

# CADENA PRODUCTIVA PESQUERA COMO ALTERNATIVA DE CRECIMIENTO ECONÓMICO EN PUEBLOVIEJO, MAGDALENA, COLOMBIA

Manjarres Tete, Arleth Esther  
De La Hoz Suárez, Aminta Isabel  
De La Hoz Suárez, Betty Auxiliadora

## RESUMEN

El crecimiento económico de los territorios subyace de las actividades productivas que se generan al interior de los diferentes sectores de la economía que le caracterizan. Atendiendo a lo expresado, esta investigación tiene como objetivo describir la actividad de marketing que se desarrolla al interior del proceso productivo pesquero en el municipio de Puebloviejo Magdalena, como efecto generador de crecimiento económico del sector a nivel local. Metodológicamente es un estudio descriptivo, de campo, no experimental, teniendo como población a los pescadores-vendedores del municipio de Puebloviejo Magdalena. Como resultado se obtuvo que en los procesos productivos desarrollados por estas comunidades no se realizan actividades de marketing y esto obedece a la informalidad de los negocios existentes en el sector pesquero y a la falta de conocimiento de la comunidad para organizar figuras de economía solidaria que pudiese aportar al crecimiento económico del sector. Ante ello, se recomienda generar respaldo por parte del gobierno municipal a través de actividades de capacitación a las comunidades pesqueras que lideran procesos productivos en el territorio.

**Palabras clave:** Cadena productiva pesquera, crecimiento económico, Puebloviejo, Magdalena

## ABSTRACT

The economic growth of the territories underlies the productive activities that are generated within the different sectors of the economy that characterize it. In response to what has been said, this research aims to describe the marketing activity that takes place within the fishing production process in the municipality of Puebloviejo Magdalena, as a generating effect of economic growth in the sector at the local level. Methodologically it is a descriptive, field, non-experimental study, having as a population the fishermen-sellers of the municipality of Puebloviejo Magdalena. As a result, it was obtained that in the productive processes developed by these communities, marketing activities are not carried out and this is due to the informality of the existing businesses in the fishing sector and the lack of knowledge of the community to organize solidarity economy figures that could contribute to the economic growth of the sector. Given this, it is recommended to generate support from the municipal government through training activities for fishing communities that lead productive processes in the territory.

**Keywords:** Fishing productive chain, economic growth, Puebloviejo, Magdalena

## Introducción

Actualmente Pueblo Viejo se encuentra entre los primeros 10 municipios del departamento del Magdalena con mayor porcentaje de pobreza multidimensional; el 58% de los habitantes atraviesa esta condición y se atribuye principalmente a variables como el trabajo informal desarrollado por un 94% de esa población, los bajos logros educativos que tiene la población referenciada y que representa el 62%, la dependencia económica que se encuentra en 54% de los mismos y, el difícil acceso a servicios básicos como agua y alcantarillado, en 70% y 55,2% respectivamente, (DANE, 2023); además de otras variables, tan igual de importantes como las mencionadas anteriormente, pero que en grado de significancia resultan más relevantes; tal como se muestra en la tabla No. 001., resultados menores en términos del indicador.

**Tabla No. 001 Pobreza Multidimensional, municipio Pueblo Viejo (Magdalena)**

VARIABLES	%
Trabajo informal	94
Sin acceso a fuente de agua mejorada	70
Bajo logro educativo	62
Inadecuada eliminación de excretas	55,2
Tasa de dependencia económica	54
Analfabetismo	25,4
Rezago escolar	21,8
Hacinamiento crítico	20,8
Sin aseguramiento en salud	17,6
Material inadecuado de pisos	16,3
Material inadecuado de paredes exteriores	5,5
Inasistencia escolar	5,3
Barreras de acceso a servicios de salud	3,4
Barreras a servicios para cuidado de la primera infancia	2,3
Trabajo infantil	0,9

**Fuente: Construcción propia, a partir de datos DANE (2018)**

Estas variables de la pobreza multidimensional identificadas a nivel de la población en el municipio de Pueblo Viejo, dan referentes de las condiciones de vida que se tiene en el territorio. De acuerdo con las estadísticas, el 45,36% de los habitantes del territorio tienen necesidades básicas insatisfechas y el 11,76% vive en condiciones de miseria, DANE (2023), siendo los servicios públicos la mayor precariedad que tiene la población y que representa un 33,71%. Investigaciones recientes (Manjarres, De la Hoz A., Urzola, De la Hoz B, 2022) también referencian que el municipio de Pueblo Viejo durante el año 2020 solo aportó un 1,1% al Producto Interno Bruto del Magdalena, que para la vigencia referenciada fue de 1,36% del PIB Nacional, siendo poco significativo el aporte al desarrollo económico que se hace desde ese territorio hacia el departamento y por ende hacia la nación.

