

CAMARÓN DE CRIADERO:

El marisco importado favorito de los Estados Unidos, sus costos ocultos y los secretos detrás de la escena



Un informe especial del Programa de Alimentos de Public Citizen



El acaparamiento de camarón: El alimento de mar importado favorito de Estados Unidos

Un informe especial del Programa de Alimentos de Public Citizen
Enero 2005

© 2004 Public Citizen. Todos los derechos reservados. Este documento puede revisarse o descargarse en www.foodactivist.org

Agradecimientos especiales a Mike Hagler

Créditos de fotografía:

El Comité para la Defensa y el Desarrollo de la Flora y de la Fauna del Golfo de Fonseca, Mangrove Action Project, RedManglar, Ann Wahlstrom / Katrin Wahlstrom



Food Program
215 Pennsylvania Ave. S.E.
Washington, D.C. 20003

tel: 202.546.4996
fax: 202.547.7392

cmep@citizen.org
www.shrimpactivist.org

Public Citizen, fundada en 1971, es una organización de investigación sin fines de lucro, de presión y litigante con sede en Washington D.C. Public Citizen aboga por la protección al consumidor y por una mayor responsabilidad gubernamental y corporativa, y es apoyado por más de 150 mil miembros en todos los Estados Unidos.

El acaparamiento de camarón: El alimento de mar importado favorito de Estados Unidos

Mientras virtualmente todo el camarón criado del mundo se produce al sur del globo, la mayoría se consume en Estados Unidos, Japón y Europa. China es una excepción como exportadora y exporta apenas la mitad de lo que produce, reteniendo el resto para sus mercados locales. Se estima que de las 2,886 millones de libras (1,3 millones de toneladas) de camarón de criadero producido en el mundo en 2003 alrededor de la mitad se comerció internacionalmente¹.

El volumen de camarón importado por Estados Unidos continúa marcando récords, como se ilustra en el gráfico 1. Alrededor del 87 por ciento del camarón expendido en Estados Unidos fue importado en 2003. Esto incluye el criado y el silvestre, el de agua fría y caliente. Poco más de mil millones de libras (505 mil toneladas) de camarón fueron importadas por Estados Unidos en 2003, comparadas con las aproximadamente 626 millones de libras (284 mil toneladas) de Japón y las alrededor de 661 millones de libras (300 mil toneladas) de la Unión Europea².

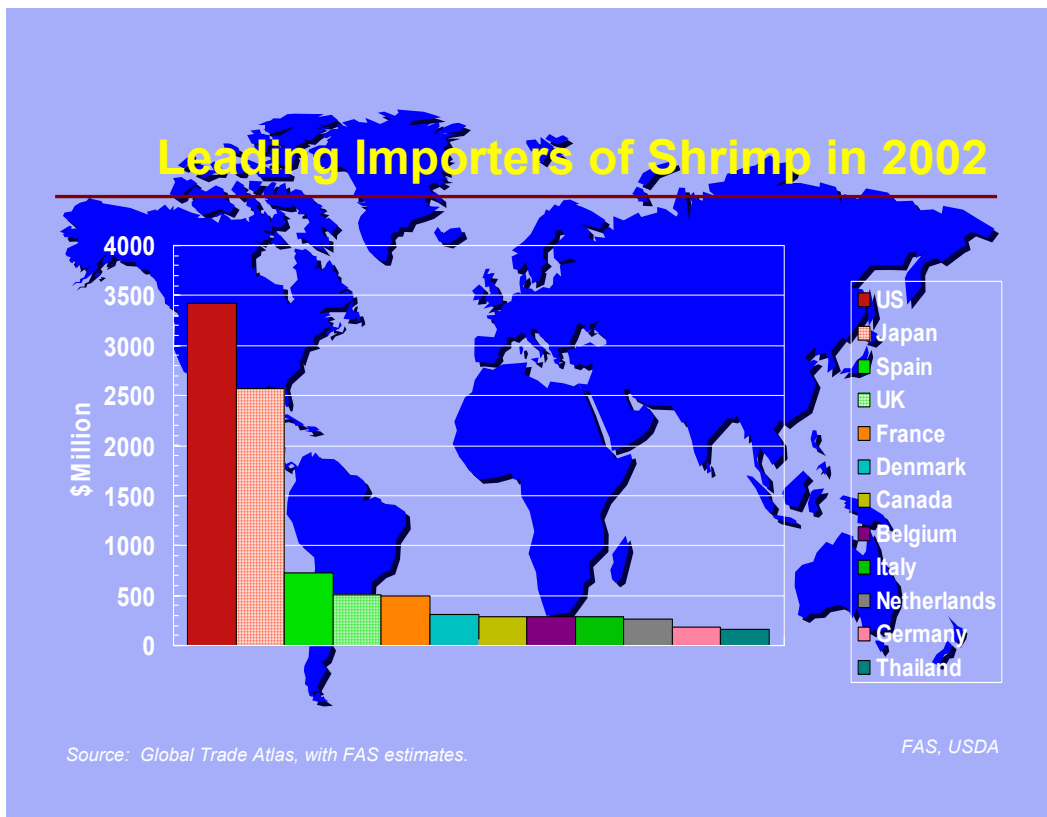


Gráfico 1: Importadores líderes de camarón en 2002

Fuente: Tom Westcot, USDA Foreign Agricultural Service, June 2003

Con poco más de mil millones de libras, los Estados Unidos importaron alrededor de 12,5 por ciento de todo el camarón producido por la cría y la pesca silvestre en todo el mundo (lo que significa alrededor de 9 mil millones de libras o un millón de toneladas). Las

estadísticas nacionales de importación de Estados Unidos no distinguen entre estas categorías³, así que no es posible saber con certeza los porcentajes exactos de cada una en las figuras de exportación. El Departamento de Comercio de los Estados Unidos, mientras tanto, estima que al menos la mitad del volumen de las importaciones de camarón estadounidense vienen de la acuicultura⁴. Eso es más de 550 millones de libras de camarón de criadero importado por Estados Unidos en 2003, y alrededor del 40 por ciento de todo el camarón de criadero comercializado en el mercado internacional el año pasado.

