

SECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

DIRECCION GENERAL DE PESCA

TRABAJOS
DE
DIVULGACION

VOLUMEN XI
NUMERO: 104



MEXICO D. F. 1966

SECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

DIRECCION GENERAL DE PESCA

E INDUSTRIAS CONEXAS

CONTRIBUCION DEL INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES
BIOLOGICO-PESQUERAS.

Serie.

TRABAJOS DE DIVULGACION

No. 104

VOLUMEN XI

NOTAS SOBRE LA CAPTURA DE PESCADOS Y MARISCOS
EN EL AÑO DE 1961.

Por Ernesto Ramírez Hernández

y

Nicolás Vázquez Rosillo

1 9 6 6

r-Amigo-d.

I N T R O D U C C I O N

En la vida moderna es un hecho muy común el observar la aparición de infinidad de productos comerciales. Entre ellos los hay -- que reúnen las cualidades requeridas para satisfacer necesidades reales; podríamos decir naturales. Sin embargo, hay otros cuya presencia se debe a causas un tanto artificiales que los originan de manera muy diversa.

En la práctica sucede con unos y otros que por numerosas circunstancias, difíciles de establecer, no son de la aceptación de -- parte de las mayorías, o simplemente no son conocidas por ellas, -- por lo que requieren del auxilio de un medio eficaz para crear su demanda. Es para estos casos aconsejable recurrir a los medios de difusión publicitaria, que a través de la constante repetición de las cualidades propias de un determinado producto, van formando -- una idea cada vez más definida en la mente del consumidor, hasta -- dar por resultado que en éste se opere un cambio que lo haga decidirse a llegar al fin perseguido por el publicista, esto es, la adquisición de la mercancía.

Desde luego que es conveniente, además, hacer la distinción en -- tre una campaña publicitaria deseosa de dar a conocer un producto -- supérfluo, cuya preferencia se pretende establecer a través de todos los medios posibles, de una campaña que ofrece un producto de -- primera necesidad que por diversas razones no se le emplea en la -- escala requerida.

Sabemos muy bien que para los dos casos se hace necesaria la publicidad pues aun los productos de amplia aceptación la llevan a cabo; no obstante, para nuestro segundo ejemplo sólo se requiere para alcanzar los fines propuestos, señalar las ventajas que serán de beneficio para el futuro consumidor.

En consecuencia con lo antes dicho, se podrá comprobar que en estrecha correspondencia con estos lineamientos, y cumpliendo todos los requisitos de moderación en los anuncios, se está llevando a cabo la Campaña Pro-Consumo de Pescado, y los organismos responsables de dirigirla, han procurado todo lo necesario para conducirla en este sentido.

El difícil problema de lograr mayor número de consumidores de productos pesqueros, ha sido por mucho tiempo una tarea en la que numerosas instituciones oficiales y privadas se han empeñado en resolver. Como resultado de esta intervención se tienen informes muy alentadores sobre los progresos logrados en este campo, tanto por lo que se refiere a la pesca de especies -- destinadas a la exportación como de aquellas que se dirigen al mercado interno. En todo momento la publicidad ha jugado un papel muy importante, pero a pesar de ello, creemos que no podrá generalizarse el consumo de productos pesqueros, sin antes reunir una serie de condiciones que los hagan disponibles para la mayoría del público. Concretamente nos referimos en este punto a la necesidad de ofrecer a la venta un producto que corresponda con la calidad que se anuncia. Por esta razón es necesaria la --

colaboración de los distribuidores para lograr que las personas que incluyan el pescado en su dieta, lo hagan sin el temor de hallarlo alterado. Otro tanto conviene decir del precio, factor determinante que debe guardar correspondencia con el poder adquisitivo del mercado, y mantenerse en competencia con otros productos sustitutos. Esto último se puede lograr a través de un adecuado control de precios, dando lugar así a una sana competencia con los expendedores de carnes en general. Dentro de estos elementos encontramos, asimismo, la obligación de ofrecer al público la cantidad suficiente de pescado en sus distintas variedades, y durante todo el año, para evitar que siga ocurriendo lo que hasta ahora, que sólo se abastece el mercado en las temporadas en que tradicionalmente se realiza su consumo.

En cuanto a los aspectos fundamentales de la planeación de la actividad pesquera, resulta necesario señalar brevemente la conveniencia de (1) acelerar la construcción de nuevas embarcaciones pesqueras para lograr una pesca masiva; (2) proseguir con el mejoramiento técnico de las diversas artes de pesca empleadas en la captura, y finalmente, (3) continuar con la evaluación de nuestros recursos, todo lo cual servirá de base para integrar los elementos que habrán de decidir el desarrollo pesquero de nuestro país.

Para reunir la información utilizada en el presente trabajo, hemos recurrido a los datos de la producción correspondientes a 1961, y se escogió este período debido a que la Sección de Máqui-

quinas de la Oficina de Estadística de la Dirección General de Pesca e Industrias Conexas, elaboró con esos datos una concentración que resultó muy útil para este trabajo.

Con el objeto de abreviar el manejo de las cifras anotadas, sólo se escogieron las 39 variedades de pescados y mariscos -- que representan en su conjunto el 95% de la captura en aguas mexicanas. Por lo que respecta a las especies que en su mayor parte se destinan a las empacadoras, o las que forman parte del volumen correspondiente a la captura de los Estados Unidos en aguas mexicanas, únicamente se comentan parcialmente en este informe.

Finalmente debemos aclarar que se ha hecho un agrupamiento provisional de los Estados de la República en seis grandes zonas, conforme a la influencia económica y distribución de la producción pesquera, a partir de las entidades que cuentan con área litoral.

DATOS DE LA PRODUCCION DE 1961, ELABORADOS
PARA LOS FINES DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA

TABLA No. 1

Para mostrar un panorama general de la producción, se anotan los promedios mensuales, diarios y por hora de las 39 especies que - constituyen el 95% de la captura en aguas - mexicanas durante el año de 1961.

ESPECIES.	PROMEDIO MENSUAL	PROMEDIO DIARIO	PROMEDIO POR HORA
ALMEJA	80,421 Kgs.	2,680 Kgs.	111 Kgs.
ABULON	225,599	7,519	313
ALBACORA	11,722	390	16
ATUN	2.742,088	91,402	3,808
BAGRE	46,657	1,555	64
BARRILETE	413,817	13,794	574
BOBO	27,767	925	38
CABRILLA	25,463	848	35
CAMARON	3.602,074	120,069	5,003
CARPA	32,929	1,097	45
CAZON	66,206	2,206	91
COJINUDA	24,967	832	34
CORVINA	86,102	2,870	119
CHARAL	37,032	1,234	51
CHUCJMI TE	22,779	759	31
GURRUBATA	23,815	794	33
HUACHINANGO	135,485	4,516	188
JAIBA	45,686	1,523	62

ESPECIES.	PROMEDIO MENSUAL	PROMEDIO DIARIO	PROMEDIO POR HORA
JUREL	77,060 Kgs.	2,568 Kgs.	106 Kgs.
LANGOSTA	92,847	3,095	128
LANGOSTINO	9,596	317	13
LISA	217,498	7,249	301
MACARELA	410,162	13,672	569
MERO	437,247	14,574	607
MOJARRA	130,831	4,361	181
OSTION	1.449,606	48,320	2,012
PARGO	50,046	1,668	69
PUERCO	37,695	1,256	52
PULPO	38,042	1,268	52
ROBALO	212,778	7,092	295
RONCO	21,290	709	29
SABALO	85,832	2,861	119
SARDINA	1.676,416	55,880	2,328
SIERRA	324,303	10,810	450
TAMBOR	22,972	765	31
TIBURON	69,181	2,306	96
TORTUGA	111,966	3,732	155
TOTOABA	60,146	2,004	83
TRUCHA	20,876	695	28

Proporción relativa de la producción de pescado durante el transcurso del año.

Como podrá comprobarse al observar los datos contenidos en la Tabla No. 1, todas las variedades de pescados o mariscos - registran una producción mayor a nueve mil kilogramos mensuales. Es decir, que todas ellas, unas en mayor grado que otras en razón de su abundancia, deben considerarse importantes desde el punto de vista comercial.

Con el objeto de definir cuáles son estas variedades de amplio valor comercial, a continuación se muestra una relación de los meses correspondientes a la mayor o menor producción - de cada una de ellas. En el período comprendido entre enero y septiembre, en que se excluyen todas, de ninguna manera podrá interpretarse como una escasez total de pescado, sino que simplemente podemos suponer que las arribaciones de estas espe -- cies, o sus temporadas normales, se registran en otra época - del año.

En este caso se puede recurrir a las variedades que duran -- te todo el año mantienen un promedio mensual suficiente para -- abastecer el mercado; como sucede, por ejemplo, con el ro'alo, huachinango, lisa y mero. Para las especies incluídas con esca -- sa o nula producción durante un largo período, se puede dar -- una explicación diciendo que sólo se capturan en cortas tempo -- radas debido a sus hábitos migratorios o, en otros, como debi -- do a las limitaciones impuestas por las embarcaciones, o a las artes de pesca disponibles en aguas protegidas que no pueden -- seguir a estas especies cuando se adentran en el mar.

