal ha sido en regiones tradicionalmente emigrantes, como Galicia, un factor que incidía en que el flujo migratorio fuera mucho menor que en el sector agrario. Actualmente en países como Argentina, Uruguay o Perú la pesca artesanal está favoreciendo el mantenimiento e incluso el incremento de la población en las zonas costeras.

Metodología

El estudio presenta una metodología única centrada en la descripción del sector pesquero artesanal, así como una propuesta sobre cuáles serían las mejores opciones para optimizar la comercialización de los productos de la pesca

en esta región, teniendo en cuenta el papel que podría desempeñar la mujer a lo largo de la cadena productiva.

La mayoría de los datos provienen tanto de las informaciones directas de los propios involucrados (información primaria), como del material extraído de investigaciones anteriores y de fuentes oficiales. En este sentido, se detectaron muy pocos estudios sobre la región del Rif y ninguno específico en torno a la pesca artesanal. Además, se han encontrado muchas dificultades para conseguir datos oficiales de tipo estadístico sobre la pesca y su comercialización. En muchos casos no se pudo acceder a esta información, pese a las buenas palabras y aparente buena intención de los delegados de pesca en Alhucemas y Jebha. Tampoco se consiguieron datos oficiales sobre precios en primera venta en la lonja de Nador, características de las empresas de comercialización exportadoras de pescado y datos económicos sobre las mismas, canales de comercialización del producto de la pesca una vez exportada a países como España, etc. Realmente, el ámbito de los grandes comercializadores/exportadores aparece como un espacio económico oscuro y refractario a cualquier indagación externa por parte de investigadores. La experiencia descrita por el equipo marroquí en su cometido de obtener este tipo de información ha sido muy reveladora en este sentido: “... *teníamos la impresión de estar preguntando cuestiones ilegales, como si fuera kifí...*”.

Como estrategia para la recogida de datos, el personal de IPADE y los responsables del estudio confeccionaron una serie de cuestionarios cuyas respuestas sirvieron para la elaboración del estudio. Dichos cuestionarios representaron la principal fuente de información primaria.

Algunos datos sobre el contexto de las provincias objeto del estudio

El reino de Marruecos está situado en el extremo noroeste del continente africano. Posee una superficie total de 710.850 km², incluyendo los 252.120 km² del Sahara Occidental, y cuenta con cuatro grandes cadenas montañosas, destacando, al norte, la del Rif. Políticamente está organizada como una monarquía constitucional, en la que conviven dos etnias: la árabe y la berebere.

Aunque no hay datos oficiales, se estima que los bereberes son mayoría, concentrándose mayoritariamente en las zonas montañosas. El idioma oficial es el árabe pero el francés se sigue utilizando mucho en las administraciones públicas. Por su parte, el tamazigh, la lengua de los bereberes, se habla predominantemente en la región del Rif.

Situado al norte de Marruecos, el Rif posee unas características geográficas y culturales netamente diferenciadas de las regiones del resto del país. Se trata de una zona de tierras altas que, paralela a la costa mediterránea, recorre unos 500 kilómetros. Abarca aproximadamente desde Chaouen (en la provincia de Chefchaouen) hasta Midar (en la provincia de Nador). Aunque es eminentemente montañosa, la capital, Al Hoceima se encuentra al borde del mar. La inmensa mayoría de su población, prácticamente en su totalidad, pertenece a la nación *amazigh* (bereber) y tiene poco que ver, desde un punto de vista étnico, con la árabe. Los bereberes son los habitantes originarios de ese territorio y, pese a la ocupación que sufrieron a manos de los orientales, mantienen vivas su lengua y sus ancestrales costumbres. Hablan el amazigh (o tamazight) en su dialecto rifeño (también llamado chelja), pero no está reconocido oficialmente por el Gobierno, por lo que en las escuelas se imparten las clases en árabe. Este inconveniente idiomático es una de las causas de la altísima proporción de analfabetismo, especialmente en el medio rural.

Con todo, sus principales fuentes de riqueza son la agricultura, la ganadería, la pesca y, en menor grado, el turismo. Sin embargo, la pesca artesanal, pese a ser el medio de vida de un porcentaje significativo de los habitantes costeros, apenas aparece en los datos oficiales. De hecho, no existen estadísticas fiables de producción de este tipo de flota ni un censo oficial y representativo del número de pescadores que se dedican a esta actividad de forma artesanal.