El apetito estadounidense por el camarón ha crecido tanto que ha rebasado al atún como la comida de mar más popular⁵, llegando al 20 por ciento de todos los alimentos de mar consumidos en el país. Los estadounidenses consumieron 3,4 libras por persona en 2003, comparadas con las 2,9 libras de atún.

Setenta por ciento de todo el camarón importado por Estados Unidos viene de Tailandia, China, Vietnam, India y Ecuador, como se muestra en la tabla 1. Entre 2002 y 2003, las importaciones de Estados Unidos desde China crecieron a un asombroso 189 por ciento, alcanzando 170 millones de libras en 2003⁶. De los ocho países que más exportaron camarón a Estados Unidos en 2003, cinco más, además de China, han mostrando incremento en el volumen de años previos. Vietnam va hacia arriba ya que expande rápidamente su producción de camarón de criadero en el sur del país, volviéndose el tercer más grande exportador a Estados Unidos en cantidad y el segundo en valor.

<u>País</u>	<u>Volumen (en libras)</u>	<u>Valor (en miles de dólares)</u>
Tailandia	293,698,000	997,694,000
China	178,597,000	441,905,000
Vietnam	126,495,000	595,014,000
India	100,240,000	408,907,000
Ecuador	75,021,000	211,258,000
México	56,204,000	294,088,000
Brasil	48,042,000	96,764,000
Indonesia	47,758,000	168,047,000
Bangladesh	17,953,000	82,836,000
Filipinas	2,705,000	10,929,000
Otros	165,515,000	453,005,000
Total	1,112,209,000	3,760,449,000

Tabla 1: Importaciones de camarón de Estados Unidos por volumen y valor en 2003

Fuente: US Dept. of Agriculture: Aquaculture Outlook, No. 19, March 12, 2004

Los criaderos de camarón de Ecuador sufrieron grandes problemas con enfermedades en 2000 y 2001, provocando una caída en las exportaciones. Para 2003 y 2004, Ecuador se recuperó y las exportaciones a los Estados Unidos subieron en 17 millones de libras (28 por ciento), aunque permanecieron muy por debajo de los altos niveles alcanzados a mediados de los años noventa⁷. Los embarques desde Brasil se han incrementado rápidamente en los últimos años también, y ahora es el tercer exportador más importante a los Estados Unidos entre los productores del hemisferio occidental, con un monto de 48

millones de libras. Las exportaciones de camarón en 2003, a los Estados Unidos desde Brasil, se han más que duplicado en los últimos dos años.

El valor de las importaciones de camarón en los Estados Unidos fue de 3,800 millones de dólares en 2003, un poco más que el récord previo establecido en 2000. Como sucedió en los dos años anteriores, el precio promedio de los productos de camarón cayó mucho en 2003. Luego de alcanzar los casi 5 dólares por libra en 2000 en Estados Unidos, el precio promedio de los productos de camarón importado ha declinado en 1,56 dólares por libra, hasta llegar a 3,38 dólares en 2003. Los pescadores silvestres en los Estados Unidos resienten las repercusiones del flujo de camarón importado barato y no pueden competir ni con la oferta ni con el precio. Como ilustra el Gráfico 2, la pesca de camarón silvestre no se ha incrementado al mismo ritmo que la campaña comercial que ha convencido a los estadounidenses de comer más camarón y más a menudo.

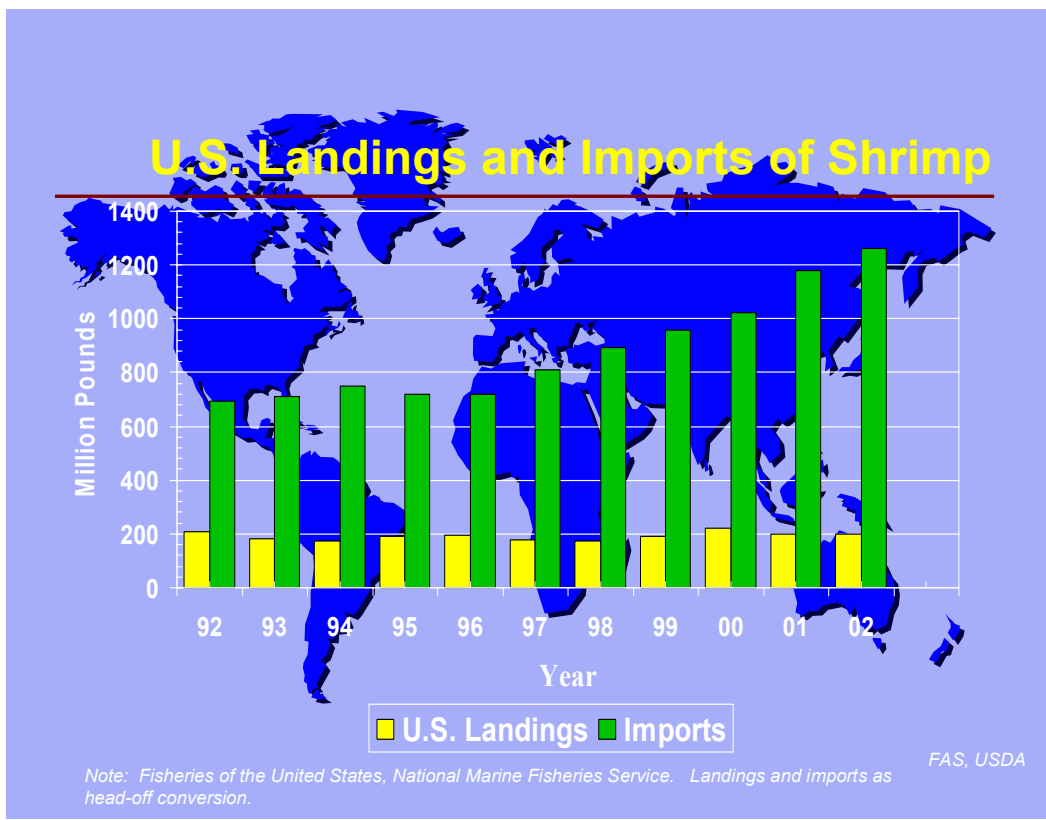


Gráfico 2: Producción doméstica e importaciones de camarón en Estados Unidos
 Fuente: Tom Westcot, USDA Foreign Agricultural Service, June, 2003