TABLA No. 2.CAPTURA MAXIMA Y MINIMA CORRESPONDIENTE
A LA PRODUCCION MENSUAL

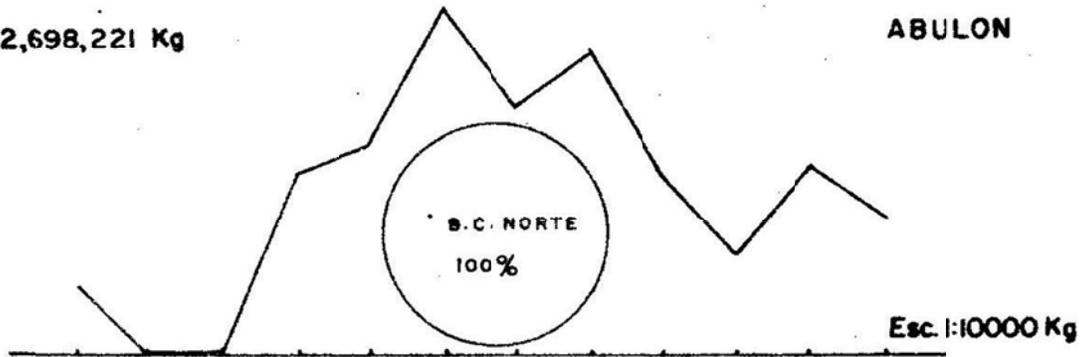
ESPECIES	MESES DE MAXIMA PRODUCCION	MESES DE MINIMA PRODUCCION
ABULON	junio	febrero-marzo
ALBACORA	agosto	de septiembre a julio
ALMEJA	agosto	enero
ATUN	marzo	diciembre
BAGRE	diciembre	enero
BOBO	noviembre	agosto
BARRILETE	diciembre	enero
CABRILLA	julio	diciembre
CARPA	agosto	enero
CAZON	marzo	septiembre
COJINUDA	noviembre	agosto y septiembre
CORVINA	abril	septiembre
CHARAL	febrero	diciembre
CHUCUMITE	mayo	noviembre y diciembre
GURRUBATA	octubre	de mayo a agosto
HUACHINANGO	diciembre	septiembre
JAIABA	octubre	enero
JUREL	junio	abril
LANGOSTA	noviembre	de mayo a julio
LANGOSTINO	agosto	diciembre
LISA	diciembre	febrero
MACARELA	junio	marzo

ESPECIES	MESES DE MAXIMA PRODUCCION	MESES DE MINIMA PRODUCCION.
MERO	diciembre	septiembre
MOJARRA	marzo	noviembre
OSTION	marzo	junio
PARGO	marzo	agosto
PUERCO	junio	agosto
PULPO	octubre	marzo
ROBALO	marzo	junio
RONCO	abril y mayo	diciembre
SABALO	julio	febrero
SARDINA	junio	febrero
SIERRA	marzo y noviembre	julio
TAMBOR	agosto	septiembre
TIBURON	noviembre	septiembre y octubre
TORTUGA	agosto	octubre
TOTOABA	febrero	de abril a mayo de - agosto a septiembre
TRUCHA DE MAR	marzo	enero

