

**PROGRAMA DEL MINISTERIO DE LA PRODUCCION DEL PERU PARA
PROMOVER EL CONSUMO DE ANCHOVETA EN LA POBLACION.
¿UN INTENTO FALLIDO?**

Luis Alberto Shimokawa Shiguiyama
Biólogo Pesquero MBP
Profesor Emérito de la Universidad Nacional de Trujillo
Correo: Ishimokawa@unitru.edu.pe

En el año 2007, habiendo asumido la Gerencia Regional de la Producción del Gobierno Regional de La Libertad, llegó al despacho una comunicación del Ministerio de la Producción, manifestando que continuarían con el programa nacional para promover el consumo de anchoveta congelada y salchicha de pescado.

El programa consistía en que el personal del Ministerio llegaría a la ciudad de Trujillo, con promotores y un camión frigorífico con anchoveta congelada y salchicha preparada con este pescado, para promover su consumo en la población de menores recursos económicos, a través de desayunos y almuerzos pesqueros.

Nosotros teníamos que destinar personal y logística, seleccionar las poblaciones beneficiadas, identificando colegios y comedores populares y comprometiéndolos a participar del programa. Para este fin tuvimos que coordinar con la Gerencia Regional de Desarrollo e Inclusión Social del Gobierno Regional, las Municipalidades, colegios de los poblados y clubes de madres.

Iniciamos el programa de desayuno escolar, en nuestro local de la Avenida España N° 1800, conocido como PROIND, el cual fue debidamente ambientado. Posteriormente utilizamos los patios de los colegios fuera del centro de la ciudad.

En la fecha establecida, el personal del Ministerio entregó paquetes de salchicha elaborada a base de pasta de anchoveta, los mismos que fueron hervidos por las madres de familia de los niños y colocados en un pan, complementándolo con un vaso de leche con chocolate.

Los directores y los profesores de los colegios formaron a los niños en los patios, para recibir su vaso de leche con chocolate y un pan con la salchicha de pescado.

Los alumnos formando en el patio del colegio, bajo las indicaciones de los directores y profesores, para luego recibir ordenadamente, su desayuno pesquero.



Se hicieron encuestas de degustación entre los niños y madres de familia, teniendo una aceptación del 98 %. El problema surgía cuando las personas preguntaban donde podrían adquirir las salchichas de pescado, manifestando el personal del Ministerio, que todavía no tenían lugares de venta en Trujillo.

Considerando el éxito en la aceptación del producto, se generó de inmediato una demanda del producto salchicha de pescado, ofreciendo el Ministerio de la Producción un canal de comercialización en Trujillo, que nunca se concretó.

Así se hicieron varios de estos desayunos escolares, en localidades como Trujillo, Moche, Salaverry, Otuzco, Alto Trujillo, La Esperanza, El Porvenir y Virú.

Posteriormente, comenzó el programa de promover el consumo de anchoveta congelada a través de almuerzos pesqueros. Se hicieron reuniones con los Clubes de Madres de las localidades seleccionadas.

El compromiso era que los Clubes de Madres presentaran una fuente preparada con la anchoveta, en la forma que mejor les pareciera, y se hacía una degustación gratuita de estos potajes a las personas presentes en el evento, que se realizaba en un lugar abierto como en la plaza mayor de la localidad o en un local escolar. Se les mencionaba que habría un concurso de potajes con la entrega de premios.

El personal del Ministerio y del Gobierno Regional, entregaban el día anterior al evento, paquetes de anchoveta a los Clubes de Madres seleccionados de la localidad. Se les entregaba también recetarios, mandiles y gorros de cocina.

Era notable ver cómo las madres de familia preparaban con mucho entusiasmo la anchoveta, un pez que nunca habían tenido en sus manos, eran platos tan emblemáticos de nuestra cocina peruana como cebiches, guisados, chicharrones, causas, tiraditos, ají de anchoveta, chupe, frito, anchoveta saltada, al horno, seco, tallarín saltado, sudados, anticuchos, bolitas crocantes, arroz tapado, palitos crocantes, apanado, etc., demostrando su ingenio e iniciativa para cocinar este pez.

A continuación, uno de los muchos platos preparados con anchoveta congelada por las madres de familia participantes.



Madres de familia con los platos preparados con anchoveta congelada.



Se nombraba un jurado degustador, que seleccionaba los mejores potajes, entregando a los Clubes de Madres ganadores ollas, menaje de cocina, conservas de pescado, anchoveta congelada, etc.

Posteriormente, se invitaba a los presentes a degustar gratis los potajes preparados, por las madres de familia.

En las encuestas de degustación también teníamos 90 % de aceptación y el problema se presentaba cuando preguntaban donde podría comprar la anchoveta congelada. La respuesta volvía a ser que no se tenían lugares de venta en Trujillo.

Se hicieron almuerzos pesqueros en localidades como Trujillo, Moche, Salaverry, Alto Trujillo, La Esperanza, El Porvenir, Otuzco y Virú.

Consideramos que, si bien eran programas para investigar la aceptación de la anchoveta congelada en la cocina diaria, también es cierto que el Ministerio de la Producción no promovió oportunamente lugares de expendio de anchoveta y salchicha, en ese momento.

Mucho después, algunos supermercados de Trujillo, comenzaron a ofrecer paquetes de anchoveta congelada, eviscerada y sin cabeza. Pero la promoción de consumo no se emparejó con la demanda inmediata luego de la degustación, es decir, cuando la demanda generada por los desayunos y almuerzo pesqueros ya no existía, se produjo recién la oferta de anchoveta.

¿Cuánto se gastó en este programa de promoción del consumo de anchoveta congelada y salchicha de anchoveta? Nunca lo sabremos, pero sí que fue un intento fallido de promover su consumo y, por consiguiente, lo invertido fue un gasto casi inútil. Preocupa como a los planificadores de estos programas, solo les interesa presentar el informe de que se cumplió con la actividad, pero no que se logró el objetivo de promover efectivamente el consumo de anchoveta congelada.

La mejor demostración de que el intento fue fallido, es que actualmente (año 2025), no se encuentra anchoveta en los mercados populares ni tampoco anchoveta congelada ni salchicha de este pez en los supermercados. La explicación es sencilla: no existe demanda del producto.

Esto, debe quedar como un ejemplo de que, en la promoción del consumo de anchoveta, debe emparejarse la demanda generada con la oferta del producto.