El precio del camarón

El precio declinante del camarón ha sido un punto neurálgico para los pescadores estadounidenses de camarón, quienes han solicitado al gobierno de Estados Unidos el 31 de diciembre de 2003, acusando a China, a Tailandia, a Vietnam, a India, a Brasil y a Ecuador de *dumping* con camarón de criadero barato introducido en el mercado estadounidense. Las dos oficinas involucradas incluyen a la Comisión de Comercio

Internacional de Estados Unidos (ITC, por sus siglas en inglés) y a la Administración de Comercio Internacional (ITA) del Departamento de Comercio (DOC). La ITA fija las tarifas y la ITC determina si deberían ser implementadas. La Southern Shrimp Alliance (SSA, “Alianza Sureña por el Camarón”) de ocho estados costeros del sur, desde Carolina del Norte hasta Texas, representando a los pescadores, procesadores y distribuidores de camarón silvestre pescado en Estados Unidos, afirman que están en vías de extinción, peleando por la sobrevivencia contra el flujo de camarón extranjero de criadero barato que viene de estos seis países. El *dumping* tiene lugar cuando un país produce un producto que exporta a otro a costos de producción más bajos que los del país importador.

En julio de 2004, la normativa preliminar del Departamento de Comercio fue en favor de la SSA, estableciendo el escenario para los requisitos de hasta el 100 por ciento del camarón importado de algunos país por algunas compañías⁸. Desafortunadamente, la determinación final del DOC sobre los márgenes de las tarifas no fue tan favorable a la SSA y decayó considerablemente, especialmente para Vietnam (ver Tabla 2). Mientras tanto, los seis países marcados han estado en busca de otros mercados, tales como la Unión Europea y Japón, mientras la producción de camarón de acuacultivo ha sido estimulada en otros países tropicales, como Indonesia y Bangladesh, para satisfacer la insaciable demanda en los Estados Unidos.

El Departamento de Comercio de todos modos encontró que esos seis países hicieron *dumping* con camarón en el mercado estadounidense, pero las penas finales para las compañías específicas que exportan el camarón de cada uno de esos seis países no son tan estrictas como las sanciones preliminares (ver el Apéndice 1 para la información completa sobre las compañías). En enero 6 de 2005, la ITC anunció su decisión final sobre los prejuicios, y votó unánimemente para imponer tarifas en las importaciones de camarón de agua caliente a los Estados Unidos, pero no a productos enlatados⁹. El Departamento de Comercio es responsable ahora por elevar las órdenes de requisición al camarón de agua caliente no enlatado proveniente de esos seis países.

Hubo un giro inusual en los eventos como resultado del devastador tsunami de diciembre 26 de 2004 en el Océano Índico. Aunque la ITC tomó su decisión final, los comisionados estaban preocupados acerca del impacto económico que el tsunami pudiera tener en la industria de camarón en Tailandia y en India; por tanto, reabieron el periodo de análisis específicamente para esas dos naciones en relación con los impactos económicos debidos al tsunami. Los análisis determinarán si la ITC necesita hacer una “revisión de cambios por las circunstancias”. La “revisión de cambios por las circunstancias” es hecha en situaciones especiales que aparecen durante un periodo determinado de una sentencia anti *dumping*¹⁰.

País	Tarifas preliminares propuestas por el DOC	Fecha de la decisión preliminar del DOC	Tarifas finales propuestas por el DOC	Fecha de la determinación final del DOC	Fecha de la determinación final de perjuicios de la ITC
------	--	---	---------------------------------------	---	---

China	8-113 %	Julio 6, 04	27.89-112.81%	Nov. 30, 04	Ene. 6, 05
Vietnam	12-93 %	Julio 6, 04	4.13-25.76%	Nov. 30, 04	Ene. 6, 05
Tailandia	5.26-10.25 %	Julio 29, 04	5.79-6.03%	Dic. 20, 04	Ene. 6, 05
India	3.56-27.49 %	Julio 29, 04	5.02-13.42%	Dic. 20, 04	Ene. 6, 05
Brasil	0 - 67.8 %	Julio 29, 04	9.69-67.8%	Dic. 20, 04	Ene. 6, 05
Ecuador	6.08 - 9.35 %	Julio 29, 04	2.35-4.48%	Dic. 20, 04	Ene. 6, 05

Tabla 2: Tarifas propuestas en julio de 2004 para el camarón exportado a Estados Unidos

Fuentes: United States International Trade Commission. *Press Release: Certain Non-Canned Warmwater Shrimp And Prawns From Brazil, China, Ecuador, India, Thailand, And Vietnam Injure U.S. Industry, Says Itc.* January 6, 2005. http://www.usitc.gov/ext_relations/news_release/2005/er0106cc1.htm *

Oponiéndose a la SSA ha estado la *Shrimp Task Force* (STF, “Fuerza de Tarea del Camarón”), una coalición de comercio amplia que se opone a las tarifas impuestas al camarón importado. La STF ha dicho de los requerimientos impuestos por la Comisión de Comisión Internacional de Comercio que son “un impuesto innecesario a los consumidores estadounidenses”¹¹. La Coalición de Acción Comercial de las Industrias de Consumo (CITAC) y la Asociación de Distribuidores de Alimentos Marinos de Estados Unidos (ASDA) conformaron la Fuerza de Tarea del Camarón para oponerse a las peticiones anti dumping de camarón. Afirma que los requerimientos al camarón importado limitarían el acceso de los consumidores estadounidenses a camarón a precios razonables y daño a sus propias industrias de consumo de camarón. Los miembros de la Fuerza de Tarea del Camarón incluyen a la corporación SYSCO, el distribuidor nacional más grande de servicios de alimentos, con ventas anuales de alimentos marinos que sobrepasan los mil millones de dólares¹², y a Slade Gorton & Co, con ventas anuales muy por encima de los 300 millones de dólares¹³. Sysco y Slade Gorton obtienen ganancias del camarón importado, vendiendo a los distribuidores y a los usuarios finales en todo Estados Unidos.