PRODUC. TOTAL

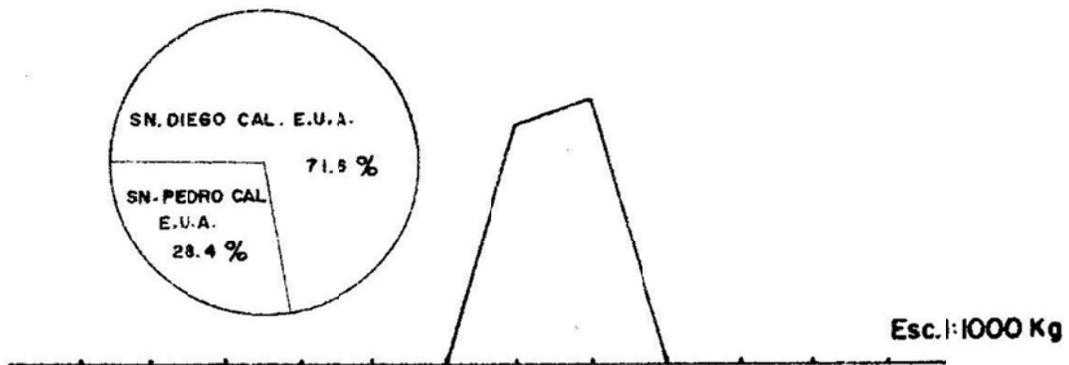
2,698,221 Kg

ABULON



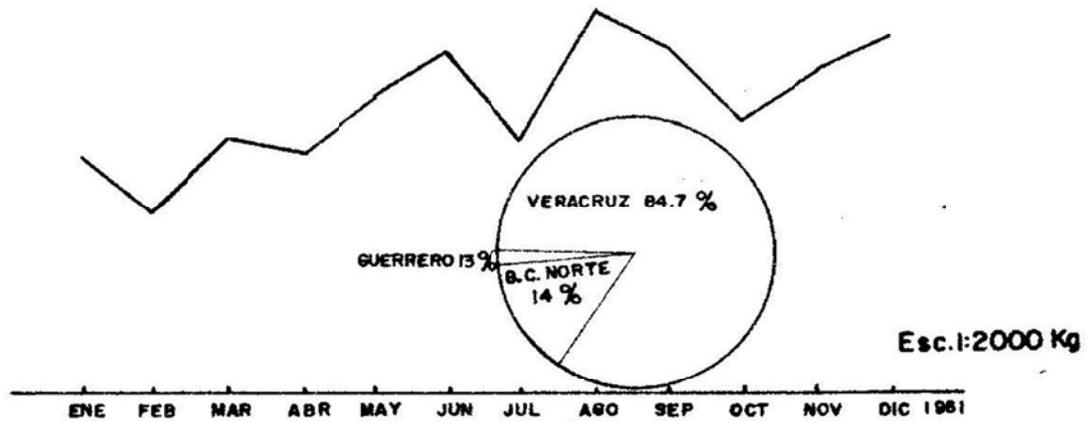
144,666 Kg

ALBACORA



803,712 Kg

ALMEJA

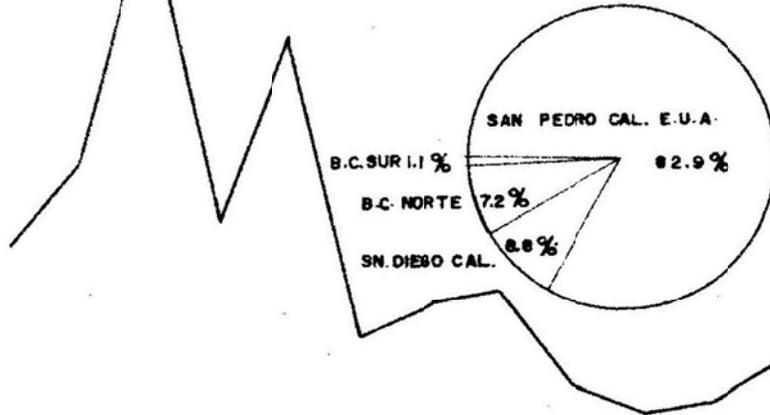


ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUCTOTAL

32,905,062 Kg

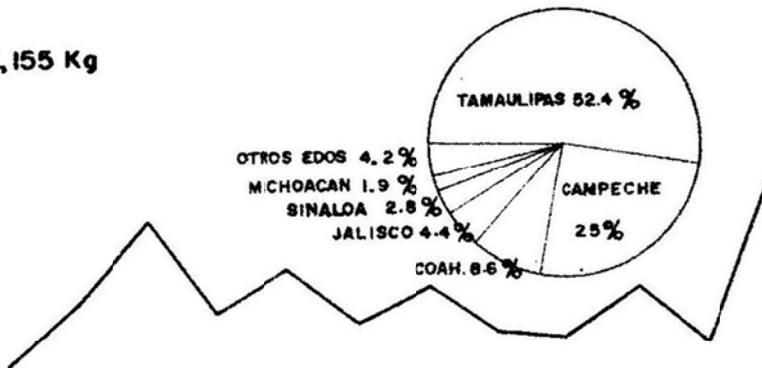
ATUN



Esc. 1mm.: 100 000 Kg

562,155 Kg

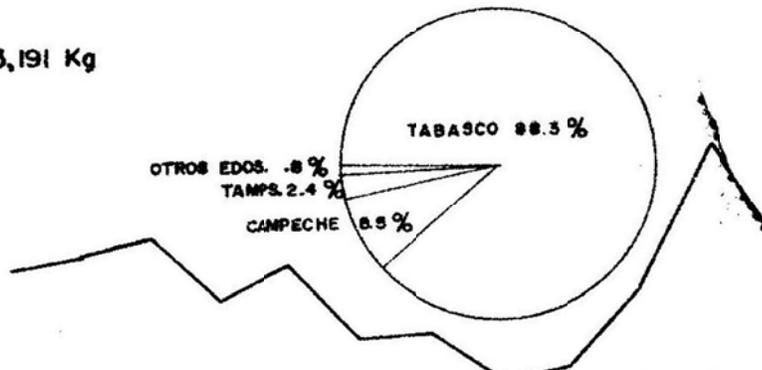
BAGRE



Esc. 1mm.: 2 000 Kg

333,191 Kg

BOBO

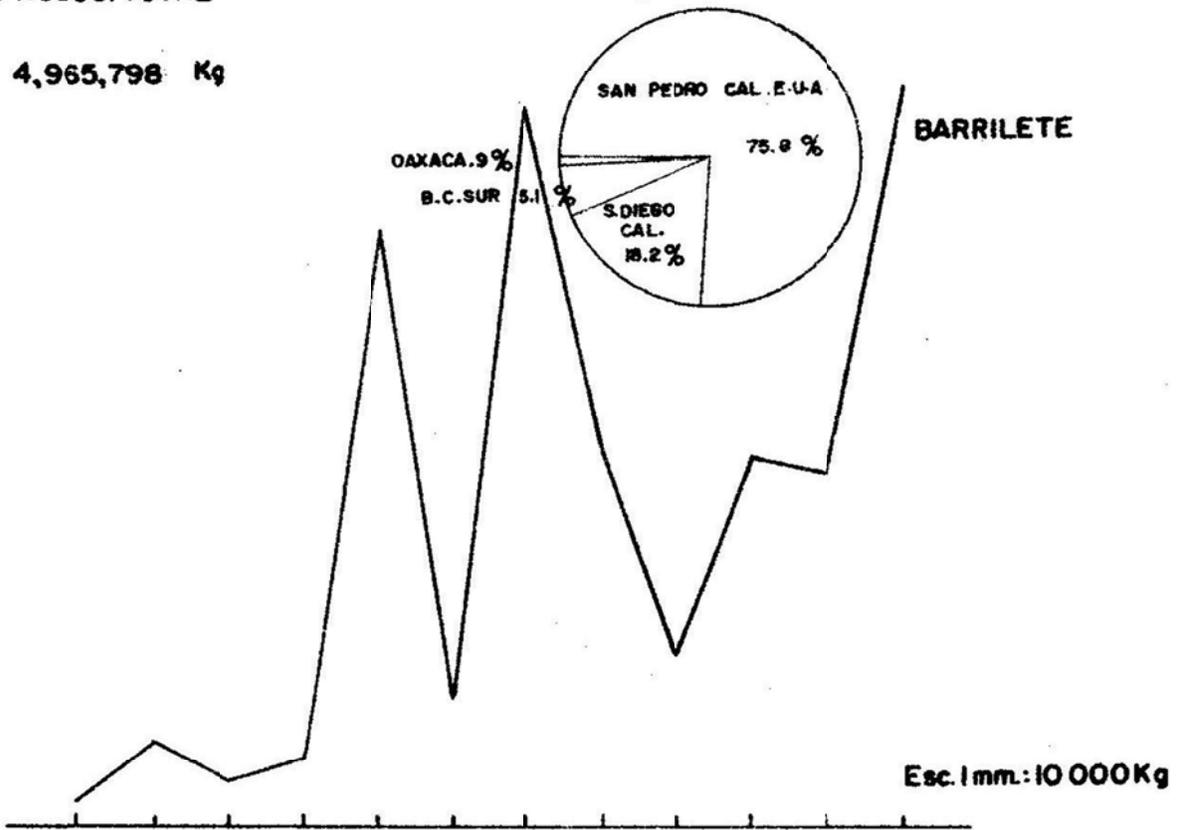


Esc. 1mm.: 2 000 Kg

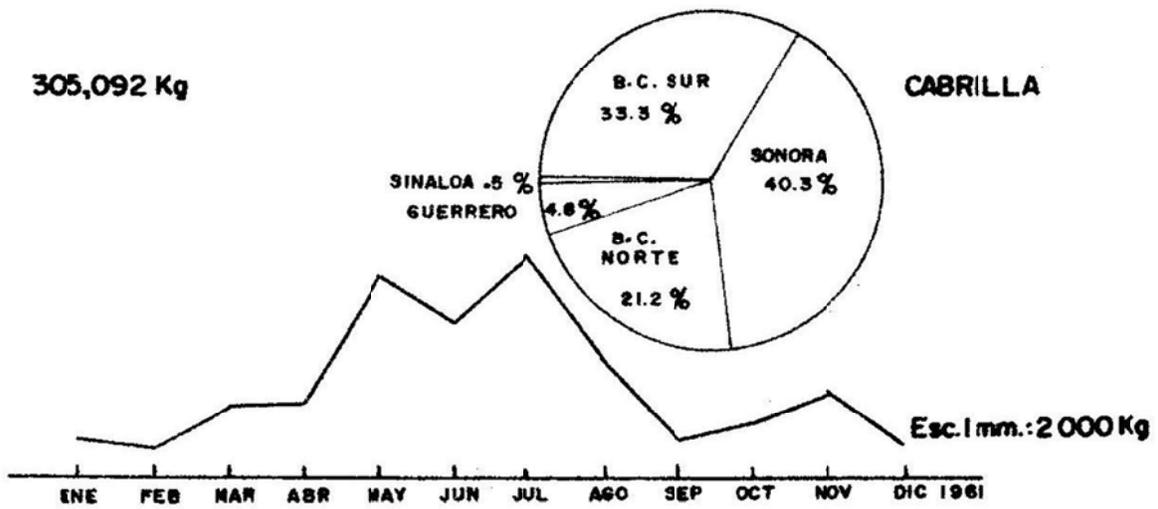
ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