Debido a que el Rif es una de las zonas más deprimidas y pobladas de Marruecos, el gobierno esta promoviendo proyectos de desarrollo regional. Esta comarca alberga a más de cinco millones de habitantes (la quinta parte de la población estatal), de los cuales, aproximadamente la mitad vive en el campo. El crecimiento vegetativo es del 2,6%, y la población menor de 15 años se acerca a la mitad del total. La tasa de urbanización es sólo del 44%, en una región donde un 47% de la población activa trabaja en un campo que rinde por debajo de sus posibilidades, lo que fuerza a muchas personas a emigrar. Estas salidas son mayoritariamente masculinas, de gente poco instruida, ya que la tasa de analfabetos mayores de 10 años alcanza el 56% de la población, cifra que asciende hasta el 72% en el medio rural.

Con independencia del carácter urbano o rural de las tres provincias objeto del estudio, se identificaron también importantes deficiencias en cuanto a servicios básicos. El acceso al agua apta para el consumo humano y a la luz eléctrica, aunque están presentes en un alto porcentaje en ciudades como Al-Hoceima o Jebha, no lo están en la misma proporción en el resto de las

poblaciones. Resulta significativo, por ejemplo, que en todas las localidades que disponen de suministro eléctrico, se opte generalizadamente por la televisión y la antena parabólica, frente a otros electrodomésticos con mayor utilidad aparente como es un frigorífico, esencial para la conservación de productos de la pesca.

En todas las provincias hemos detectado que las familias de los pescadores necesitan otro tipo de recursos u otras fuentes de ingresos más estables para sobrevivir. Por lo general, se demuestra que la pesca artesanal representa la actividad económica más importante de estas unidades domésticas pero que no permite generar ahorro ni acumulación de capital en cantidad suficiente como para satisfacer las necesidades más importantes de la familia. Asimismo, la mujer no participa ni directa ni indirectamente en dicha actividad, limitándose a las tareas del hogar (limpieza, alimentación, crianza de los hijos...) y al aprovechamiento de los escasos recursos que proporciona una agricultura a pequeña escala.

En este sentido, conviene señalar que una parte importante de las mujeres estaría dispuesta a trabajar por cuenta ajena como forma de mejorar la economía doméstica. Subrayamos este aspecto por cuanto nos indica que, en caso de poner en marcha iniciativas de mejora de la pesca artesanal (comercialización, etc.), las mujeres tendrían una predisposición muy favorable a participar activamente en ellas. Otra de las cuestiones puestas de relieve en el estudio es la referida a la inclusión de estas recomendaciones ante el comienzo de nuevas actividades económicas. Cualquier iniciativa que decida ponerse en marcha, debería tener en cuenta el modelo organizativo de los hogares de la región (tareas de casa, cuidado de los hijos, agricultura...) y la escasa ayuda que para ello reciben estas mujeres.

Análisis descriptivo del sector pesquero

Marruecos cuenta con 3.500 kilómetros de costa, repartidos entre la fachada atlántica y la mediterránea, que atesoran una importante riqueza marina. Con una flota de 3.000 navíos y una infraestructura portuaria en expansión, es el país que más pescado captura y exporta de todo el continente africano y del mundo árabe. Sin embargo, desde que expiró el Acuerdo de Pesca con la UE en 1999, ha registrado una sobreexplotación de sus recursos que ha supuesto continuos descensos en las capturas y en las exportaciones.

A partir de 2002 se están introduciendo periodos de reposo biológico, sobre todo en la franja atlántica.

Infraestructuras portuarias

En términos generales, la presencia de infraestructuras portuarias actúa como factor de desarrollo y crecimiento económico de cualquier flota pesquera. Además, aporta seguridad a las embarcaciones y facilita la concentración de una serie de servicios, que redundan en un incremento de la rentabilidad productiva en la pesca.

En el caso que nos ocupa, si bien hemos podido constatar algunas de las ventajas que la presencia de un puerto supone para la flotilla artesanal, descubrimos que las poblaciones que disponen de infraestructura portuaria (Al-Hoceima, Cala Iris, Jebha) carecen, en cambio, de muchos de los servicios que serían pertinentes para mejorar las condiciones de la pesca artesanal como sistema productivo.