Pueblo Viejo es un municipio pesquero ubicado estratégicamente entre dos ecosistemas acuáticos, 1. Agua dulce: Ciénaga Grande de Santa Marta y 2. Agua Salada: Mar Caribe; y, a la orilla de la carretera troncal que comunica dos municipios: Ciénaga (Magdalena) y Barranquilla (Atlántico). Cuenta con un mercado público situado en un corregimiento llamado Tasajera, donde los pescadores realizan la comercialización del pescado de manera informal, no siendo rentable significativamente el negocio por los precios tan bajos que deben ofertar del producto para poder obtener su sustento diario, como consecuencia de una predominante competencia desleal entre pescadores-vendedores al interior del mercado (Manjarres, 2021).

Lo anteriormente expuesto puede inducir a una explicación sobre los resultados del poco aporte realizado por el municipio en términos de Producto Interno Bruto, dado que al realizar la mayoría de la población actividades de comercialización de manera informal, no existe control total en la medición de la productividad y comercialización pesquera que se genera al interior del territorio; reflejando un desarrollo económico insignificante a nivel local, sin mayor impacto a nivel de región y país. Pero más allá de los indicadores, resultaría interesante indagar sobre la comerciali-

zación de todos los productos derivados de la cadena productiva pesquera en el municipio y su aporte al PIB del municipio. Por tanto, el objetivo de la presente investigación es describir la actividad de marketing que se desarrolla al interior del proceso productivo pesquero en el municipio de Pueblo Viejo Magdalena, como efecto generador de crecimiento económico del sector a nivel local.

Entiéndase como marketing todo proceso que permite la creación de estrategias de comunicación, distribución y precio, para entregar a los clientes los bienes o servicios que desean en el lugar y el momento solicitado (Giraldo, Ortiz y Castro, 2021). Cuando los negocios se encuentran debidamente organizados, se pueden establecer estrategias de mercado que permitan llevar a cabo las ventas con excelentes resultados. Este actuar, permite a las organizaciones su desarrollo financiero y se ve reflejado en el crecimiento económico del municipio, al aumentar los ingresos en el territorio, por concepto de bienes y servicios ofertados. Se hace la anotación que en torno a la organización de los negocios se generan muchos beneficios a nivel de las localidades, como son la generación de empleo y el recaudo de impuesto por parte del estado, cuyo fin último es el mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos.

Los pescadores del municipio de Pueblo Viejo no se encuentran organizados en su totalidad bajo figuras de economía solidaria que les permitan comercializar sus productos como organización, lo cual limita ventas en mercados de mayor valor, conformándose con la comercialización de manera informal en el mercado público ubicado en Tasajera.

Por otro lado, el crecimiento económico local podría considerarse como el aumento de las riquezas monetarias dentro de un municipio y éste se desarrolla cuando intervienen y se relacionan tres elementos importantes: 1. El mercado de los fondos prestables, 2. La frontera de posibilidades productivas y 3. La estructura Inter temporal de la producción (Guarnición, 2005).

El mercado de los fondos prestables, hablando hipotéticamente, es el lugar a donde se acude para obtener financiación. Todo negocio necesita inversión y, para el crecimiento económico de un territorio es necesaria la inversión en bienes de capital (De Ampuero, 2011) para apalancar los procesos productivos, por parte de entidades privadas o por parte del Estado; sin embargo, en la mayoría de los casos no se cuenta con el financiamiento de externos y del mismo estado. Por otro lado, el otro elemento se refiere a las posibilidades productivas dentro del proceso, en tanto que se requiere también tener otras alternativas de producción en los momentos de escasez de los bienes y; por último, debe haber una valoración del tiempo que se utiliza para desarrollar las actividades productivas, este debe ser aprovechado en función de la maximización de la producción, generando niveles de productividad de gran impacto.

Normativamente, el crecimiento económico es medido a través del Indicador Producto Interno Bruto, el cual pretende mostrar el tamaño de la economía de un país a partir de los resultados de los procesos productivos que se llevan a cabo en el territorio (Cachanosky, 2012). Cada municipio desarrolla actividades económicas que le caracterizan y son medibles toda vez que los procesos productivos se encuentren debidamente organizados, legalizados y generen ventas, aportando de alguna manera a la medición del indicador. Puebloviejo es un municipio pesquero, en donde las actividades de comercialización de pescado y derivados fabricados de manera artesanal tienden a la informalidad, como consecuencia de la poca formación académica que tiene la población de pescadores.

Estudios recientes indican que es necesario dinamizar la economía del municipio a través de actividades formativas de apoyo a los procesos productivos pesqueros (Manjarres, 2021) y plantear estrategias de crecimiento económico desde los gobiernos atendiendo a los imaginarios de la comunidad; recordando que es importante la actuación del estado para generar cambios en la economía (Keynes, 2006).