4,965,798 Kg

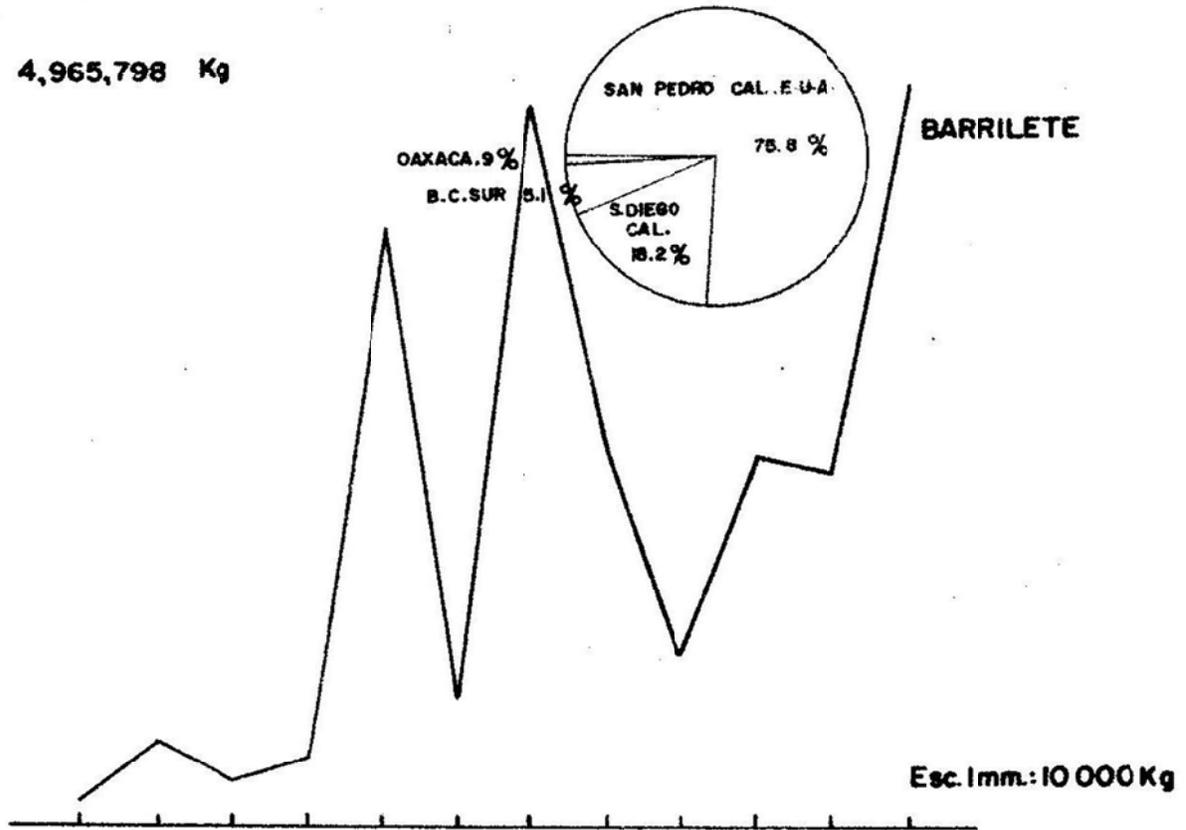


305,092 Kg

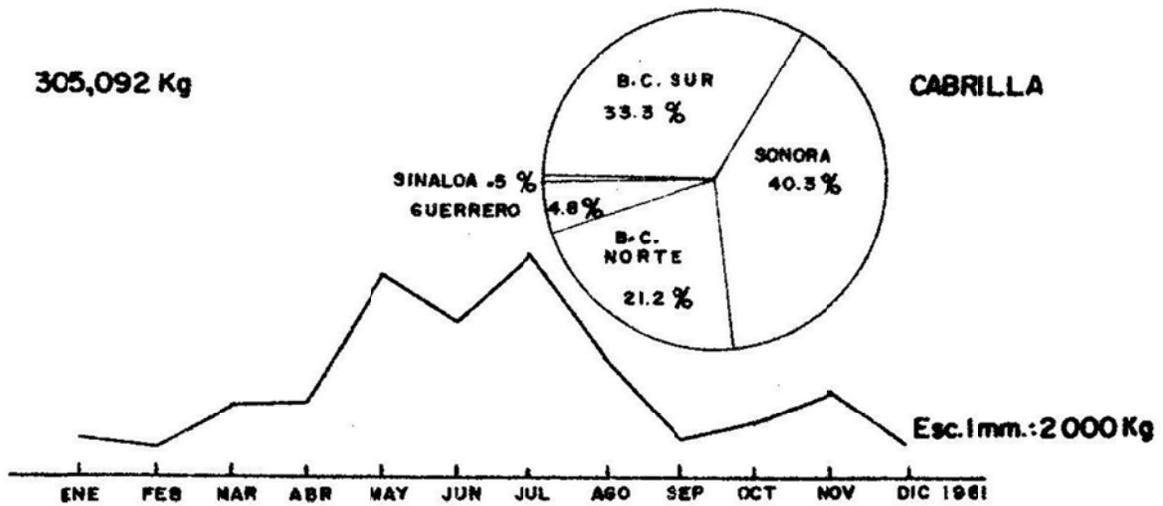


PRODUC. TOTAL

4,965,798 Kg



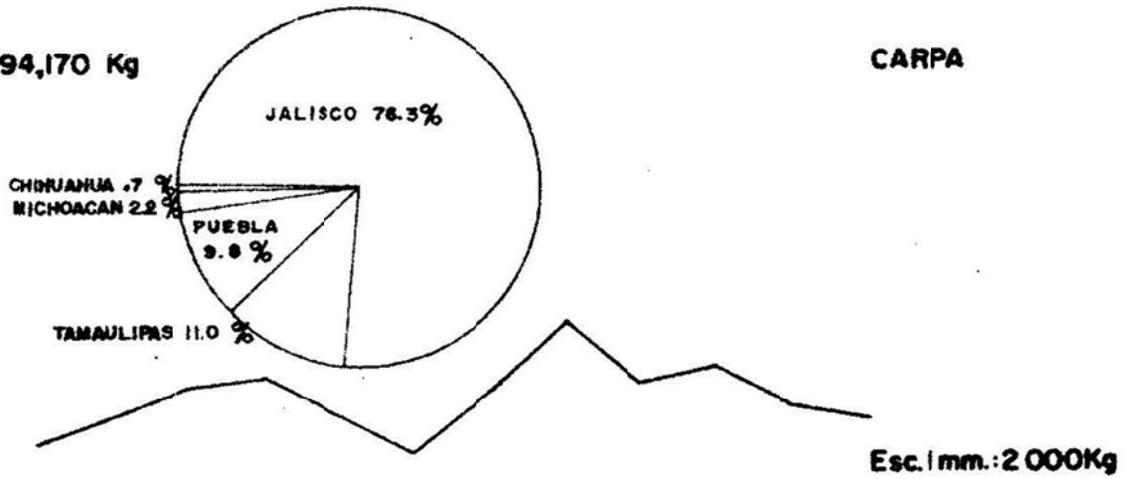
305,092 Kg



PRODUC. TOTAL

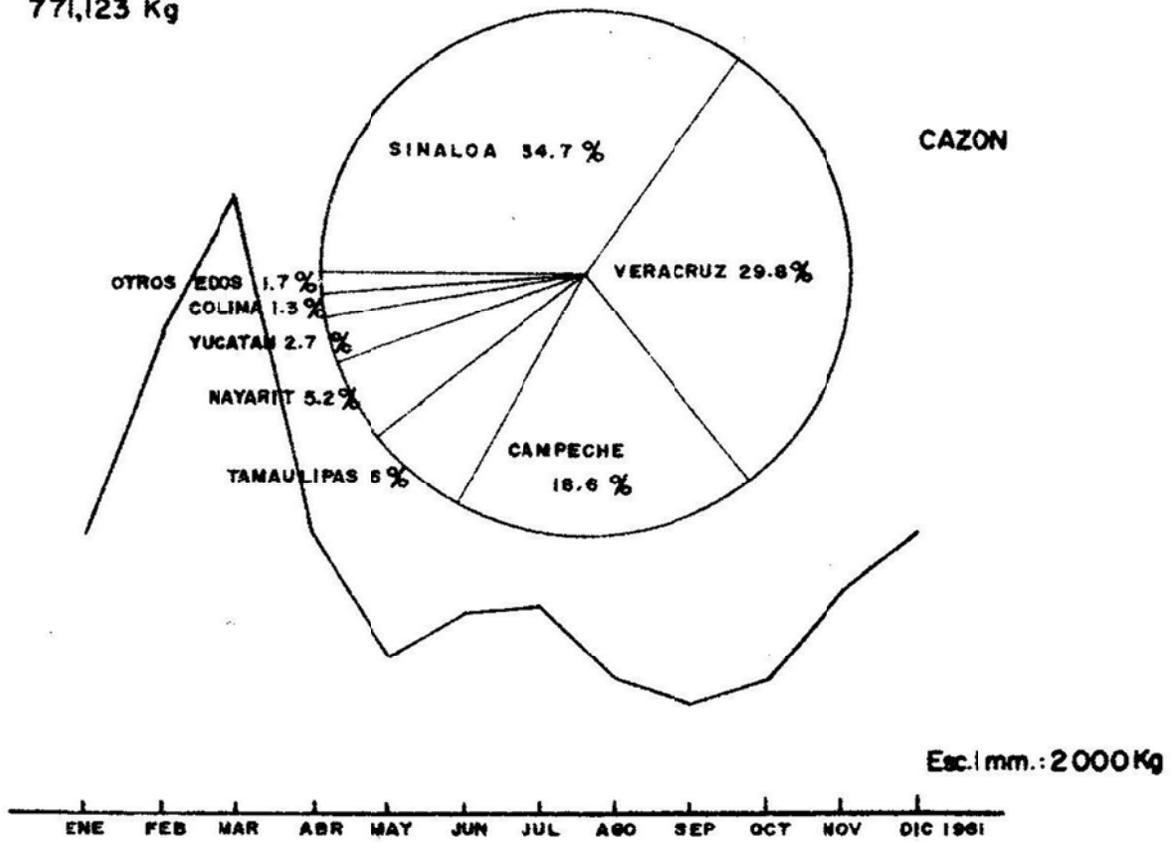
394,170 Kg

CARPA



771,123 Kg

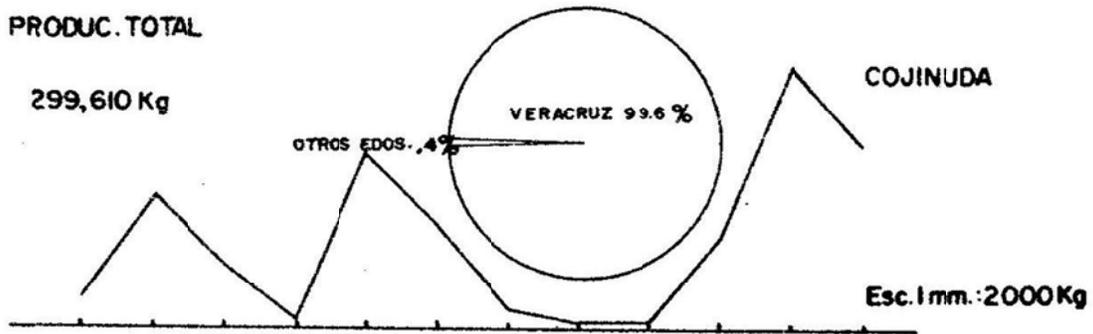
CAZON



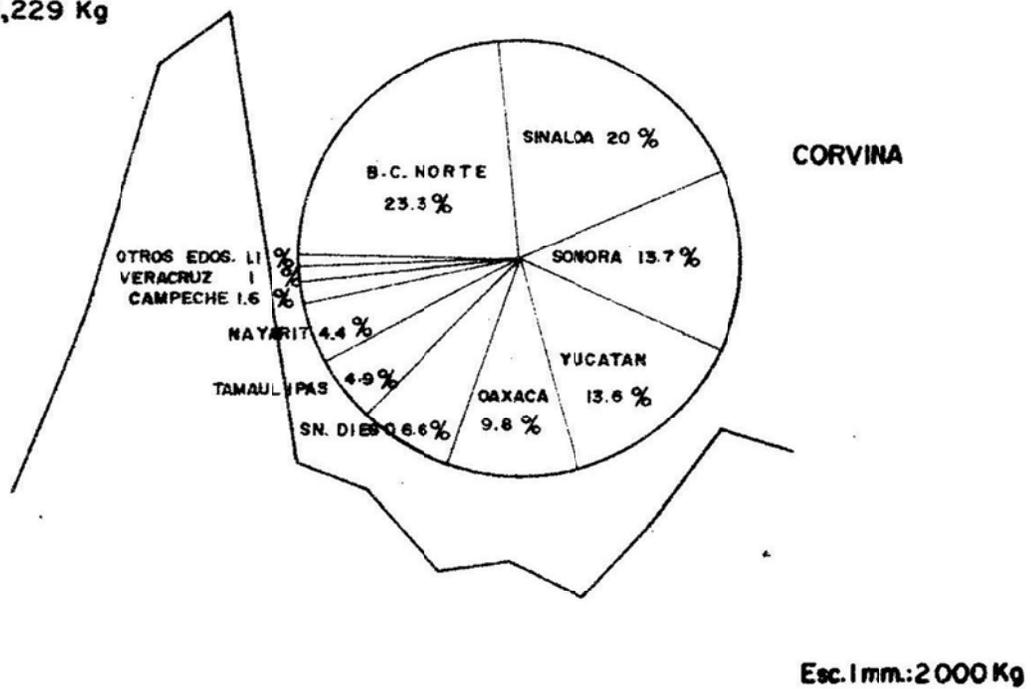
ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

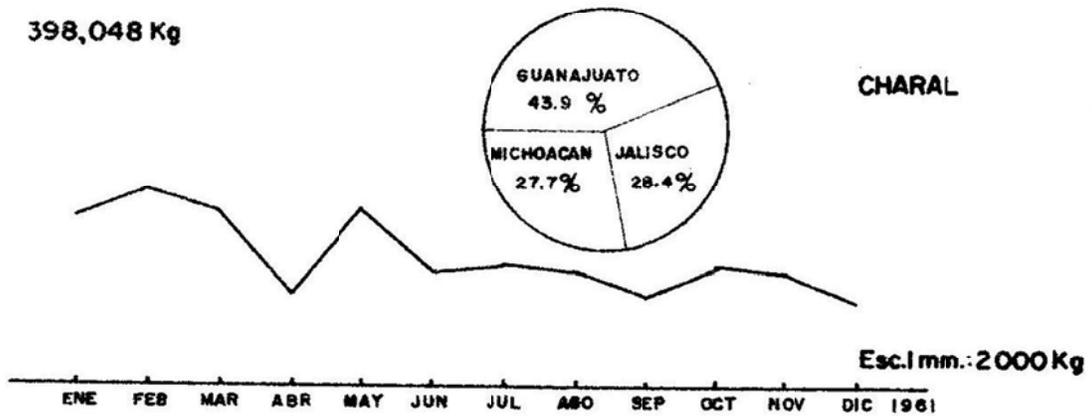
299,610 Kg



1,033,229 Kg



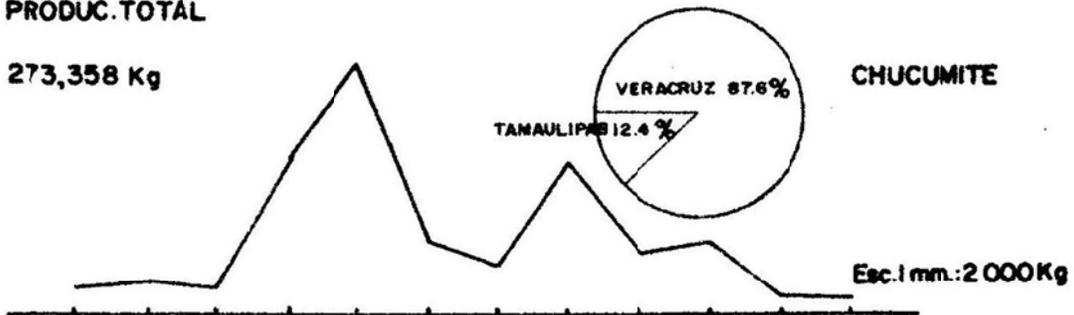
398,048 Kg



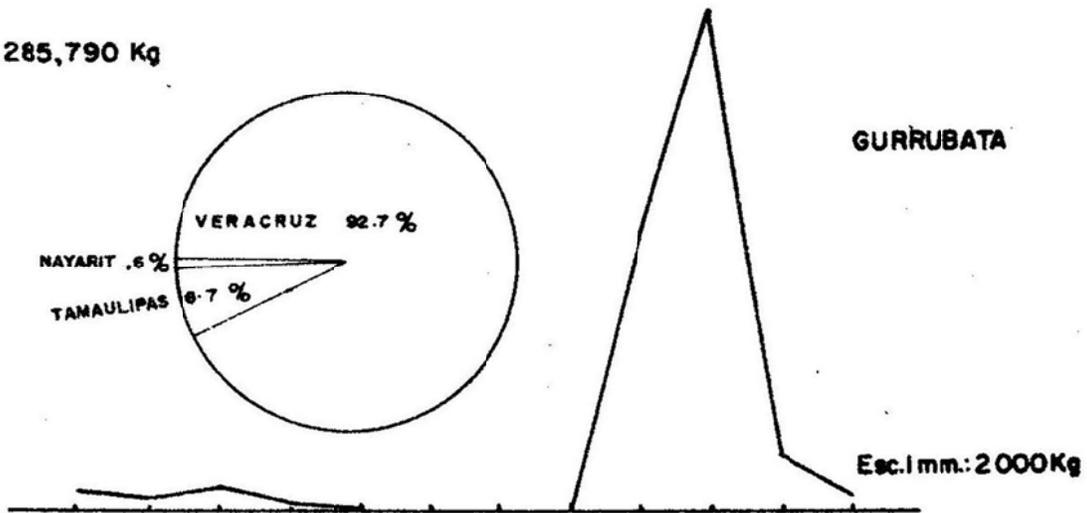
ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL ABO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