¿Qué ha causado un continuo crecimiento en la demanda de camarón en Estados Unidos? “La gente en este país hará lo que sea que la Avenida Madison les diga”, según un ejecutivo de ventas de alimentos marinos de una cadena de supermercados de Pensilvania¹⁴. Desde fines de los años noventa, las tiendas de abarrotes y los restaurantes familiares, tales como Red Lobster y Long John Silver’s, han estado bombardeando a los

* Department of Commerce, International Trade Administration. *Fact Sheet: Final Determinations in the Antidumping Duty Investigations on Certain Frozen and Canned Warmwater Shrimp from the People's Republic of China and the Socialist Republic of Vietnam.* November 30, 2004.

http://www.ita.doc.gov/media/FactSheet/1104/shrimp_113004.html

Department of Commerce, International Trade Administration. *Fact Sheet: Final Determinations in the Antidumping Duty Investigations on Certain Frozen and Canned Warmwater Shrimp from Brazil, Ecuador, India, and Thailand.* December 20, 2004.

http://www.ita.doc.gov/media/FactSheet/1204/shrimp_122004.html

Department of Commerce, International Trade Administration. *Fact Sheet: Preliminary Determination in Antidumping Duty Investigations: Certain Frozen and Canned Warmwater Shrimp from Brazil, Ecuador, India, and Thailand.* July 29, 2004. http://www.ita.doc.gov/media/FactSheet/0704/shrimp_072904.html

Department of Commerce, International Trade Administration. *Fact Sheet: Preliminary Determinations in the Antidumping Duty Investigations on Certain Frozen and Canned Warmwater Shrimp from the People's Republic of China and the Socialist Republic of Vietnam.* July 6, 2004

http://www.ita.doc.gov/media/FactSheet/0704/shrimp_070604.html

consumidores estadounidenses con anuncios que venden al camarón como la opción más atractiva y abundante en alimentos de mar en Estados Unidos¹⁵. En pocas palabras, la subida de popularidad del camarón entre los consumidores estadounidenses, especialmente durante un periodo crítico cuando los precios del camarón caían dramáticamente. El Consejo del Camarón, un subgrupo del Instituto Nacional de Pesqueras de los Estados Unidos, se dedica al marketing de camarón para incrementar más el consumo estadounidense de camarón. A través de grupos focales, el Consejo del Camarón ha determinado la visión del camarón de los consumidores como una “indulgencia divertida”¹⁶, lo que se refleja acualmente en la estrategia de mercadotecnia que aparece en los canales de televisión.

Los actores

Un montón de compañías, grandes y pequeñas, están involucradas en meter camarón al país y llevarlo a los platos de los consumidores, ya sea en un restaurante o en casa. Operan en diferentes niveles, con capacidades diferentes, desde importadores, procesadores, agentes de bolsa, mayoristas, distribuidores y proveedores del sector de servicios de alimentos, y finalmente minoristas en las tiendas y los restaurantes. Algunos nombres corporativos son familiares a los consumidores estadounidenses de alimentos marinos, mientras otros no, pero algunos de los grandes actores en el mercado estadounidense de camarón incluyen a: Red Chamber Co., Darden Restaurants Group (dueño de los restaurantes Red Lobster), Sysco, ConAgra Seafood Company, King & Prince Seafood Corp., Ocean Garden Products, Inc., Slade Gorton & Co., Inc., The Mazzetta Company, Contessa Food Products, Inc. y Charoen Pokphand Foods Plc. Del lado de los restaurantes, Red Lobster, Shoney's, Capt D's, Long John Silver's y Legal Seafoods son solamente algunos de los grandes nombres que se basan en camarón de criadero para levantar sus ganancias.

Como hemos visto, el mercado estadounidense de alimentos marinos depende cada vez más en productos importados para satisfacer la creciente demanda, particularmente en el caso del camarón. Los más grandes importadores de alimentos marinos de Estados Unidos se especializan en el camarón, y dado el valor de 3.800 millones de dólares de sus importaciones en 2003, las grandes compañías de importación de camarón tienen ordinariamente ventas que exceden los 100 millones de dólares. El segmento de importaciones de la cadena de valor de los alimentos marinos en Estados Unidos permanece altamente fragmentado, aunque con grandes números de parte de importadores relativamente pequeños, con ventas anuales de menos de cinco millones de dólares.

En la cima de los importadores de alimentos marinos de Estados Unidos y de los distribuidores de camarón de criaderos está Red Chamber, una compañía privada. Red Chamber es el mayor importador de camarón del Sudeste Asiático, pero también lo importa de América Latina. Red Chamber tiene plantas de procesamiento en Asia, Latinoamérica, así como en Tampa, Los Angeles y en China. Parte de su camarón puede ser criado en India, procesado en China y luego importado en los Estados Unidos. Desgraciadamente, los consumidores estadounidenses no lo podrían saber nunca. Las

operaciones de Red Chamber son tan extensas que pueden satisfacer las demandas inmediatas de los grandes minoristas que quieren más dos millones de libras de camarón (50 cargas de tráiler). Solamente un puñado de compañías de alimentos marinos tiene los recursos para satisfacer pedidos tan grandes en tan poco tiempo. Minoristas de gran volumen, como Long John Silver's, se apoyan en importadores como Red Chamber¹⁷.

