



# Argentina Pesca

## y genera fuentes de trabajo

### Segunda parte

**AIRE LIBRE presenta la segunda parte del informe exclusivo publicado en INFO AICACYP de marzo de 2010, incorporando nuevos datos sobre la pesca deportiva en todo el país, que la revelan como la actividad de mayor crecimiento en Argentina.**

La Real Academia Española, en su definición de la palabra "pesca", no habla de cañas, reels, anzuelos, plomadas o fly casting; ya que posiblemente a la hora de su primera definición en el diccionario, ni siquiera se hubiesen inventado. "Sacar o tratar de sacar del agua peces y otros

animales útiles al hombre"; una de las actividades de subsistencia tan antigua como el mismo origen es hoy, sin embargo, una de las disciplinas deportivas que mayor crecimiento sostenido viene demostrando año a año en nuestro país. Claro que no siempre la atención de funcionarios nacionales, provinciales y municipales es la que merece como generadora de miles de puestos de trabajo y millones de pesos anuales. Pero, de a poco, esa reacción empieza a rendirse ante los hechos y el desarrollo, impensado anteriormente, que la actividad genera en nuevas regiones.

El licenciado **Omar Contreras**, director general del Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro, señalaba hace apenas un mes que "la pesca

deportiva en la región constituye uno de los argumentos de venta de más fácil penetración y atractivo para ser utilizado a la hora de implementar el plan de marketing de la región en el extranjero; especialmente en los EE.UU., Canadá y algunos países europeos." Y según estimaciones de la Organización Mundial de Turismo, por cada 10 turistas que arriban a una localidad se aseguran 1,5 puestos de trabajo permanentes asociados al sector. Desde **AIRE LIBRE** podemos asegurar que en algunas ciudades de nuestro país esa estimación está subvaluada.

Un operador de la zona de Bariloche comentaba días atrás que hace unos dos años se había establecido como cifra promedio por temporada para la

zona de los lagos unos 25 mil turistas extranjeros. Pero aun contra viento y marea, en 2010 se creció un 14%. **Rodolfo Vanni**, el operador en cuestión, agregaba que "por lo general,

### Enganchados



**En 2010 uno de cada dos argentinos compró un anzuelo.**

esa gente llega con un paquete contratado por cinco noches con lodge, traslados, guía de pesca, etcétera; y un promedio de gasto de unos 2.200 dólares." Esto significa más de u\$s 60 millones para una sola región del país, contando únicamente extranjeros.

Y el Litoral no se queda atrás. La atracción que genera la pesca del dorado o del surubí, las especies emblemáticas de la zona, no sólo motiva el 65% de las consultas de extranjeros en las ferias internacionales de pesca deportiva, sino que da lugar a una multiplicidad de concursos de pesca y servicios ofrecidos por más de 500 guías.

Sólo a modo de ejemplo: en 2010 —y apenas en la provincia de Corrientes— se realizaron 19 eventos de pesca deportiva. Tal es la importancia que se le asigna allí que la subsecretaria de Turismo **Inés**

**Presman** aseguró en la Fiesta Nacional del Surubí, en Goya, que "en estos atractivos que estamos posicionando a nivel regional, nacional e internacional aparece la pesca deportiva como uno de los productos turísticos de alta gama, con una concurrencia internacional que se está haciendo cada vez más manifiesta y realmente posicionando a nuestra provincia como un destino elegido para venir a pescar todo el año."

### Las ventas

El sector comercial es fiel reflejo de la demanda de los casi cuatro millones de pescadores deportivos. Uno de cada cuatro pescadores compró en 2010 una caña y un reel. De 2009 a 2010 la venta de estos productos, en cantidades, aumentó un 50%.

Y 2011 arrancó de manera parecida. El éxito comercial de



## Siembra de alevines

*Sólo en la laguna de Chascomús, entre los años 2007 y mediados de 2010, se sembraron 3.699.000 alevines y 3.838 juveniles. ¡Ahora hay que cuidarlos de las redes!*

### El mercado en 2009 y 2010

- ✓ **Cañas de pescar:**  
+27% (de 548 mil a 696 mil).
- ✓ **Carretes:**  
+53% (de 457 mil a 700 mil).
- ✓ **Cañas de pescar con carrete:**  
+100% (de 61 mil a 122 mil).

## Río Negro: pesca y turismo, según su director general de Turismo

Hace poco más de un mes, el Lic. **Omar Contreras**, responsable de la Dirección General del Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro, brindó una conferencia de la que extractamos algunos conceptos.