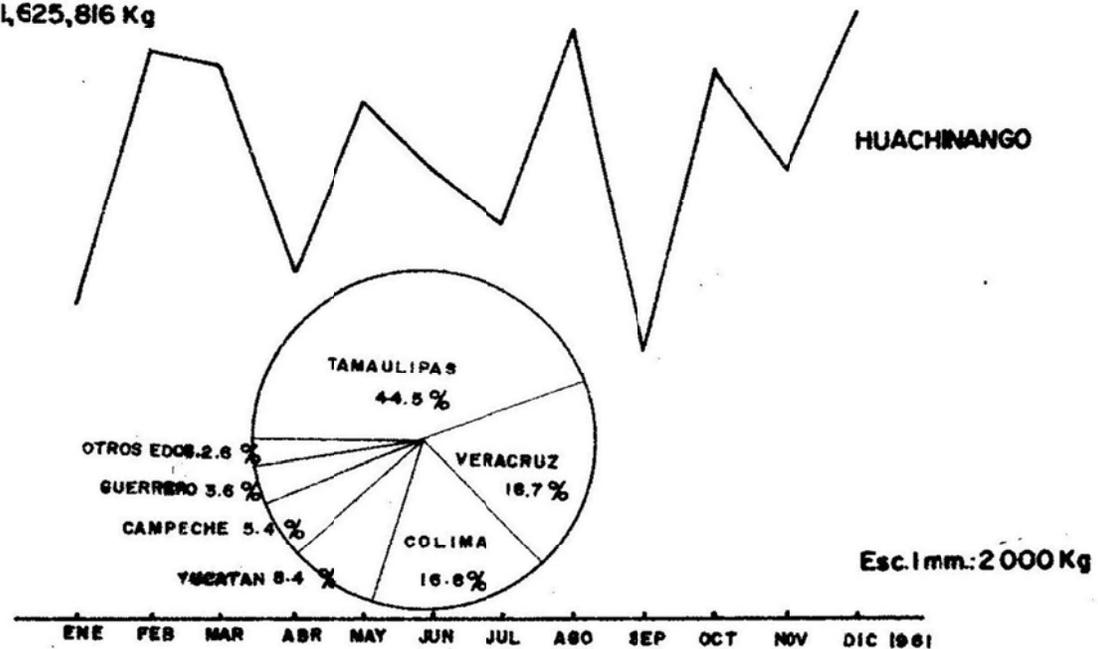
273,358 Kg



285,790 Kg



1,625,816 Kg

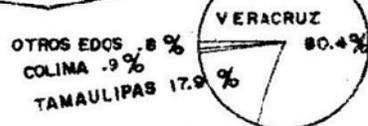


ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

548,239 Kg

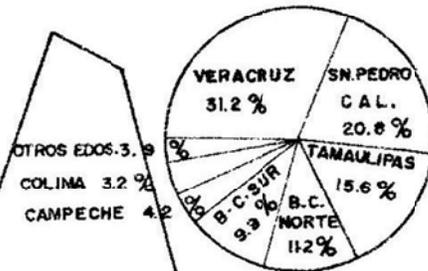
JAIBA



Esc. 1mm.: 2000 Kg

924,370 Kg

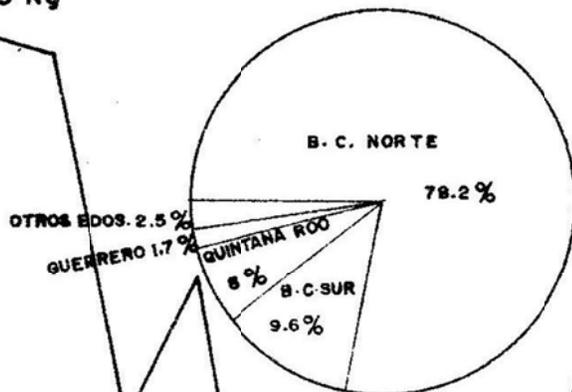
JUREL



Esc. 1mm.: 2000 Kg

1,114,169 Kg

LANGOSTA

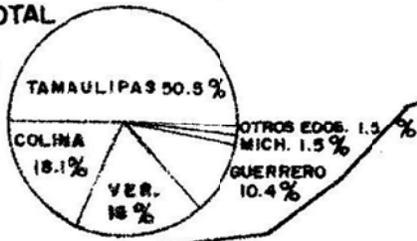


Esc. 1mm.: 2000 Kg

ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

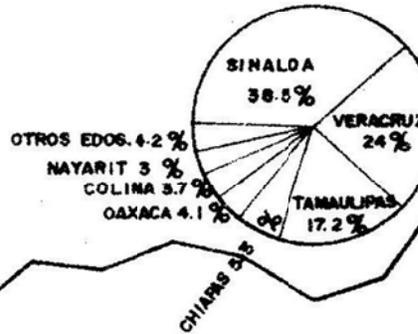
113,539 Kg



LANGOSTINO

Esc. 1 mm.: 1000 Kg

2,605,956 Kg



LISA

Esc. 1 mm.: 10 000 Kg

4,921,954 Kg



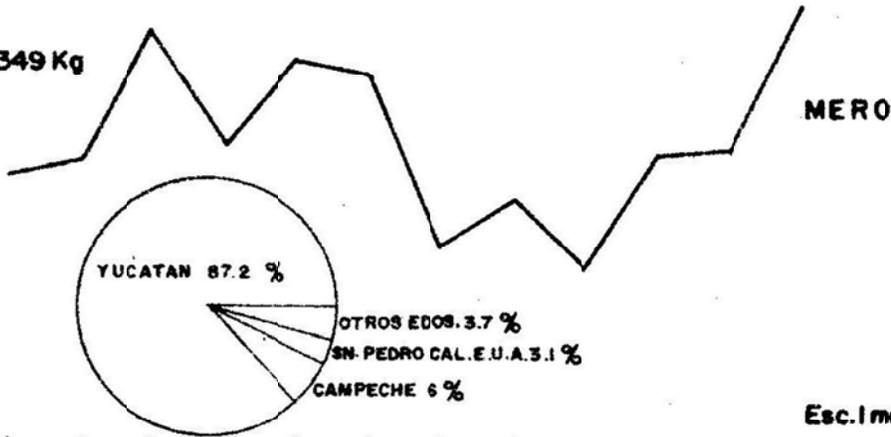
MACARELA

Esc. 1 mm.: 20 000 Kg

ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

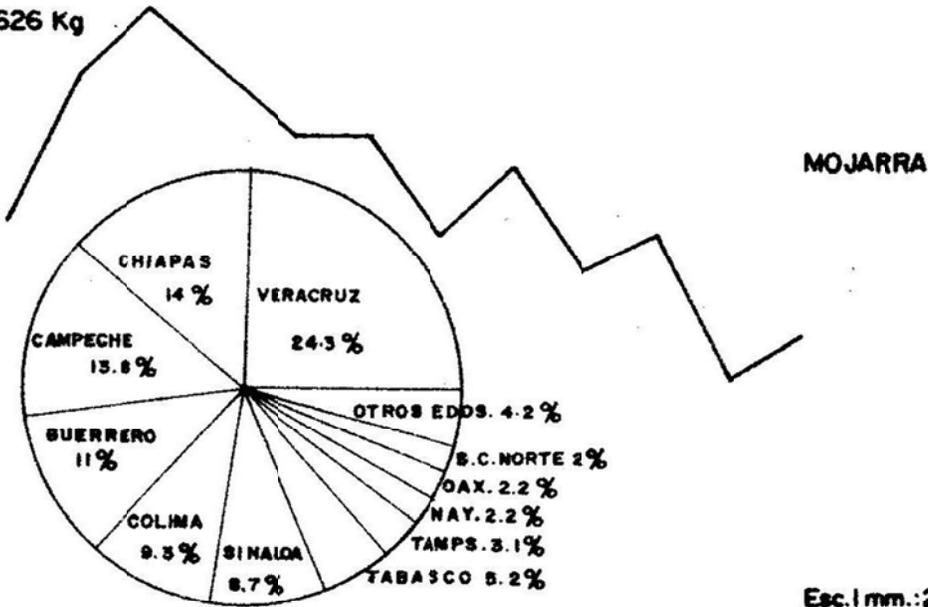
PRODUC. TOTAL

5,216,349 Kg



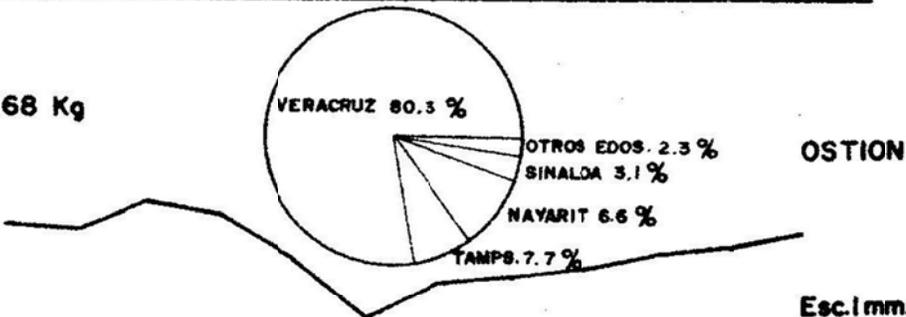
Esc. 1 mm.: 10000 Kg

1,554,626 Kg



Esc. 1 mm.: 2000 Kg

17,196,168 Kg

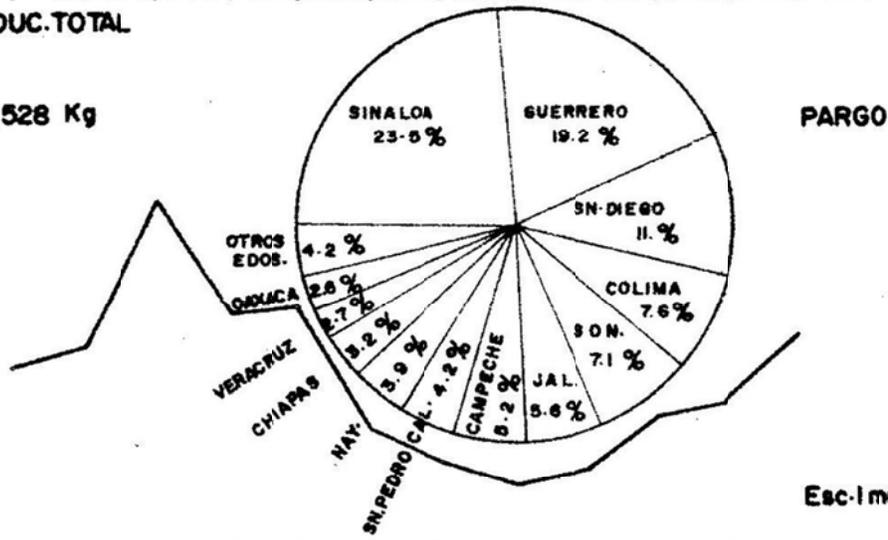


Esc. 1 mm.: 100,000 Kg

ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

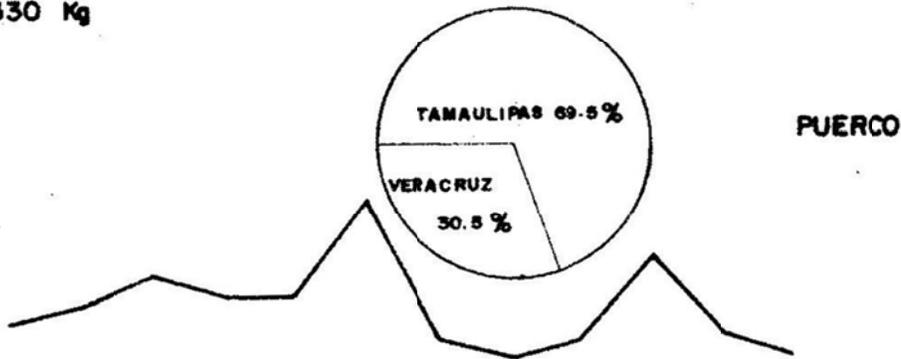
PRODUC. TOTAL

588,528 Kg



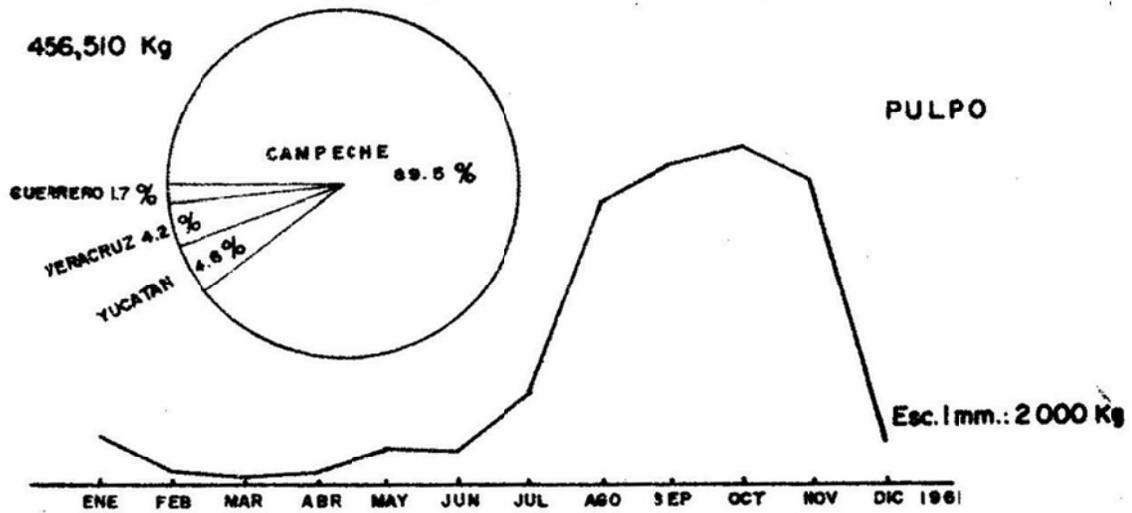
Esc. 1 mm.: 2000 Kg

451,330 Kg



Esc. 1 mm.: 2000 Kg

456,510 Kg

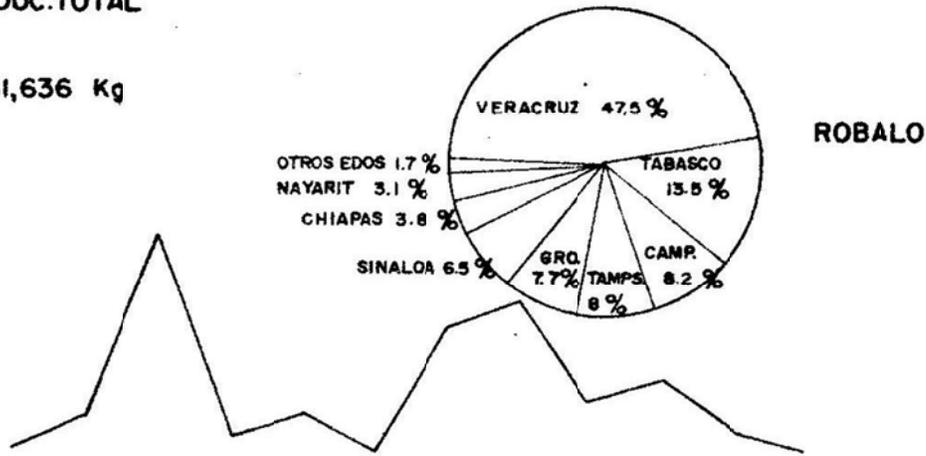


Esc. 1 mm.: 2000 Kg

ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

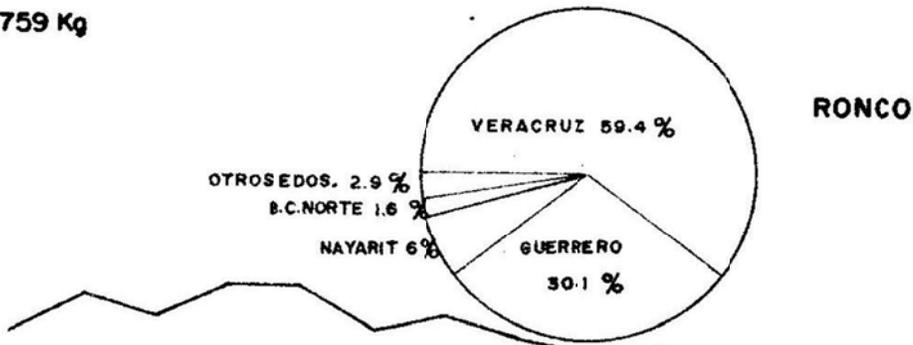
PRODUC.TOTAL

2,561,636 Kg



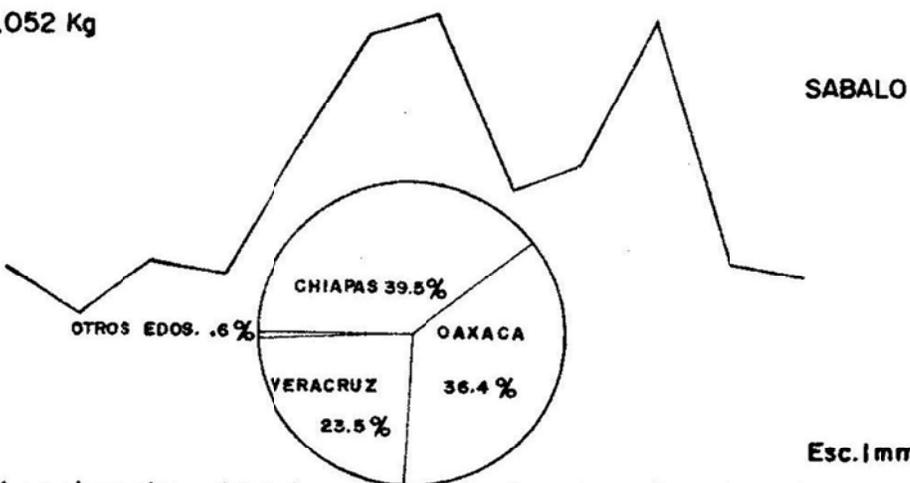
Esc. 1 mm.: 10,000Kg

256,759 Kg



Esc. 1 mm.: 2,000 Kg

1,143,052 Kg



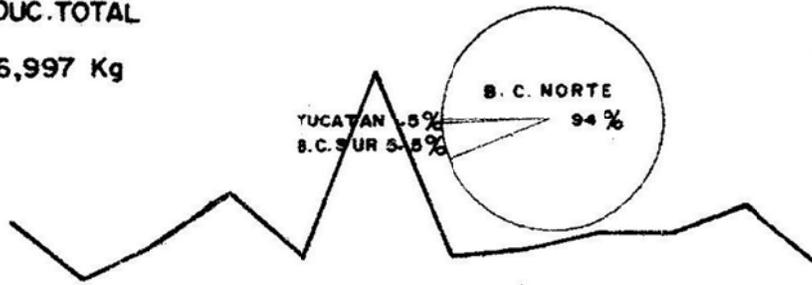
Esc. 1 mm.: 2000 Kg

ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

20,116,997 Kg

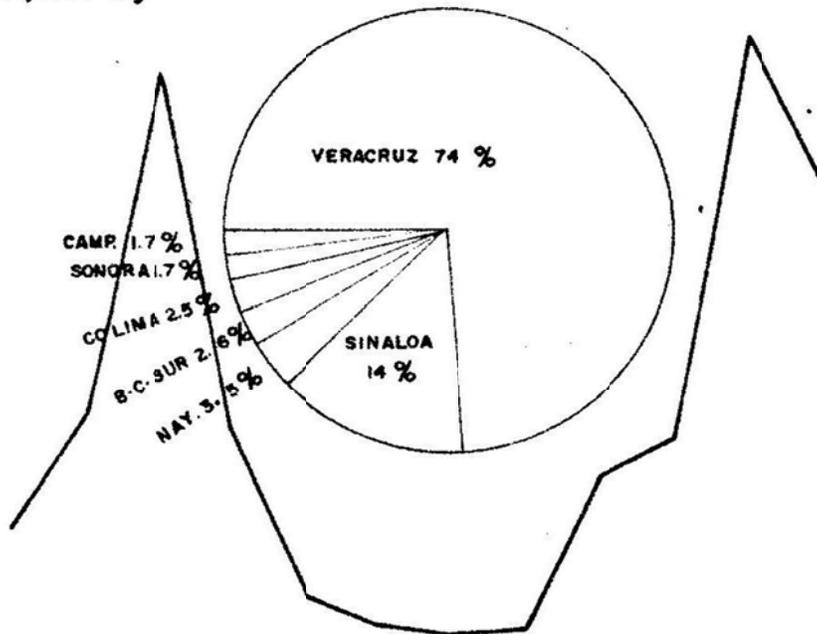
SARDINA



Esc. 1 mm.: 100 000 Kg

3,889,458 Kg

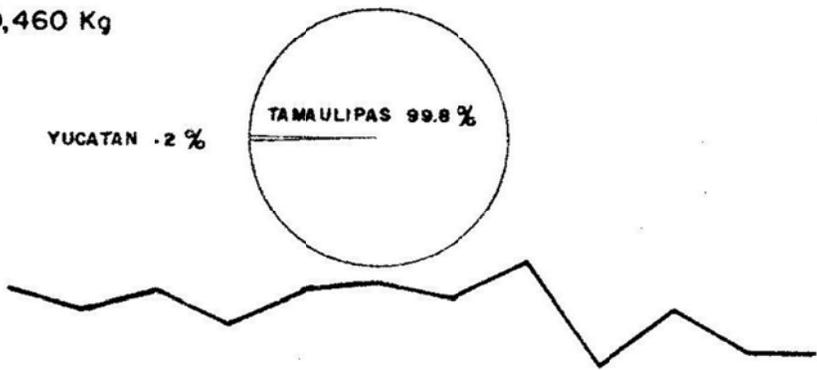
SIERRA



Esc. 1 mm.: 10 000 Kg

249,460 Kg

TAMBOR

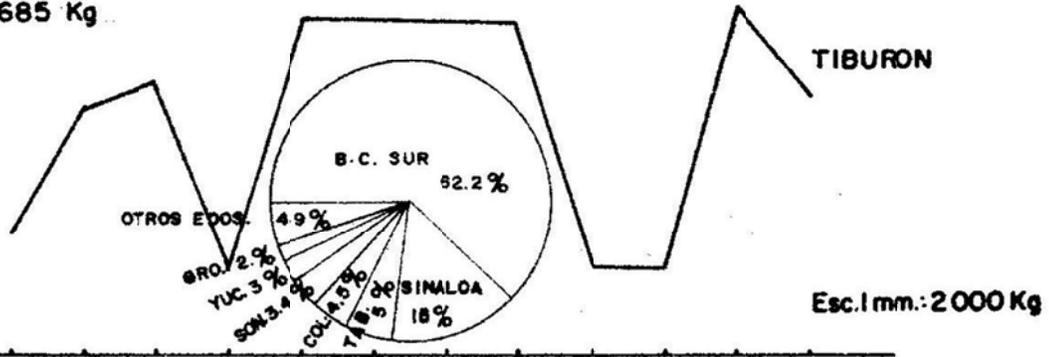


Esc. 1 mm.: 2 000 Kg

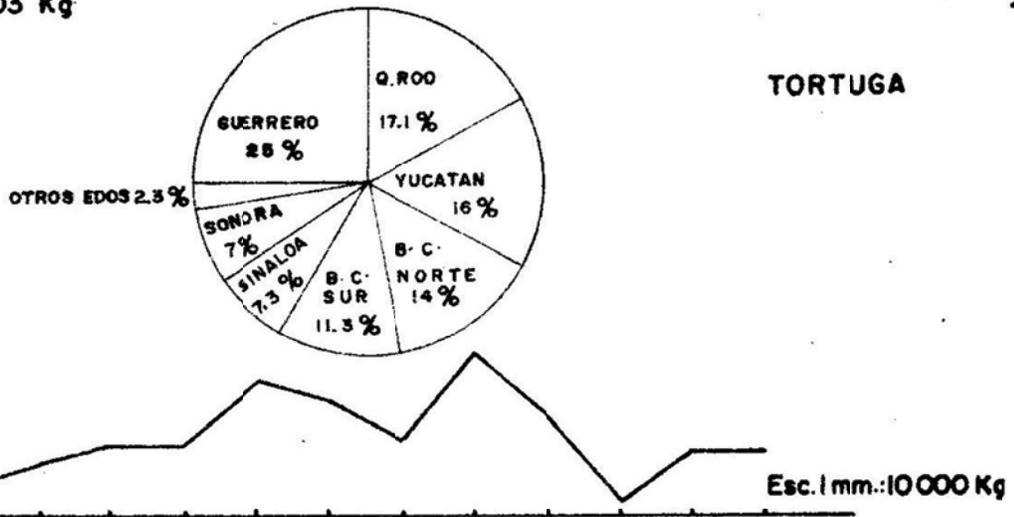
ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

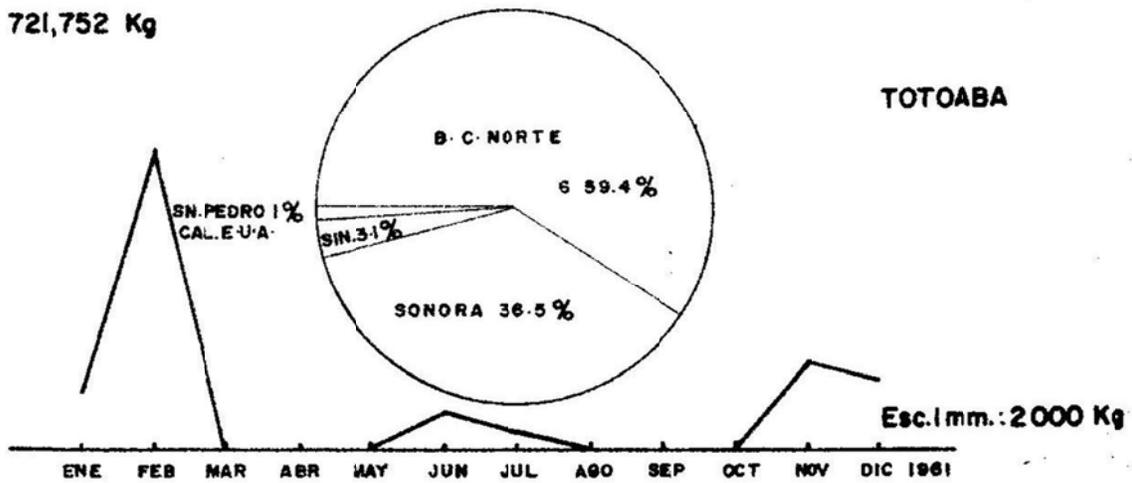
837,685 Kg



1,283,603 Kg



721,752 Kg

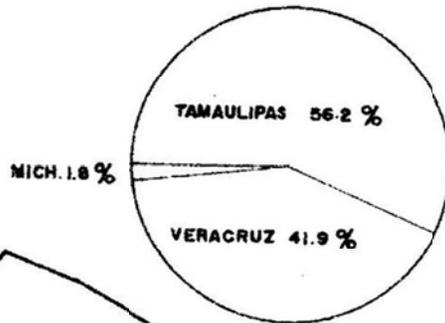


ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961

PRODUC. TOTAL

249,512 Kg

TRUCHA DE MAR



Esc. Imm.: 2 000 Kg

ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC 1961



Registro gráfico de la producción mensual.