Los importadores de alimentos marinos, como Red Chamber, compran directamente de productores extranjeros y de exportadores. Unos cuantos productores foráneos tienen sus propias subsidiarias en Estados Unidos. Ocean Garden Products (OGP) de San Diego es uno de esos subsidiarios. Fue creada originalmente a fines de los años sesenta para importar camarón a los Estados Unidos desde las cooperativas pesqueras de México, pero ahora vende camarón de un variado número de compañías¹⁸. El productor y procesador de camarón más grande de Tailandia, Charoen Pokphand (CP Group), ha también desarrollado su propia compañía estadounidense de importación - Aqua Beauty International¹⁹. Estas son dos excepciones, ya que la mayoría de los productores foráneos no están en posición de expandir sus operaciones y son cuidadosos de mantener buenas alianzas con los importadores estadounidenses. En el caso de la corporación multinacional con sede en Tailandia, como sea, con grandes contactos en China y otros países asiáticos, CP tiene mucha influencia, especialmente en los Estados Unidos, donde los ejecutivos de CP están bien conectados con la Casa Blanca²⁰.

Hay un cierto número de otros importadores establecidos con altas ventas anuales, tales como Slade Gorton & Co., Inc., de Boston. Sus ventas anuales de 300 millones de dólares y es propiedad de la familia Gorton, con oficinas en Miami, Chicago y San Francisco. La compañía importa una gran selección de alimentos marinos frescos y congelados de todo el mundo y vende tanto a distribuidores como a usuarios finales²¹.

Otro gran nombre entre los importadores de camarón es Mazetta Company, otro negocio de propiedad familiar, con 300 millones de dólares en ventas anuales de camarón primariamente del Sudeste Asiático. Contessa Food Products, de San Pedro, comenzó a mediados de los ochenta importando camarón tigre negro del Sudeste Asiático y ha crecido sostenidamente para ver ventas anuales de 250 millones de dólares. Contessa ha monopolizado la provisión de camarón a muchas grandes cadenas hoteleras, incluyendo Marriot y Hilton²².

Los actores más grandes:

Una nota final sobre los importadores está reservada para el estatus más que único de uno de los restauranteros líderes en Estados Unidos – el Darden Restaurant Group, la compañía de cenas casuales más grande del mundo y la dueña y operadora de 1.300 restaurantes Red Lobster, Olive Garden, Bahama Breeze y Smokey Bones. Mientras la mayoría de los minoristas se surte con importadores, Darden compra un valor de más de 500 millones de dólares en alimentos marinos cada año directamente de regiones como Asia, la India y América Latina²³. Darden es un miembro fundador de la Global Aquaculture Alliance (Alianza Global por la Acuicultura) creada en 1997 en respuesta a

las campañas de los grupos medioambientalistas contra la acuicultura del camarón por su destructividad.

La compañía líder en alimentos marinos en América del Norte es ConAgra Seafood Companies de Tampa, Florida. En 200, ConAgra Foods compró International Home Foods, creando la compañía de mercadeo y procesamiento de alimentos marinos más grande en los Estados Unidos, con ventas anuales de 1,200 millones de dólares. ConAgra vende camarón y otros alimentos marinos bajo las marcas familiares de Bumble Bee, Singleton, Meridian y Louis Kemp. ConAgra es sustancial en la industria del camarón a través de su control de Singleton, una de las compañías primarias de procesamiento de camarón en los Estados Unidos²⁴. Otras grandes compañías incluyen a Rich-SeaPak Corporation, una compañía con sede en Georgia con ventas anuales encima de los 300 millones de dólares. Alrededor de 50 millones de dólares de sus ventas al menudeo vienen de una línea de productos de servicios alimentarios, la mayoría de ella es camarón empanizado²⁵.

Uno de los más grandes actores del camarón y otros alimentos marinos es el mayor distribuidor en cadena de servicios alimentarios, Sysco Corporation, cuyas ventas anuales de alimentos marinos excedieron los mil millones de dólares por año, con la meta de alcanzar los tres mil millones en 2008 solamente en ventas de alimentos marinos²⁶. El negocio de alimentos marinos de Sysco se encuentra en productos congelados con muchos de estos ítems, como el camarón, empacados bajo su marca SYSCO²⁷.

Recuadro 1: Desarrollo costero y desastres naturales mortales

En diciembre 26 de 2004, un terrible tsunami en el Océano Índico sacudió al mundo. Alcanzando una magnitud de 8,9 grados en la escala de Richter y durando casi dos horas y media, olas de más de siete metros golpearon las costas de once naciones, incluyendo Indonesia, Malasia, Tailandia, Myanmar, India, Sri Lanka, Maldivas y hasta Somalia. En un par de días, la mortandad fue de un par de miles a más de cien mil. Las comunidades costeras, los hoteles de playa y los criaderos de camarón fueron devastados por el tsunami.

Hay pocas dudas de que la destrucción de las áreas costeras naturales complicaron el impacto devastador del tsunami. Debido al masivo desarrollo costero, las barreras naturales fueron removidas. Los manglares, que son los bosques costeros, protegen la línea de la costa y las comunidades alrededor, pero debido a la expansión de los hoteles de playa y los criaderos de camarón en los últimos cincuenta años, los manglares han sido destruidos, volviendo a las líneas costeras vulnerables. Jeff McNeely, jefe científico de la International Conservation Union (IUCN), con sede Suiza, ha dicho “lo que también ha ocurrido en las últimas décadas es que muchos manglares han sido limpiados para criar camarón, para que así nosotros, en Europa, podamos tener camarón barato”[†].