Así, los principales servicios que deberían prestar los puertos pesqueros son: seguridad marítima, acceso al combustible, pérgolas para el almacenamiento de los materiales de pesca, fábricas de hielo, almacenes, talleres, tiendas de efectos navales, lonjas de pescado, etc. Es decir, un conjunto de servicios concentrados en torno a este espacio, que facilitarían el desarrollo de las actividades pesqueras. Sin embargo, detectamos que los puertos en las poblaciones de estudio carecen en buena medida de la mayoría de ellos.

Una de las ventajas que tendrían las embarcaciones fondeadas en el puerto, frente a aquellas varadas en la playa, sería el incremento del volumen de capturas al año. Ello sería posible gracias al mayor número de días de pesca que disfrutan las embarcaciones que se resguardan en un puerto respecto a aquellas que no lo están, pues se encuentran más protegidas de las perturbaciones climáticas.

Aunque las dificultades atmosféricas, como el fuerte viento, afectan tanto a las embarcaciones estacionadas en el puerto como en la playa, es el *mar de fondo* lo que castiga en exclusividad a las barcas que operan en la playa. Cuando se desata este fenómeno, genera un frente de olas que rompe en las playas e impide la salida al mar. Los pescadores de Laázib nos han informado de que dejan de faenar aproximadamente entre noventa y cien días al año por este motivo, pero también a causa del viento o la niebla. Un impedimento que entendemos también se producirá en las comunidades que carecen de instalaciones portuarias como Cala Hdid, Bades, Schmaála y Kaásrassh, aunque no se ha podido verificar.

Las embarcaciones artesanales

Los patrones son mayoritariamente propietarios de la barca en la que trabajan. Sin embargo, en las escasas ocasiones en las que comparten su propiedad, sólo prestan la embarcación, pero no el motor ni las artes. El 50% de las embarcaciones fueron adquiridas de nueva construcción mientras que el resto se compraron de segunda o de tercera mano.

En todos los casos las barcas son de madera. No se ha detectado ningún propietario con embarcaciones de fibra, aunque estos modelos requieren un menor coste de mantenimiento. Resaltamos esta circunstancia porque en las comunidades pesqueras de Galicia, desde los años 90, gran parte de las barcas de madera se están sustituyendo por las de fibra. Ello se debe a que los costes económicos y de mantenimiento son menores, aunque el precio de compra en Europa resulta elevado.

Características generales de la tripulación

La media de edad de los tripulantes en todas las provincias del estudio es de 37 años, y llevan trabajando en torno a ocho en la pesca artesanal. En el 64,1% de los casos, su padre también fue pescador, fundamentalmente en las provincias de Nador y Chefchaouen, y todos ellos cuentan con otros familiares que a su vez son pescadores. Un dato llamativo es que los tripulantes de Al-Hoceima tienen una media de 1,2 hijos frente a 3,3 en Nador y 5,7 en Chefchaouen.

Casi todos afirman que están contentos con su profesión, aunque el 40% estaría dispuesto a cambiarla por otro trabajo que estuviese mejor remunerado. En las poblaciones más urbanas, el 56% ha pensado alguna vez en emigrar, frente al 25% de las rurales, siendo España el país al que desearían ir, salvo los de Chefchaouen, que en el 100% de los casos se decantan por Francia.

Con relación a los ingresos mensuales declarados por los pescadores de las tres provincias, se observa una significativa diferencia. Los tripulantes de Al-Hoceima afirman que su salario medio alcanza los 2.020 dirhams al mes¹, los de Nador declaran 1.500 dhs² y los de Chefchouen, una media de 1.000 dhs³. Este sesgo posiblemente provenga del bajo salario que reciben los trabajadores de los *Chebaks* en Chaouen.

1. 179.23 euros.
2. 133.09 euros.
3. 88.73 euros.

Llama la atención, igualmente, que los tripulantes en cuyas poblaciones existen infraestructuras portuarias reciban un salario mayor, con una media de 1.953 dirhams frente a los 1.326 dirhams de los pescadores que dejan sus embarcaciones en la playa. Esto puede deberse a una de las razones aducidas anteriormente: el mayor número medio de días efectivos de pesca al año.