## **Metodología**

La presente investigación tiene como objetivo describir la actividad de marketing que se desarrolla al interior del proceso productivo pesquero en el municipio de Puebloviejo Magdalena Colombia, como efecto generador de crecimiento económico del sector a nivel local. Se trata de un estudio de tipo descriptivo, porque las variables marketing y crecimiento económico son observadas en el territorio donde ocurren los hechos, Puebloviejo municipio del departamento del Magdalena, para obtener la información necesaria que permita conseguir los resultados de la investigación.

Se trata de una investigación de campo, no experimental y de enfoque cualitativo; donde haciendo uso de instrumentos de investigación como la entrevista semiestructurada se recolectó la información; siendo establecida la población teniendo en cuenta los datos que se querían obtener de los sujetos informantes. La población objeto de estudio fue identificada y caracterizada teniendo en cuenta la actividad económica del municipio: pesca, estableciéndose como meta los pescadores habitantes de Puebloviejo que comercializan sus productos en el mercado público de Tasajera y a quienes se les aplicó la entrevista semiestructurada, haciendo uso del muestreo por conveniencia dado que la disponibilidad de las personas en ese lugar es muy variante.

De igual manera, se hizo uso de una población documental fundamentada en datos estadísticos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, relacionados con indicadores económicos del municipio de Puebloviejo, tales como: pobreza multidimensional, Necesidades Básicas Insatisfechas y, Producto Interno Bruto.

## Resultados y discusión

Para describir la actividad de marketing que se desarrolla al interior del proceso productivo pesquero en el municipio de Pueblo Viejo Magdalena e identificar su influencia en el crecimiento económico a nivel local, primero fue necesario identificar los productos que son comercializados en el mercado público de Tasajera y a partir del conocimiento de los mismos, se formularon preguntas abiertas sustentadas en las variables marketing y, crecimiento económico, de acuerdo a los postulados de Giraldo, Ortiz y Castro (2021) y (Guarnición, 2005).

La investigación muestra que, en el mercado público de Tasajera, corregimiento del municipio de Pueblo Viejo Magdalena, los pescadores del territorio comercializan de manera informal Pescado fresco en todas las especies, siendo predominantes la mojarra blanca, la lisa, el chivo, la carita, el macabí y el sábalo; aunque por temporadas también comercializan el camarón y, como producto procesado comercializan la masa de macabí, la lisa seca y, el camarón pelado. Hacen referencia a un producto denominado bollo de pescado, el cual se elabora artesanalmente pero no se vende dentro del mercado. Las actividades de comercialización de los productos son realizadas individualmente y de manera informal, porque estos pescadores-vendedores no se encuentran organizados como empresa para colocar sus productos en mercados de mayor valor.

Los resultados de las entrevistas semiestructuradas evidencian que la población pesquera que comercializa sus productos en el mercado público de Tasajera al no encontrarse organizada en figuras de economía solidaria u otro tipo de organización, no implementan estrategias de venta que pudiese ayudar a financiarse económicamente para engrandecer su proceso productivo y contribuir al crecimiento económico dentro del municipio. En entrevista con Guillermo López (2022), quien es pescador y comercializador del territorio, afirma que “La única estrategia de venta que utilizamos en el mercado, es vender el producto casi a precio de lo que nos costó obtenerlo, con tal de tener dinero para el sustento diario; porque de no ser así el pescado se nos pierde tal como ocurre con los despojos, porque los compradores poco valoran el trabajo del pescador”.

Lo anteriormente expresado indica, que no existe conocimiento de marketing por parte de los comercializadores de pescado del municipio (no realizan publicidad para vender sus productos, no manejan redes sociales para ofertar productos, no les dan una presentación o embalaje a sus productos, no identifican sus productos con una marca) y, requieren orientación para organizar su proceso productivo y poder ofertar productos a un precio razonable y en mercados de mayor valor.

Dentro de las preguntas contempladas en la entrevista semiestructurada se abordaron los elementos del crecimiento económico: mercado de fondos prestables, posibilidades de producción y la estructura intertemporal de la producción (Guarnición, 2005). Al preguntarle a uno de los entrevistados, Aniceto Rodríguez (2022), pescador y comercializador del territorio, sobre la financiación de sus actividades productivas expresa “No obtienen financiación por parte de bancos, no tienen apoyo de capital semilla por parte del gobierno municipal...su única opción es prestar dinero a prestadiario”; bajo este mismo pensamiento coincidieron todos los pescadores-vendedores entrevistados.

Para que el crecimiento económico a nivel territorio se dé es necesario que los procesos productivos cuenten con alguna fuente de financiación para poder invertir y capitalizarse a través de sus ventas. Sin embargo, esto solo es posible, cuando el proceso productivo se encuentra organizado legalmente e implementar estrategias de marketing para las metas financieras propuestas.