Las variaciones en cuanto a volumen que van experimentando las capturas correspondientes a cada una de las variedades de -- pescados o mariscos, resulta conveniente interpretarlas por medio de gráficas, porque así podemos determinar, en cualquier mes del año, la intensidad relativa en que se pesca cada una de ellas. (1)

Por otra parte, para orientarnos en el criterio a seguir - en el establecimiento de la calidad comercial de las diferentes variedades de pescado, hemos tomado en consideración aquellos - aspectos que mayor importancia concede el público consumidor al seleccionar los de su preferencia. Así, se ha dado particular - interés a características como el sabor, color, contextura de la carne, espinas, aspecto general, valor alimentario, cantidad de grasa, tamaño, que junto con el precio y la abundancia, nos han auxiliado en la elaboración de una tabla que a partir de los va - lores positivos o negativos respecto a cada una de las caracte - rísticas tomadas en consideración nos brindan la oportunidad de definir la calidad comercial de una especie en particular. Por-

(1) NOTA: Para los casos en que se haga necesario conocer el - valor de la producción mensual en kilos, se ha incluido la esca la correspondiente al pie de cada gráfica, la cual varía debido a la desproporción existente entre los volúmenes.

ejemplo, en un pescado como el huachinango el precio elevado se toma como un factor negativo; la abundancia en este caso puede tomarse como positiva, ya que es abundante por lo menos en los mercados locales próximos a los lugares de captura; el sabor delicado se considera una ventaja; el contenido en grasas es mediano y de sabor agradable; el tamaño es magnífico, pues guarda proporción con los requerimientos de las recetas que los emplear; el color blanco de su carne es insuperable; el aspecto general llega a ser vistoso; la contextura de la carne es firme; las espinas son escasas, y, finalmente, el valor alimenticio es bastante satisfactorio. Con estos diez elementos se puede decir que la calificación para el huachinango, utilizando este sistema, es de 9, ya que sólo le resta un punto negativo el precio elevado.

Antes de seguir adelante, convendría señalar la necesidad de ampliar o introducir modificaciones en la aplicación de este sistema, sobre todo para los casos en que se haga necesario contar con una eficiente norma de calidad para cada especie; sin embargo, por ahora se advierte cierta correspondencia entre los resultados de esta estimación y la preferencia que muestra el público en su demanda por determinadas variedades de pescados o mariscos.