La mitad de los tripulantes, el 56,3%, son pescadores porque no tenían otra alternativa, mientras que el 43,8% lo son porque les gusta. Asimismo, señalan que los valores que más aprecian del mundo de la pesca son la libertad (92% y 100%), el hecho de que no precisan una formación académica (40% y 46%) y la expectativa de hacer mucho dinero (19% y 25%). Resulta significativo que ninguno haya valorado el compañerismo que se puede crear en torno a ellos, información que debe tenerse en cuenta a la hora de potenciar modelos cooperativistas.

Casi todos los pescadores (77%), sin diferencias entre ámbitos, quieren dedicarse a la pesca el resto de sus vidas. En el caso de los que no piensan hacerlo así, sus expectativas están en la emigración (75% en las zonas rurales) o en montar un negocio propio, en el caso de los tripulantes urbanos (57,1%).

La mitad de los pescadores no sabe leer ni escribir, en porcentajes similares en las tres provincias. El 80% de los tripulantes no pertenece a ningún tipo de asociación. En cambio, prácticamente todos coinciden en que una asociación les reportaría muchas ventajas, sobre todo de carácter administrativo. Sin embargo, aquí encontramos de nuevo diferentes preferencias según sean de origen urbano o rural. Los tripulantes urbanos valoran como principal ventaja de una asociación la gestión administrativa (89%), mientras que los pescadores rurales valoran sobre todo el hecho de que se sentirían más protegidos (67%).

Conclusiones

Pese a las diferencias cuantitativas aparentemente ventajosas de algunas provincias respecto a otras, el problema de la comercialización en la región del Rif posee una serie de rasgos comunes que motivan un tratamiento homogéneo.

Uno de estos rasgos es el bajo número de intermediarios, lo que sitúa al mercado de los productos de la pesca artesanal en primera venta en una posición de *cuasi* monopolio. El aislamiento de muchas comunidades, la falta de infraestructuras y medios para los pescadores, la escasa formación en materia de conservación y manipulación de productos así como la carencia de información respecto al comportamiento de los precios en mercados más amplios,

entre otras cosas, colocan al pescador en una situación de alta subordinación respecto a los intermediarios.

Pero el problema fundamental, que además condiciona cualquier intento de implementar un modelo viable de mejora, es la falta de organización interna en el propio sector. Aunque en ciertas poblaciones los pescadores están organizados y aparentemente han creado cooperativas, debemos lograr que dichas cooperativas funcionen y sean eficaces.

Otro problema que se debe resolver es el de la elección del tipo de empresa que facilite la mejora de la comercialización, ya sea cooperativa, sociedad limitada o cualquier otra fórmula. Lo importante es conocer cuál será el modelo organizativo más adecuado a cada contexto. Se trataría, en última instancia, de romper la inercia que históricamente arraigan los pescadores para promover nuevas iniciativas de comercialización.

Además, conviene tener en cuenta que los intermediarios se están adaptando con mucha rapidez a los nuevos cambios del mercado. Por tanto, o los pescadores inician un proceso de transformación en ese mismo sentido antes de que sea demasiado tarde, o serán monopolizados por los grandes empresarios de la comercialización de la pesca. De ser así, el papel de los pescadores se reducirá a meros abastecedores del producto pero sin ninguna participación en el mercado.

Obviamente, en el caso que nos ocupa, la necesidad de estar organizados no es suficiente pero sí una condición básica. Es preciso, pues, dinamizar a estas organizaciones para que maduren y aprendan a darse cuenta de su papel en la comercialización. Mientras no sean capaces de empoderarse como productores, mientras no asuman determinados riesgos para cambiar la realidad en la que viven, será difícil conseguir que los procesos en los que se embarquen sean eficaces.

Anexos

Estrategias desarrolladas en España por los pescadores artesanales para mejorar el precio de sus productos. ¿Es factible establecer un paralelismo?

¿Están en España las organizaciones de pescadores artesanales lo bastante preparadas como para afrontar de forma eficiente la comercialización de sus productos? Hasta hace pocos años esta cuestión parecería implantable. Sin embargo, en los cinco últimos años se están aplicando, por parte de algunas

cofradías, diferentes iniciativas que van en esa dirección. ¿Significa, pues, que ya están suficientemente formadas? En estos momentos, por los resultados observados, unas cofradías lo están más que otras, pero, en ningún caso, salvo alguna excepción, lo están en el grado necesario como para competir a corto plazo en eficiencia con los profesionales de la comercialización.