[†] AFP, *Did humans make tsunami effects worse?* Philippine Daily Inquirer Science/Health, page B2-4 Saturday, January 1, 2005.
http://www.earthdive.com/front_end/news/newsdetail.asp?changedate=False&changeyear=2005&id=882

El grupo Citibank anunció que el tsunami podría causar pérdidas totales de hasta 15 millones de dólares[‡]. Mientras, la mayor exportadora de camarón en Tailandia, Charoen Pokphand Foods Pcl., anticipa un incremento de ventas de las exportaciones de camarón en 2005[§]. Tailandia sobrevivió con mucho menos destrucción que otros países con cría de camarón, como Indonesia e India.

No solamente la desaparición de los manglares contribuyó directamente al mortal impacto del tsunami, también las autoridades sanitarias de Hong Kong están advirtiendo a los consumidores, vendedores al menudeo y propietarios de restaurantes de no comprar alimentos marinos de regiones dañadas. Una preocupación que tienen los funcionarios de salud es que los contaminantes agrícolas, como los pesticidas y metales pesados del fondo marino pudieran contaminar a las poblaciones marinas silvestres^{**}.

El precio que pagan los consumidores por un cóctel de camarones, camarón con coco o a la barbacoa, no reflejan el verdadero costo del camarón salido de criaderos.. Las comunidades costeras en Sri Lanka, Indonesia e India están pagando los verdaderos costos en sus medioambientes, sus modos de vida y sus vidas.

De las repisas a los platos

Es en el plato, sin embargo, que el camarón toma un sentido real para el consumidor. De especial significancia es el hecho de que el setenta por ciento del camarón en los Estados Unidos se consume en los restaurantes²⁸ y a causa de su bajo precio, y a la uniformidad de su tamaño y de su textura, el camarón de criadero es un alimento de primera línea en los restaurantes de alimentos marinos, ninguno más importante en el mercado que Red Lobster. A principios de los años noventa, Red Lobster era una de las cadenas con precios más altos en el sector de comidas casuales y, cuando la economía se suavizó, la cadena se encontró peleando por sobrevivir. En respuesta, Red Lobster introdujo una línea de productos de menú de menos de diez dólares, pero para hacer eso la compañía tuvo que cambiar a productos de alimentos marinos de menor precio producidos por acuicultura. En poco tiempo, la mitad de los 90 millones de libras vendidas de alimentos marinos por Red Lobster venían de la acuicultura y el ochenta por ciento de ello era camarón. Hoy, el camarón está en los menús no solamente de Red Lobster, sino de un montón de otras cadenas desde Long John Silver's, Shoney's, Bubba Gump's y Captain D's, hasta los Hilton, los Marriott y restaurantes de alta cocina. De hecho, la revista *Restaurants and Institutions* en su Censo de Menús 2001 encontró que "el camarón y el salmón fueron las comidas de mar más frecuentemente encontradas en los menús en todo el país, en todo tipo de restaurant"²⁹.

[‡] Deutsche Presse-Agentur. Tsunami losses expected to reach \$15 billion. <http://www.thewaveonline.com/article/Default.asp?id=22469> Jan. 5 2005

[§] Intrafish Media, Charoen Pokphand's shrimp sales to increase. January 5, 2005. <http://www.thewaveonline.com/article/?id=22465>

^{**} just-food.com. World: Caution urged on seafood from tsunami waters. 05 Jan 2005. http://www.just-food.com/news_detail.asp?art=59565&dm=yes

Hoy, con el camarón como la elección número uno del consumidor en alimentos marinos, treinta y un por ciento de las ventas de los departamentos de comida marina de los supermercados viene del camarón.³⁰ Sin el camarón muchos de los contenedores de comida de mar de los supermercados habrían sido cerrados y los restaurantes de alimentos marinos tendrían dificultades para mantenerse a flote. Tal como va la ruta del camarón, así van las ganancias de muchas compañías que proveen productos tales como químicos, antibióticos y alimento para camarón de la industria de acuicultura. Esto es porque, cuando la oposición organizada a la cría industrial de camarón tuvo prominencia de mediados a fines de los años noventa, los comerciantes de camarón estadounidenses, las cadenas de restaurantes y los proveedores líderes de la acuicultura unieron esfuerzos con los criadores, los procesadores y los exportadores de camarón de doce países para formar la Global Aquaculture Alliance (GAA, “Alianza Global Acualcutura”) y lanzó una contraofensiva en 1997. Los miembros fundadores incluían a las cadenas de restaurantes Darden Restaurants y Long John Silver's, Inc., y a los importadores incluían a Red Chamber Co., Rich-SeaPak Corp., King & Prince Seafood Corp., Ocean Garden Products, Inc. y a la multinacional tailandesa Charoen Pokphand. La acuicultura del camarón inclusive se estableció como una gran industria de proveedores en Estados Unidos, como son Cargill Animal Nutrition, Continental Grain Co. y la gigantesca multinacional de industrias químicas giant Monsanto³¹. Apoyada por una campaña muy bien financiada de guerra, incluyendo al Instituto Nacional de Pesqueras con sede en Estados Unidos, que representa alrededor de mil compañías, la GAA lanzó la contra oposición en temas de relaciones públicas, medioambiente y política internacional³².

Obviamente, cualquier crítica que impacte las preferencias y las actitudes del consumidor son una preocupación para esas compañías que se benefician con la industria. En 1986, Murai Yoshinori de Japón publicó un influyente libro sobre los impactos medioambientales costeros y los riesgos para la salud del consumidor asociados con el camarón de criadero. Este libro iluminó significativamente la preocupación del consumidor y su conocimiento medioambiental sobre la naturaleza destructiva de la cría industrial de camarón. Los vendedores al menudeo y los negocios que se benefician de la acuicultura del camarón se preocuparon mucho por las críticas de los grupos mediambientalistas y de las asociaciones de consumidores a la cría de camarón, especialmente por sus alertas para evitar comer camarón de criadero.