"Los turistólogos creíamos en algún momento que la pesca deportiva sólo se concentraba en la Patagonia andina, pero se vio que también resulta muy importante en la costa atlántica, lo que es Bahía San Blas, en la provincia de Buenos Aires, aunque los servicios se prestan desde Viedma".

"El turismo es la única actividad en crecimiento y particularmente en Río Negro, donde nosotros recibimos 1,6 turistas por cada habitante residente, lo que nos pone como la provincia que más impacto de turismo recibe. Del producto bruto geográfico de nuestra provincia, el 4,75% lo provee el turismo y del presupuesto provincial nos quedamos con el 0,28%. Esta es la relación costo-beneficio".

"Como existe una relación entre los turistas y el destino turístico, y viendo que hay indicadores que dicen que efectivamente comenzó el despoblamiento en la Patagonia y particularmente en Bariloche la gente se está volviendo a sus lugares de origen, se necesitan crear nuevas fuentes de trabajo para retener a la población en el lugar. La pesca deportiva es un buen instrumento para mejorar la calidad de vida de la población residente. Trae riquezas y nuevas fuentes de trabajo".

"Si bien es cierto que al recurso hay que cuidarlo, poner una valla e impedir el acceso al turista no es lo más conveniente, sobre todo cuando el entorno recibe cada vez más gente necesitada de trabajo. Se debe actuar con responsabilidad para impedir que el recurso se deteriore rápidamente. Este es el concepto de manejo sustentable. El turismo para ello es una herramienta excelente".



## Mujeres del Litoral: una cooperativa de mujeres que elabora alimentos únicos en la Argentina

Con la dirección técnica del ingeniero en alimentos **Nelson Peteán**, **Mujeres del Litoral** desarrolló una línea de productos que son únicos en el país. En la Argentina existen experiencias de ahumados de pescado en la Patagonia vinculados a los criaderos de trucha. Pero esta iniciativa santafesina se diferencia en que es un producto de calidad gourmet basado en pescado de río de especies autóctonas capturadas en el medio natural, mediante la pesca responsable y sin aditivos artificiales.

Elaborados mediante un proceso certificado y sin utilizar conservantes químicos ni radiación, los productos envasados pueden durar hasta un año fuera de la heladera.

**Manjares del Litoral** contribuye además a generar capacidad de autogestión, en la perspectiva de que las comunidades, fundamentalmente las mujeres y los jóvenes, logren mejorar sus ingresos y sean protagonistas centrales en los emprendimientos cooperativos; contribuyendo además, en este caso, a preservar la gastronomía y la cultura regional.

En ese sentido, hay un dato que es muy importante: la elaboración de ahumados y paté permite generar un valor agregado sobre el pescado fresco de hasta el 300 por ciento. Además, la cadena de elaboración de los productos queda en familia. Mujeres del Litoral compra el producto básico (el pescado) a padres o hermanos de las integrantes de la cooperativa, lo que implica el pago de un precio justo al pescador artesanal y el desarrollo de un emprendimiento modelo que fortalece la capacitación, los vínculos sociales y el rescate cultural de las familias que participan.

Las integrantes de la cooperativa —en su mayoría vecinas de Alto Verde, de familias de pescadores—

vienen trabajando desde hace cuatro años en este proyecto que hoy es una realidad. Hace poco la Agencia Santafesina de Seguridad Alimentaria (ASSAL) aprobó la planta piloto que la cooperativa tiene en la sede de Proteger y la producción ya se puede encontrar en un local del renovado Mercado Norte y en ferias nacionales e internacionales vinculadas a la alimentación. Además los interesados pueden escribir a: [mujeresdellitoral@gmail.com](mailto:mujeresdellitoral@gmail.com) o llamar a la **Fundación Proteger** al (0342) 455-8520.

Fuente:

Diario UNO del martes 19 de abril de 2011.



la **Expo AICACYP**, del que damos cuenta en otras páginas de esta revista, se reflejó en las palabras de **Ernesto Capello**, de **Sources SA**, quien señaló: "En Argentina, se está vendiendo bien, hay agua en todo el país y pesca en todo el territorio nacional, hay dinero en el mercado y la gente tiene ímpetu de comprar". Y amplió: "Es habitual que en la exposición le vendamos a un mayorista cantidades importantes; hoy hemos vendido entre 500 y 600 combos de cañas". Con tres días de exposición y más de 30 expositores de productos para la pesca deportiva, sólo resta la calculadora.