Hemos de tener en cuenta que cinco años es poco tiempo para adquirir todos los conocimientos y la profesionalidad necesaria. En cualquier caso lo destacable, y lo que realmente constituye un hito en la historia del sector pesquero artesanal español, es que este camino ya se ha comenzado. De hecho, hay un buen número de iniciativas de las que podemos aprender para aplicar al caso del Rif.

Breve descripción de los contextos español y rifeño

Los problemas de la pesca artesanal en España y en el Rif comparten numerosas similitudes en muchos ámbitos: comercialización, escala de producción, artes, especies, etc. La diferencia no estriba tanto en el grado de tecnificación de la flota de uno y otro país, sino en las diferencias entre contextos (socioeconómico y político) y los niveles de organización de los pescadores artesanales en una y otra región.

Así, el mercado de consumo de pescado en España está tirando fuertemente de la demanda, de modo que la competencia por el producto es alta. De hecho, España importa productos pesqueros de otras regiones del mundo para cubrir dicha demanda. Por su parte, en Marruecos, sobre todo en el Rif, la demanda está centrada en aquellos productos que los consumidores pueden adquirir en función de su limitada capacidad adquisitiva. En consecuencia, los productos con un precio de mercado mayor, a los que la población del Rif no llega, se exportan a Europa.

Otra diferencia es que en España se han hecho promociones mediáticas para animar a la población al consumo de pescado de bajo precio, como el pescado azul. Sin embargo, en Marruecos faltan campañas publicitarias dirigidas a la población en general sobre los beneficios para la salud que genera el consumo de este alimento. Obviamente, es el Gobierno marroquí quien debe invertir en estas campañas con objeto de generar más demanda y contribuir a dinamizar los mercados de pesca artesanal locales.

En el Rif, al igual que en España, los pescadores venden toda su mercancía a los intermediarios. En ambos países existe una demanda real, pero por razones diferentes. En el caso de España se debe a un elevado consumo interno,

y en el caso del Rif, a que los intermediarios compran el producto para exportarlo. En este sentido, con el fin de conseguir que los pescadores rifeños obtengan mejores precios en primera venta, hay que pensar en términos de mercados externos.

Recomendaciones para mejorar la comercialización de pescado en el Rif

En el caso de una cooperativa de comercialización

Para cualquier tipo de propuesta hay que partir de varios aspectos. En primer lugar, en función de los datos recabados hasta el momento sobre las cooperativas que actualmente operan en Marruecos, parece ser que todas ellas están inducidas por la Administración. En segundo lugar, por la información parcial obtenida en el trabajo de campo inicial y constatado por los resultados de las encuestas, el nivel de eficacia que hasta el momento han demostrado las cooperativas en Jebha y Cala Iris es bajo.

Posiblemente, la falta de visibilidad y eficacia de estas organizaciones se deba al poco tiempo que llevan funcionando como cooperativas. Han estado muchos años haciendo las cosas de la misma manera, sin apoyos de ningún tipo, y eso los ha situado en un estado marginal respecto a la sociedad y a las administraciones, mermando su capacidad para abordar los problemas. Pero cuando se crean las primeras asociaciones, cuando se les anima a organizarse, los pescadores perciben con total claridad los beneficios que ello les puede reportar. Si están organizados tendrán oportunidad de, entre otras cosas, resolver problemas sectoriales, solucionar dificultades que atañen a cada pescador, empoderarse ante el sector público y privado, o dotarse de mayor visibilización social.

Por otro lado, la eficacia de una organización no sólo depende de la motivación inicial de los asociados, sino de otra serie de factores, unos factores que están relacionados con la madurez y la experiencia en la gestión, tanto de los administradores como de los administrados. En este sentido, la formación académica para dirigir el *staff* debería ser un requisito básico de cara a profesionalizar cualquier cooperativa. Asimismo, la elección del equipo gestor ha de ser democrática y tener una representación igualitaria, con objeto de evitar futuras fracturas de confianza entre los socios de base y los gestores.