Tomando como base los resultados obtenidos a través de la aplicación de este sistema, se ha encontrado la conveniencia de agrupar las especies más importantes dentro de tres niveles de precios reales, a saber: económico, intermedio y selecto. Así mismo, y conforme a las cualidades de cada variedad de pescado,

se han diferenciado y tomando en consideración dos calidades: mediana y buena. De este modo, las distintas categorías han quedado dispuestas conforme a esta distribución en el siguiente cuadro:

NIVELES DE PRECIOS REALES	CALIDAD	CALIFICACION
-----	Mediana	6 - 7.5
- <u>Categoría económica</u>	-----	Buena
	-----	Superior a 8
	-----	Mediana
-----	Mediana	6 - 7.5
- <u>Categoría intermedia</u>	-----	Buena
	-----	Superior a 8
- <u>Categoría selecta</u>	-----	Buena
	-----	Superior a 8

Ejemplo:

CRITERIOS DE ACEPTACION. Especie: HUACHINANGO.

1.- Precio elevado	-
2.- Abundante.	+
3.- Sabor agradable.	+
4.- Grasa muy poca.	+
5.- Tamaño adecuado.	+
6.- Color de la carne, blanco.	+
7.- Aspecto general, agradable.	+

CRITERIOS DE ACEPTACION. Especie: HUACHINANGO.

8.- Contextura de la carne, firme	+
9.- Pocas espinas.	+
10.- Valor nutritivo satisfactorio.	+

Valores positivos y negativos. - 1 + 9

De acuerdo con la calificación y precios correspondientes podría definirse al huachinango del Golfo, comercialmente de la siguiente manera:

Pescado de carne magra, de aspecto y sabor agradables, cuyas características en conjunto lo sitúan en la categoría selecta, y dentro de ella, de calidad buena. En estado fresco puede competir con cualquier especie, tanto en el mercado interior como en los de exportación, por lo que a pesar de su pesca difícil resulta remunerativo participar en ella.

Para juzgar la calidad comercial de las diferentes variedades de pescado, tomando en consideración el criterio que se ha venido explicando, a continuación se dan brevemente algunas características que pueden señalarse en la propaganda que en particular se haga de cada una de ellas, sin dejar de considerar que debe mejorarse este método, pues mucho de lo que se pueda decir al respecto tal vez llegue a parecer sumamente teórico, dado que sólo a través de una encuesta en la que participen diferentes criterios, podrá establecerse una respuesta más acertada sobre este problema.

Zonas de distribución de los productos pesqueros.

En el país son contados los productos pesqueros que alcanzan una distribución general, pues con excepciones de algunas marcas de pescado en conserva, ostiones y camarones el resto, o sea la mayor parte de las variedades disponibles, sólo se distribuyen en regiones relativamente cercanas a los sitios de captura.