Dentro de la comunidad de pescadores-vendedores de Pueblo Viejo Magdalena, se evidencian procesos productivos definidos, pero no organizados a través de empresa con fines lucrativos que pudiesen aportar al crecimiento económico del territorio; esto obedece a la falta de capacitación hacia la comunidad en temas de empresarismo; por ende, por desconocimiento no aplican estrategias de marketing al comercializar sus productos, actuando por simple intuición en sus procesos.

Con relación a la frontera de posibilidades de producción dentro de la cadena productiva pesquera, se indagó acerca del aprovechamiento de otros productos, preguntándoles por los despojos de los peces, a quien Guillermo López (2022) pescador y comercializador, responde: “Los despojos son tirados a la Ciénaga Grande de Santa Marta, para alimentar a los peces”, y en el lugar de los hechos, se presencia dicha acción. Esto indica que, existe un desconocimiento por parte de los pescadores para el aprovechamiento de estos despojos en su procesamiento para la elaboración de nuevos productos, como lo son la purina de pescado que se realiza a partir de la tripa de pez y la gelatina que se puede fabricar con las escamas del pescado.

Según Guarnición (2005) para que se dé un crecimiento económico en el territorio es necesario el aprovechamiento de todas las posibilidades de producción que puedan existir con relación a un proceso productivo. Por tanto, el proceso productivo pesquero en Puebloviejo Magdalena es limitado al no darse un aprovechamiento de todo el recurso.

De igual manera, no se contempla dentro del proceso productivo de los pescadores una planeación acertada para el desarrollo de este, con fines de calidad del producto; por lo que, no existe una estructura Inter temporal de la producción; simplemente producen lo que ocurra durante el día y en este orden de ideas, no hay crecimiento en la productividad y por ende en lo económico.

### **Conclusiones y recomendaciones**

Los resultados de la investigación muestran que por parte del gobierno municipal no existe acompañamiento hacia esta población para dinamizar la economía del sector a través del impulso de las actividades productivas pesqueras con alto reconocimiento para incursionar en mercados de mayor valor y generar crecimiento económico.

Los procesos productivos pesqueros no se encuentran debidamente organizados a través de empresas y los pescadores que hacen parte de los procesos productivos carecen de las competencias necesarias para implementar estrategias de marketing que les ayude

a comercializar de mejor forma sus productos, para obtener el dinero justo por la venta del producto.

Por lo anterior, se recomienda implementar actividades de capacitación hacia la comunidad de pescadores-vendedores del municipio de Puebloviejo, en aras de organizar sus procesos productivos a través de empresas y poder implementar procesos de marketing que les permita desarrollar sus finanzas y aportar al crecimiento económico del territorio.

# Referencias Bibliográficas

Cachanosky, N. (2012). Teoría austríaca y el problema del ciclo económico. EUMED. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/305/index.htm>

DANE (2023). Indicadores de necesidades básicas insatisfechas, según recientes agregaciones territoriales (publicado 30 de junio de 2022). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/necesidades-basicas-insatisfechas-nbi>

DANE (2023). Medidas de pobreza multidimensional municipal de fuente censal 2018. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-multidimensional>

De Ampuero, D. (2011). Modelo de crecimiento económico austríaco basado en la estructura del capital. *Polémika*, 2(6). <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/381>

Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & Castro Abello, M. D. (2021). Marketing: una versión gráfica. Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/lc/usta/titulos/185006>

Guarnición, R. W. (2005). The Austrian School: Capital-based macroeconomics. In S. Brian y H. R. Vane (Eds.), *Modern macroeconomics: Its origins, development and current state*. Edward Elgar.

Keynes, J. M. (2006). Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero. México: Fondo de Cultura Económica de España.

Manjarres, A. E., De La Hoz, A. I., Urzola, H., y De La Hoz, B. A. (2022). Crecimiento económico a partir del ahorro voluntario para apalancar procesos productivos pesqueros de Puebloviejo, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII (Especial 6), 364-379. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/search/authors/view?givenName=Arleth%20Esther&familyName=Manjarres%20Tete&affiliation=&country=CO&authorName=Manjarres%20Tete%2C%20Arleth%20Esther>

Manjarres, A. (2021). Planeación del Desarrollo Económico Local de Puebloviejo en Magdalena – Colombia. <https://mundofinanciero.indec sar.org/revista/index.php/munfin/article/view/33>

Manjarres A; De la Hoz Aminta; Luna Ismael, (2021). Costos de fabricación artesanal de productos gastronómicos autóctonos de Puebloviejo en Magdalena, Colombia.

<https://mundofinanciero.indec sar.org/revista/index.php/munfin/issue/view/6>