Quizás no sea necesario hacer grandes esfuerzos iniciales para captar a muchos socios. Es preferible comenzar el proceso con aquellos pescadores que de verdad perciban que la cooperativa les produce ventajas. De esta forma, si los integrantes se sienten implicados, en los momentos difíciles podrán

aguantar las situaciones adversas y darle continuidad al modelo, haciendo que la cooperativa se consolide.

Se trata de ir conquistando al mayor número de pescadores. Para ello, se debe buscar previamente el efecto demostración, es decir, crear una cooperativa bien organizada que sea eficaz en el terreno práctico. Si se confirma esta eficacia se estará difundiendo un modelo creíble y fácilmente asimilable para otros.

También sería aconsejable que, antes de iniciar un modelo cooperativo de comercialización, se practicara, por ejemplo, con la puesta en marcha de una cooperativa de consumo. Según las encuestas, los pescadores realizan todas sus compras de manera individual y no disfrutan de las ventajas que supondría hacerlas colectivamente, sobre todo las compras relacionadas con los aparejos de pesca.

En todo caso, crear una cooperativa de comercialización de pescado es algo más complejo que crear una de consumo. Para que ésta funcione se necesita la participación eficiente de todos los pescadores y la asunción de cierto riesgo. A tenor de los resultados de las encuestas, las condiciones de las que se parte son alentadoras para el desarrollo de este tipo de iniciativas. Así, el apoyo de las mujeres de los pescadores y una predisposición de aquellos a comprender que estar organizados implica mejoras en muchos sentidos, constituyen un potencial importante para trabajar en esta dirección.

Hay que tener en cuenta, además, que los pescadores del Rif se sienten totalmente desprotegidos de la Administración y de otras instituciones públicas. Apenas poseen visibilidad social, y perciben que su profesión en relación a otras está mucho menos valorada socialmente, pero la gran mayoría están orgullosos de ella. El problema es que no disponen de la formación necesaria para desarrollar iniciativas de empoderamiento; de ahí la necesidad de acompañarles en los procesos organizativos. Creemos, pues, que en este punto es donde se deben hacer los mayores esfuerzos.

En el hipotético caso de un modelo de centros de acopio de los productos de la pesca: concentración de la oferta

Una propuesta para que los pescadores obtengan precios más altos es concentrar la oferta, de modo que atraiga a un mayor número de intermediarios y pujen por la mercancía. Obviamente, una mayor competencia por el producto lleva aparejado un precio más alto. Para ello habría que poner de acuerdo a las diferentes organizaciones de pescadores.

Esta iniciativa se puso en marcha en Galicia en el año 2004. En efecto, tres cofradías de pescadores (Lourizán, Raxó y Pontevedra) se unieron para vender conjuntamente todos sus productos en una única lonja: la lonja de Campelo (Pontevedra). El problema del que partían guarda bastantes similitudes con la situación en el Rif: muchas poblaciones de pescadores y pocos compradores que podían atender simultáneamente a las diferentes producciones.

Los resultados hasta la fecha han demostrado la viabilidad de dicho modelo para este caso. No obstante, ha sido necesario invertir tiempo, aproximadamente un año, para poner de acuerdo a los dirigentes y socios de las diferentes cofradías de pescadores. Pero finalmente se ha conseguido.

La inversión principal (construcción de nave, acondicionamiento, transporte) recayó fundamentalmente sobre la Administración. Sin embargo, otra parte de la inversión necesaria para acometer el proyecto fue asumida por las tres organizaciones de pescadores.

También en el Rif, la concentración de la oferta de pescado en puntos que facilitasen la atracción de intermediarios constituiría una solución razonable, dadas las características de la región. Como se ha señalado, la dispersión de las comunidades pesqueras atomiza la oferta, un fraccionamiento que explica en buena medida la pervivencia del actual sistema de comercialización.

Es preciso, pues, realizar un análisis previo de las características que han de tener los contextos en los que sería aconsejable ubicar los nuevos centros de acopio. Estos contextos han de estar bien comunicados y facilitar el acceso de los comercializadores. Asimismo, deben delimitarse las áreas de influencia sobre tales centros, y que a su vez se encuentren relativamente cercanos a las grandes lonjas o puntos de exportación hacia Europa, con la finalidad de agilizar todo el proceso de compra y venta.