Lavado verde

Podrían comenzar a aparecer cambios potencialmente importantes en los mercados y el comercio como resultado de los cambios de conducta del consumidor y las instituciones internacionales que controlan el comercio. Algunos de estos cambios involucran el “eco etiquetado”, que identifica al camarón producido saludablemente y en armonía con el medioambiente. Queda por verse si tales eco etiquetas tendrán alguna sustancia o simplemente serán una política de lavado verde de la industria. La Unión Europea es ahora la primera región en desarrollar un mecanismo de rastreo para el camarón importado. Nunca antes las industrias de cría de camarón en países productores

necesitaron preocuparse acerca de los temas de seguridad de los alimentos, el control de calidad y las prácticas gerenciales correctas³³. Ahora, la industria proclamó que el “camarón sustentable” están encontrando su camino a las repisas de las tiendas en toda Europa.

En 2000, la compañía japonesa Alter Trade Inc. (ATF) comenzó un proyecto para la certificación de un camarón “orgánico” en conjunto con Naturland de Alemania³⁴. Los primeros criaderos certificados se establecieron en 2002, e inmediatamente el autoproclamado camarón “orgánico” llegó hasta las secciones de alimentos congelados de las tiendas europeas. Naturland sigue certificando al camarón criado “orgánicamente” de Ecuador e Indonesia, pese a la evidencia de que la cría intensiva sigue deprimiendo a las comunidades costeras locales, destruyendo medioambientes costeros, contradiciendo las legislaciones locales y usando una abundante cantidad de químicos para mantener a raya las enfermedades virales³⁵. Actualmente, Naturland espera que el mercado europeo de alimentos marinos orgánicos se triplique en cinco años, lo que incrementaría las ventas anuales a 369,5 millones de dólares³⁶. Desafortunadamente, la certificación de la industria no es adecuada, ni confiable, ni hay supervisión imparcial alguna para asegurar su adherencia a los estándares orgánicos. Esta certificación solamente sirve a los intereses de los que sostienen la industria de acuicultura del camarón, mientras confunde a los consumidores que pretenden hacer elecciones informadas y responsables.

Tales respuestas de parte de la industria, como sea, han sido muy lentas para llegar, y son notoriamente insuficientes para ser consideradas como un signo de que la naturaleza destructiva y no sustentable de la cría de camarón ha sido transformada de alguna manera. Ya pasa de una década desde que las primeras voces de preocupación, sobre los impactos sociales y medioambientales de la cría de camarón, se comenzaron a escuchar. Se ha hecho un gran daño antes de ello, y ha continuado mientras la demanda de consumo en Estados Unidos, Japón y Europa ha crecido, y la industria ha respondido duplicando su producción de camarón.

Conclusión

Duplicar la producción de camarón sería desastroso para el medioambiente y las comunidades afectadas por esa expansión, sin mencionar la salud de los consumidores. Para satisfacer la demanda creciente del consumidor, la producción de camarón debe ser dirigida a una forma altamente intensiva, completamente dependiente de un montón de químicos. Un análisis de 2002 de la sustentabilidad social y ecológica de la acuicultura del camarón en Tailandia y Vietnam, realizado por la Academia Real de Ciencias de Suecia, apunta que, en Tailandia, “años de experiencia con sistemas intensificados... no han conducido a soluciones sustentables” y concluye que “los caminos actuales en ambos países difícilmente llevarán a una industria sustentable. Se requiere una completa transformación de la manera en que el camarón es criado, alimentado, procesado, distribuido y regulado”³⁷. Dada la falta de voluntad política para que esto ocurra, la única manera es a través de una transformación completa del mercado del camarón – una transformación que involucre a las masas de consumidores diciendo “no” al camarón de criadero barato.

En abril de 2005, las tiendas tendrán el mandato de etiquetar la comida de mar con el país de origen y si es o no de criadero o silvestre. Desafortunadamente, las reglas actuales que el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) planea implementar omiten alimento marino “procesado” de las regulaciones de etiquetamiento. La amplia definición de la USDA de alimento marino “procesado” incluye el camarón cocinado, empanizado alimentos marinos enlatados. Los consumidores deberían preguntar en la tienda y el restaurante cada vez por el camarón en el menú o en la tienda que no tiene etiqueta. A través de la presión de los consumidores, los vendedores al menudeo serán forzados a ser más claros y los consumidores podrán tomar una decisión informada.

El camarón barato es un mal camarón, porque no refleja los costos ocultos de la destrucción medioambiental, la desigualdad social y los impactos en la salud de los consumidores.

Apéndice 1: Márgenes finales de dumping

Brasil	Margen
Empresa de Armazenagem Frigorifica Ltda. (EMPAF)	10.70%
Central de Industrializacao e Distribuicao de Alimentos Ltda. (CIDA)	9.69%
Norte Pesca S.A.	67.80%
Todos los demás	10.40%
Ecuador	Margen
Exporklore S.A.	2.35%
Exportadora De Alimentos S.A. (Expalsa)	2.62%
Promarisco S.A.	4.48%
Todos los demás	3.26%
India	Margen
Hindustan Lever Limited (HLL)	13.42%
Devi Sea Foods Ltd. (Devi)	5.02%
Nekkanti Seafoods Limited (Nekkanti)	9.71%
Todos los demás	9.45%
Tailandia	Margen
Andaman Seafood Co., Ltd., Chanthaburi Seafoods Co., Ltd., and Thailand Fishery Cold Storage Public Co., Ltd. (llamados colectivamente Rubicon Group)	5.79%
Thai I-Mei Frozen Foods Co., Ltd., (Thai-I-Mei)	6.20%
The Union Frozen Products Co., Ltd. (UFP)	6.82%
Todos los demás	6.03%
República Popular China	
Allied Pacific Group	84.93%
Zhanjiang Guolian Aquatic Products Co., Ltd.	0.07% (<i>de minimis</i>)
Shantou Red Garden Foodstuff Co., Ltd.	27.89%
Yelin Enterprise Co., Hong Kong	82.27%
Margen de porcentaje diferencial	55.23%
China-Tasa amplia	112.81%
Vietnam	
Minh Phu Seafood Corporation	4.21%
Kim Ahn Co., Ltd.	25.76%
Minh Hai Joint Stock Seafoods Processing Co.	4.13%
Camau Frozen Seafood Processing Import Export Corporation	4.99%
Separate Rate Margin	4.38%
Vietnam-Tasa amplia	25.76%