Todo el sector sabe perfectamente que la preservación del recurso es, sin lugar a dudas, un factor fundamental para el futuro de la pesca deportiva; especialmente en el Litoral, pero también en las lagunas bonaerenses y la costa atlántica. Hoy el clima ayuda, pero no podemos apostar todo al clima. La iniciativa de La Paz, en Entre Ríos, de terminar con las gancheras en los concursos (hoy copiada por todos los organizadores); la práctica de la pesca con devolución, que sigue sumando adeptos; y experiencias como la de **Mujeres del Litoral** [ver recuadro], entre tantas otras, son señales positivas que tal vez se conviertan en tendencia generalizada.

De todos modos, aún pueden verse proyectos de ley como el presentado en la provincia de Buenos Aires por el diputado **Armando Abruzzo**, que privilegia a la pesca comercial, artesanal o en pequeña escala, por sobre la deportiva. Da toda la sensación que, a juicio del legislador, la siembra de alevines de pejerrey que hace la provincia en todas las lagunas debería estar destinada a cubrir la demanda de ese mercado que de esa manera obtendría su mate-

ria prima gratuitamente. Y se refiere a lagunas bonaerenses que todos los fines de semana —y especialmente los feriados extendidos— se ven invadidas por pescadores deportivos. Días atrás, en un reportaje televisivo, el responsable del espacio de pesca en *Diario Popular*, **Wilmar Merino**, contaba que “sólo los ‘mojarreros’ de la Ruta 2 venden esos días entre doce y quince mil pesos”.

### Mirando adelante

Si trabajamos hacia el futuro, la única manera de seguir creciendo como viene sucediendo, debemos tomar el toro por las astas y darle al sector la importancia que merece a nivel nacional. Un paso importante sería replicar en todo el país el régimen de licencia única como el que expide la Patagonia. De esa manera el pescador deportivo obtendría su li-

ciencia con validez anual para todos los ambientes. Sin un registro único de licencias de pesca deportiva es virtualmente imposible determinar totales vendidos y, por lo tanto, hacer una valorización global.

Lo mismo sucede con los prestadores de servicios. Pocas provincias los tienen registrados y categorizados. De acuerdo a estimaciones de la Cámara, hay más de 500 guías de pesca, que comercializan un promedio de cinco salidas semanales, totalizando unas 120 mil anuales. Sumadas a las que realizan cada uno de los cuatro millones de pescadores deportivos, la actividad es, sin duda, de una relevancia económica que merece ser cuantificada y revalorizada como una de las de mayor importancia turística y de generación de recursos para el país. A pesar de que algunos, por ahora, parecieran no pescarla ■

## El boom de los lodges



¿Qué mueve a un empresario, alto ejecutivo o magnate a viajar de los EE.UU., Europa o Brasil a pasarse nueve días pescando en las provincias de Corrientes o Entre Ríos?

Un programa que le significará, luego del costo del viaje internacional y otros gastos obvios, sólo en la infraestructura de apoyo a ese periplo pesquero, abonar un mínimo de 9.000 dólares. Pero lo que le ofrecen es más que atractivo: estadia en sofisticados lodges o resorts, con todos los componentes de un hotel cinco estrellas, pero instalados de forma inesperada en áreas selváticas preservadas; o pasar unos días en un casco de estancia con mucho de insospechable castillo rural y río propio. Lo que atrae a muchos de esos jerarquizados viajeros a la Mesopotamia es la fascinación que provoca el *fly casting*, la pesca con mosca del luchador y acrobático dorado, “el tigre de los ríos”. Ese pez ha puesto cada vez más de moda a Corrientes y Entre Ríos como destinos de pesca de carácter internacional. Los ha sumado a las grandes metas tradicionales de nuestro país: los ríos, lagos y mar de la Patagonia. Y a los lugares que diversas provincias han ido promocionando por sus cualidades pesqueras específicas.

Fuente:

Extracto de la nota publicada en *Ámbito Financiero* el 1° de abril de 2011.


Coihue
FUNDAS PARA ARMAS Y ACCESORIOS



FUNDAS DE ARMA LARGA



TEMPORADA DE CAZA 2011



MOCHILAS



MOCHILAS



CARGADORES

Desarrollo de productos  
Indumentaria y accesorios  
Sistema Modular de Equipamiento

Fundas para Armas Largas y Cortas  
Fundas Panqueques - Gun Cases  
Accesorios de Caza, Tiro y Outdoor

Mochilas de Hidratación  
Equip. para Fuerzas Armadas y de Seguridad  
Equip. para Paintball y Airsoft

Concejal Acosta 888 Bella Vista - Bs.As. Argentina - Tel./fax: (5411) 4668.1875 - info@fundascoihue.com.ar - www.fundascoihue.com.ar