Igualmente, es necesario elaborar un estudio sobre cuántas poblaciones de pescadores estarían asociadas a los diferentes centros de acopio. En dicho estudio deben establecerse protocolos y tiempos de recogida de los productos en las distintas poblaciones, de modo que coincidan con los tiempos habituales que los comercializadores emplean para la compra de la pesca. En este sentido, asociado a un protocolo de recogida de los productos en cada población, es imprescindible un sistema logístico (embalaje y transporte) así como de control de la propiedad de la mercancía.

Pensamos, pues, que desarrollando este modelo y acompañándolo de otras medidas de formación, como manipulación del pescado, presentación o

conservación, sería posible mejorar el precio de los productos de la pesca artesanal. Además, al estar organizados en asociaciones o cooperativas, podría verse también la posibilidad de certificar el origen de la mercancía. El valor añadido que obtenga el pescado derivará, sobre todo, del sistema productivo utilizado para obtenerlo. En este sentido, la pesca artesanal o a pequeña escala representa hoy uno de los pocos sistemas productivos con capacidad real para hacer sostenible la actividad pesquera desde el punto de vista social, económico y ambiental. De cara a un mercado exterior, al mercado global, éste sería uno de los sellos de identidad de los productos de la pesca en la región del Rif.

Aprovechamiento de las actuales estructuras de venta en las tres provincias: las lonjas de Al Hoceima, Nador y Tetuán

Una alternativa complementaria a lo anterior consiste en animar a los pescadores a que lleven la mercancía a los centros de primera venta (lonjas) más cercanos a sus comunidades o bien seleccionar aquellos en los que los precios medios de los productos pesqueros sean más altos. Con el fin de iniciar un proceso de esta índole es preciso identificar las principales necesidades de infraestructura y organización de los pescadores:

- Sistema logístico: transporte.
- Servicios básicos destinados al mantenimiento de la calidad: cajas para el almacenaje y para el transporte, hielo, etc.
- Plan de recogida (tiempos, condiciones de traslado...) y oferta en lonja.

Hasta el momento, existen una serie de resistencias por parte del sector artesanal para vender sus productos en la lonja. Estas resistencias se originan, en parte, debido a que los pescadores interpretan que vender sus productos en la lonja implica la reducción de un porcentaje del valor de la mercancía a causa del pago de impuestos. Pero ocurre lo contrario, al concentrar los productos de la pesca artesanal y ofertarlos en una lonja, aumenta la competencia y produce un incremento del precio medio de los mismos.

Otra ventaja es que el pago a la Administración de un porcentaje de la venta supone el reconocimiento de derechos. Al convertirse el pescador en contribuyente se abre la opción de recibir los servicios públicos (sanidad, jubilación...) de los que ahora carece. Sin embargo, posiblemente los pescadores perciben el pago del impuesto como un control estatal más y como una nueva carga económica. Temen, pues, que vayan a perder con el cambio. Por dicho motivo, se sugiere hacer pruebas piloto con pescadores voluntarios durante el tiempo suficiente para demostrar las ventajas e inconvenientes que plantea esta propuesta.

En el caso hipotético de una cooperativa de producción y comercialización en la que intervienen las mujeres

En Galicia, muchas de las mujeres que viven en la costa llevan a cabo una actividad prácticamente profesionalizada de recogida de bivalvos.

Así, en la población pesquera de Lira (La Coruña), hace dos años que se creó una cooperativa de producción y comercialización formada únicamente por mujeres. En la actualidad son siete, pero comenzaron el proceso cerca de una veintena. Se trata de un proyecto que se está consolidando gracias al empeño que ellas han puesto en buscar nuevas fórmulas para mejorar sus ingresos.

Los principales productos que recolectan son erizo, algas, bivalvos y poliquetos (un gusano de mar que se vende como cebo para los pescadores deportivos). El erizo lo transforman y obtienen como subproducto el caviar de erizo, cuyo destino principal es la restauración. Sus clientes principales son los mayoristas especializados en esta exquisitez, así como los restaurantes.

En la actualidad tienen problemas para satisfacer toda la demanda. De hecho, a fin de solventar parcialmente el déficit de erizos, ellas adquieren una cantidad extra a otros pescadores, pero esta compra está limitada por el precio.

Como la temporada de erizo dura menos de seis meses, de octubre a abril, y está sometida a un tope de capturas, complementan la producción y comercio de erizos con la venta de algas y de "gusana" para las tiendas que abastecen de cebo a los pescadores deportivos.