Al hablar de regiones nos referimos concretamente a aquellas en que el producto transportado no requiere necesariamente de hielo en dos o más ocasiones, sino que es suficiente con la provisión que recibe al iniciarse el trayecto; por ejemplo, los productos que son transportados en estado fresco inician su recorrido en las primeras horas de la noche, digamos de Tampico, Tamiahua, Tuxpan o Veracruz y llegan en la madrugada o primeras horas de la mañana a la ciudad de México o puntos intermedios. Por el contrario se advierte que los productos que se pescan en lugares más alejados de la Capital, como Progreso, Salina Cruz o Mazatlán, tropiezan con grandes dificultades, en cuyo caso lo más recomendable es destinar esa producción a las regiones del sureste o noreste, respectivamente. Es decir, que para lograr una adecuada distribución que reduzca los costos por este concepto, debemos obligarnos a observar las zonas de influencia económica impuestas por nuestra geografía.

Al igual que para todo propósito encaminado a lograr una mayor eficiencia en la distribución de los productos marinos, es necesario tomar en cuenta las circunstancias particulares respecto a los lugares de pesca en relación con los mercados -

en que se consumen dichos productos.

Con este objeto, se ha incluido en el informe un mapa de carácter preliminar donde se establecen seis diferentes zonas--atendiendo a algunas experiencias que nos han orientado en este sentido. En lo futuro, y valiéndose del análisis detallado de los datos estadísticos correspondientes a las zonas de producción y consumo, podremos presentar un cuadro más detallado de esta realidad. En esta ocasión, y dada la urgencia de trabajar cuando menos con un esquema de esta distribución, se presenta el siguiente mapa, acompañado de una brevísima explicación.

Zona No. 1.-La constituyen áreas que en mayor o menor -- grado contribuyen a la pesca dentro de los límites comprendidos entre Matamoros, Tamaulipas y Gutiérrez Zamora. En la práctica-- hemos podido comprobar que estos límites corresponden a una realidad muy concreta, ya que en lo general participan de condiciones muy semejantes en cuanto a métodos de captura, tipo de productos y lugares de consumo. Las especies que predominan son -- esencialmente las siguientes: ostión, lisa, jaiba, robalo y huachinango.

En cuanto al alcance de la influencia económico-pesquera-- se ha tomado en consideración las ciudades que hasta ahora se -- han visto surtidas a partir de esta región y que tienen como límites aquellos lugares en que resulta más aconsejable proveer -- las, a partir de los productos capturados en el Pacífico.

Destacan por su importancia entre todos los mercados del-

país la ciudad de México. Por esta razón para la zona No.1, al igual que para las cinco restantes, constituye el principal mercado para la venta de productos debido a la mayor -- concentración demográfica y al elevado poder adquisitivo de este mercado en relación con los del resto del país.

Otros centros de población importantes dentro de la -- primera zona, son: Matamoros, Monterrey, San Luis Potosí, -- Ciudad Victoria, Saltillo, Torreón, Nuevo Laredo y otros -- puntos pesqueros en general, señalados en el mapa.

Zona No.2.- Comprende lugares tan importantes como Ensenada, Guaymas, Topolobampo, Mazatlán, y otros muchos más, donde se encuentran la mayor inversión de capitales en el -- ramo de pesca, que unido a la riqueza camaronera hacen de -- esta zona una de las principales de México; no obstante todo ello, se encuentran dificultades para surtir de pescado -- al centro de la República. La razón es muy clara, y hasta -- justificable: la lejanía de los principales centros de consumo. Sin embargo, y gracias al desarrollo agrícola e industrial que viene experimentando el país, cada día existen -- mayores posibilidades de encontrar importantes mercados en la proximidad de esta zona, y aun cuando no son lugares de alta concentración demográfica, encontramos a cambio, un mayor poder adquisitivo de sus habitantes, capaz de absorber -- productos de mayor precio, que en la actualidad no se destinan a la exportación. Por tal motivo conviene en estas regiones -- anunciar todo tipo de productos pesqueros, que seguramente -- encontrarán una amplia aceptación.

En cuanto a los productos enlatados se puede decir que no presentan problema en su distribución, ya que cuentan con suficientes medios publicitarios y con una demanda creciente-lograda a través de los años.

Como mercados de importancia para el consumo de esta región, anotamos los siguientes: Mexicali, Ciudad Juárez, Chihuahua, Parral, Culiacán y Durango, entre los más importantes.

Zona No.3.- Prolongando la Zona No.1, de la que ya hemos hablado, encontramos esta región tan importante que produce una amplia diversidad de especies de importancia comercial, que en su gran mayoría son enviados a la ciudad de México y -- otros puntos del sur y sureste del país. Destacando por su importancia tenemos a la sierra, robalo, mojarra, huachinango, mero y otros muchos más.

Por mencionar sólo algunas de las ciudades que consumen estos productos, anotamos las siguientes: Jalapa, Córdoba, Orizaba, Coatzacoalcos, Ciudad del Carmen, Campeche, Progreso y Mérida.

Zona No.4.- Una región con amplias posibilidades en razón de las especies que abundan en sus aguas, entre las que anotamos: camarón, mero, huachinango, langosta, pulpo, etc.

Entre los puntos más importantes de consumo en esta región, se mencionan los siguientes: Manzanillo, Apatzingán, -- Uruapan y Guadalajara.

Zona No.5.- Constituye una porción de nuestro litoral con posibilidades limitadas en cuanto a productos de escama en estado fresco para el mercado nacional; el camarón se exporta

en volúmenes considerables. Por otra parte, es posible incrementar la captura en lugares como Zihuatanejo y Acapulco, que bien pueden constituir una fuente muy importante de ingresos para la economía local.

A partir de los productos que en la actualidad se explotan en esta región, se proveen lugares como: Chilpancingo, Iguala, Tehuantepec e Ixtepec.

Zona No.6.- Finalmente encontramos esta zona donde se localizan las ciudades más pobladas del país y con más amplios índices de consumo. Aquí se aprovechan todos los productos de la pesca, desde los más económicos hasta los de precio más elevado. Se pueden anunciar todas las especies sin más límite que la cuantía en que se producen y de conformidad con las épocas apropiadas del calendario pesquero que se incluye en este informe.

C O N C L U S I O N E S .

Se ha visto que durante el transecurso del año las variedades de mayor importancia comercial experimentan máximas y mínimas en el volumen de su captura. Interpretando estas oscilaciones, podemos elaborar un cuadro preliminar que nos sirva a manera de calendario de pesca. De esta manera van registrándose los meses con las especies de mayor abundancia relativa, que junto con las zonas hacia donde resulta aconsejable dirigir la propaganda, existe un margen muy considerable de seguridad para alcanzar una mayor eficacia en los anuncios.

Para los casos no previstos en que se produzcan cambios de consideración en el ritmo de la producción, que difieran de lo analizado a la luz de los datos de 1961, inmediatamente serán dados a conocer para que se anoten las modificaciones respectivas:

ENERO

MERO	anunciarlo en las Zonas	3 y 5
LISA	" " "	1-2-3-4-5-y 6
SIERRA	" " "	1-3-4-y 5.
ROBALO	" " "	1-2-3-5 y 6.
MOJARRA	" " "	1-2-3-4-5-y 6.
JUREL	" " "	1-2-y 5.

FEBRERO

MERO	" " "	3 y 5.
HUACHINANGO	" " "	1-3-4-5-y 5.
MOJARRA	" " "	1-2-3-4-5-y 6.
CAZON	" " "	1-2-3-4-y 5.
CHARAL	" " "	4 y 5.

MARZO

SIERRA	" " "	1-2-3-4-y 5.
ROBALO	" " "	1-2-3-5-y 6.
MOJARRA	" " "	1-2-3-4-5-y 6.
CAZON	" " "	1-2-3-4-y 5.
PARGO	" " "	2-4-5-y 6.

ABRIL

MERC	" " "	3 y 5.
CORVINA	" " "	2-3-5-y 6.
MOJARRA	" " "	1-2-3-4-5-y 6.
HUACHINANGO	" " "	1-3-4-5-y 6.
CHUCUMITE	" " "	1-3-y 5.
RONCO	" " "	3-5-y 6.

MAYO

HUACHINANGO	" " "	1-3-4-5-y 6.
CHUCUMITE	" " "	1-3-y 5.
CABRILLA	" " "	2 y 5.
COJINUDA	" " "	1-3-y 5.
RONCO	" " "	3-5-y 6.

JUNIO

LISA	anunciarlo en las zonas	1-2-3-4-5-y 6.
JUREL	" " " "	1-2-3-y 6.
TIBURON	" " " "	2-3-y 5.
HUACHINANGO	" " " "	1-3-4-5-y 6
PUERCO	" " " "	1-3-y 5.
CABRILLA	" " " "	2 y 5.

JULIO

ROBALO	" " " "	1-2-3-5-y 6.
LISA	" " " "	1-2-3-4-5-y 6.
SABALO	" " " "	1-3-5-y 6.
JUREL	" " " "	1-2-3-y 6.
MOJARRA	" " " "	1-2-3-4-5-y 6.
CABRILLA	" " " "	2 y 5.

AGOSTO

HUACHINANGO	" " " "	1-3-4-5-y 6.
TIBURON	" " " "	2-3-y 5.
CARPA	" " " "	1-4-y 5.
CHUCUMITE	" " " "	1-3-y 5.
TAMBOR	" " " "	1 y 5.

SEPTIEMBRE

ROBALO	" " " "	1-2-3-5-y 6.
LISA	" " " "	1-2-3-4-5-y 6.
MOJARRA	" " " "	1-2-3-4-5-y 6.
GURRUBATA	" " " "	1-3-y 5.
HUACHINANGO	" " " "	1-3-4-5-y 6.

OCTUBRE

HUACHINANGO	" " " "	1-3-4-5-y 6.
SIERRA	" " " "	1-3-4-y 5.
GURRUBATA	" " " "	1-3-5-y 6.
SABALO	" " " "	1-3-y 5.
MOJARRA	" " " "	1-2-3-4-5-y 6.

NOVIEMBRE

SIERRA	" " " "	1-3-4-y 5.
HUACHINANGO	" " " "	1-3-4-5-y 6.
CORVINA	" " " "	1-2-3-5-y 6.
TIBURON	" " " "	2-3-y 5.
COJINUDA	" " " "	1-3-y 5.
BOBO	" " " "	1-3-y 5.

DICIEMBRE

MERO	anunciarlo en las zonas	3 y 5.
SIERRA	" " " "	1-3-4-y 5.
LISA	" " " "	1-2-3-4-5-y 6.
HUACHINANGO	" " " "	1-3-4-5-y 6.
BAGRE	" " " "	1-2-3-4-5-y 6.
TIBURON	" " " "	2-3-y 5.