Fuente: International Trade Administration, Department of Commerce, Fact Sheet Final Determinations in the Antidumping Duty Investigations on Certain Frozen and Canned Warmwater Shrimp from the People's

Republic of China and the Socialist Republic of Vietnam.
http://www.ita.doc.gov/media/FactSheet/1104/shrimp_113004.html. November 30, 2004. and
International Trade Administration, Department of Commerce, Fact Sheet Final Determinations In The
Antidumping Duty Investigations On Certain Frozen And Canned Warmwater Shrimp From Brazil,
Ecuador, India, And Thailand http://www.ita.doc.gov/media/FactSheet/1204/shrimp_122004.html
[December 20 2004](#).

¹ Cascorbi, A. “Seafood Watch Seafood Report: Shrimp Volume III: Farm-Raised Shrimp World Overview.” The Monterey Bay Aquarium. 5 April 2004.

² GLOBEFISH. “Thailand and China dominate US shrimp imports during first quarter.” *Shrimp Market Report*. June 2004.

³ “Imports and Exports of Fishery Products Annual Summary, 2003” National Marine Fisheries Service. 2003.

⁴ Harvey, David J. “U.S. Seafood Market Shifts to Aquaculture.” *Amber Waves* April 2004.

⁵ “Shrimp claims tuna’s place on Top 10 list.” *Seafood Business* October 2002.

⁶ Harvey, David J. “Domestic Aquacultural Production higher and Imports Up.” *Aquaculture Outlook* March 12, 2004. p. 10.

⁷ Harvey, David J. “Domestic Aquacultural Production higher and Imports Up.” *Aquaculture Outlook* March 12, 2004. p. 10.

⁸ “US slaps duties on shrimp from China, Vietnam of up to 112 percent.” *AFP*, www.channelnewsasia.com. July 7, 2004.

⁹ United States International Trade Commission. Press Release: *Certain Non-Canned Warmwater Shrimp And Prawns From Brazil, China, Ecuador, India, Thailand, And Vietnam Injure U.S. Industry, Says Itc* http://www.usitc.gov/ext_relations/news_release/2005/er0106cc1.htm January 6, 2005.

¹⁰ United States International Trade Commission. Press Release: *Certain Non-Canned Warmwater Shrimp And Prawns From Brazil, China, Ecuador, India, Thailand, And Vietnam Injure U.S. Industry, Says Itc* http://www.usitc.gov/ext_relations/news_release/2005/er0106cc1.htm January 6, 2005.

¹¹ “US slaps duties on shrimp from China, Vietnam of up to 112 percent.” *AFP* www.channelnewsasia.com. July 7, 2004.

¹² Fiorillo, John. “Local autonomy crucial to Sysco’s success” in *Intrafish*. www.intrafish.com. 16 June 2003.

¹³ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 147.

¹⁴ “Shrimp claims tuna’s place on Top 10 list.” *Seafood Business* October 2002.

¹⁵ “Shrimp claims tuna’s place on Top 10 list.” *Seafood Business* October 2002.

¹⁶ Hedlund, Steven. “Consumers tapped to develop shrimp marketing strategy.”

Seafood Business June 2004.

¹⁷ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 111.

¹⁸ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 110.

¹⁹ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 110.

²⁰ Moldea D. and D. Corn, "Influence Peddling, Bush Style." *The Nation* October 23, 2000.

²¹ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 147.

²² *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 149.

²³ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 111.

²⁴ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 141.

²⁵ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 147.

²⁶ Cherry, Drew. "Sysco aims for \$3 bil' in seafood sales" *Intrafish*. www.intrafish.com. 6 July 2004.

²⁷ Fiorillo, John "Sysco Rolls out new private-label seafood line" *The Wave* www.thewaveonline.com. Sep. 10 2004.

²⁸ "Shrimp claims tuna's place on Top 10 list." *Seafood Business* October 2002.

²⁹ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 122.

³⁰ *Mapping global fisheries and seafood sectors*. David and Lucille Packard Foundation, Los Altos, CA, 2001. p. 127.

³¹ GAA, *Global Aquaculture Alliance website* Retrieved from the worldwide web on April 24, 2004 at <http://www.gaalliance.org/offi.html#FOUNDING>

³² Stonich, S. and C. Bailey, "Resisting the Blue Revolution: Contending Coalitions Surrounding Shrimp Farming." *Human Organization* 59:1 (2000), p. 30.

³³ Lebel, L., N.H. Tri, A. Saengnoee, S. Pasong, U. Buatama, and L.K. Thoa, (2002). “Industrial Transformation and Shrimp Aquaculture in Thailand and Vietnam: Pathways to Ecological, Social, and Economic Sustainability?” *Ambio* 31:4. 2002. p.314.

³⁴ Ronnback, Dr. Patrick, *Critical Analysis of Certified Organic Shrimp Aquaculture in Sidoarjo, Indonesia*. Prepared for the Swedish Society for Nature Conservation. Dec 2003. p. 1.

³⁵ Ronnback, Dr. Patrick, *Critical Analysis of Certified Organic Shrimp Aquaculture in Sidoarjo, Indonesia*. Prepared for the Swedish Society for Nature Conservation. Dec 2003.

³⁶ Evans, John. “European organic seafood consumption to triple in five years, says certifier.” *Intrafish*. www.intrafish.com. Oct. 12, 2004.

³⁷ Lebel, L., N.H. Tri, A. Saengnoee, S. Pasong, U. Buatama, and L.K. Thoa, (2002). “Industrial Transformation and Shrimp Aquaculture in Thailand and Vietnam: Pathways to Ecological, Social, and Economic Sustainability?” *Ambio* 31:4. 2002. p.311.