Estas mujeres cuentan con un equipo de gestión, que lleva la contabilidad, y un equipo organizador de la producción y de la búsqueda de mercados. Destaca la unión que se ha generado entre ellas por el hecho de compartir retos, éxitos y fracasos, además de por perseguir un objetivo común. Reconocen que al estar unidas y trabajar juntas, su autoestima y sus capacidades han mejorado.

Por su parte, también las mujeres en el Rif estarían dispuestas a participar en iniciativas que les reportasen beneficios económicos y sociales. El problema para lanzarse a la aventura no está en las limitaciones culturales del contexto, sino más bien en la exigencia que tienen de atender las tareas domésticas y el cuidado de los hijos.

A modo de recomendación final: la sostenibilidad de las pesquerías artesanales. Mirando al futuro

Las Administraciones públicas marroquíes deberían pensar también en el futuro y apoyar las iniciativas que los pescadores desarrollan. Para ello, sería deseable que planificaran sus políticas de pesca asumiendo los grandes retos a los que pescadores y pesquerías se enfrentan.

Uno de dichos retos se centra en la sostenibilidad de las pesquerías. Tal y como se ha señalado, la costa marroquí está viendo cómo se reduce de manera drástica la cantidad y la calidad de sus recursos marinos. Si queremos conservar la riqueza biológica, necesariamente hemos de empoderar a los pescadores y a sus familias en aquellos procesos en los que hasta ahora han sido débiles y dependientes, sobre todo en lo referido a la comercialización. Esta perspectiva haría que los pescadores fueran partícipes, junto con las administraciones públicas, de la regulación de las pesquerías.

Finalmente, consideramos de vital importancia, si creemos realmente en el objetivo de convertir a los pescadores en comercializadores, tomar en cuenta este nuevo rol en las planificaciones de futuro. Una fórmula sería instruirlos en los asuntos relacionados con el mercado. En este sentido, se buscaría a alguien del contexto local, bien pescador o familiar del mismo, que esté dispuesto a trabajar para los intereses del colectivo desde la profesionalidad y el conocimiento del mercado. También habría que buscar alianzas con aquellos comercializadores que conozcan en detalle el mercado, y firmar acuerdos con las organizaciones de pescadores.

Estos desafíos no son fáciles pero resulta imprescindible iniciar el camino si queremos conseguir que los pescadores se impliquen en la gestión de las pesquerías y del mercado. Otro camino, el de la pasividad ante semejantes retos, conduce sin remedio hacia lo que ya contemplamos en muchos países del mundo: el colapso de las pesquerías y la sobreexplotación de los recursos marinos. Las consecuencias de este resultado darán lugar a la expulsión de una parte de los pescadores de sus contextos locales, que se marcharán buscando mejores alternativas de vida.

Bibliografía

ALEGRET, J.L: *La comercialización del pescado fresco: alternativas de futuro*. Cátedra de Estudios Marítimos, UDG, 2002.

CEBRIÁN ABELLÁN, Aurelio y CANO MAQUILÓN, Jesús: “El Sector Mediterráneo Marroquí, Foco de Emigración Hacia España. La Alternativa de Desarrollo Regional”. Universidad de Murcia. BIBLID [0213-1781 (2001); 33: 61-80].

GARCÍA ALLUT, Antonio: *La comercialización del pescado fresco*, Cátedra de Estudios Marítimos, UDG, 2005.

IPADE: Informe final del proyecto “Mejora de las condiciones de vida de los pescadores artesanales entre Alhucemas y Cala Iris mediante el apoyo a una gestión sostenible de los recursos marinos” y documentos relacionados.

<http://www.eicmalaga.info/4293/boletinmarruecos.pdf#search=%22la%20pe sca%20artesanal%20en%20el%20Rif%2C%20marruecos%22>

<http://www.ucm.es/BUCM/tesis/cps/ucm-t27093.pdf#search=%22descripci%C3%B3n%20de%20la%20regi%C3%B3n%20del%20Rif%2C%20Marruecos%2C%20Alhoceima%22>

<http://www.icex.es/servicios/documentacion/documentoselaborados/icex/pdfs/Marruecosmedioambiente.pdf>

<http://www.rebellion.org/spain/040302pri.htm>