

Actividades desarrolladas por el Proyecto

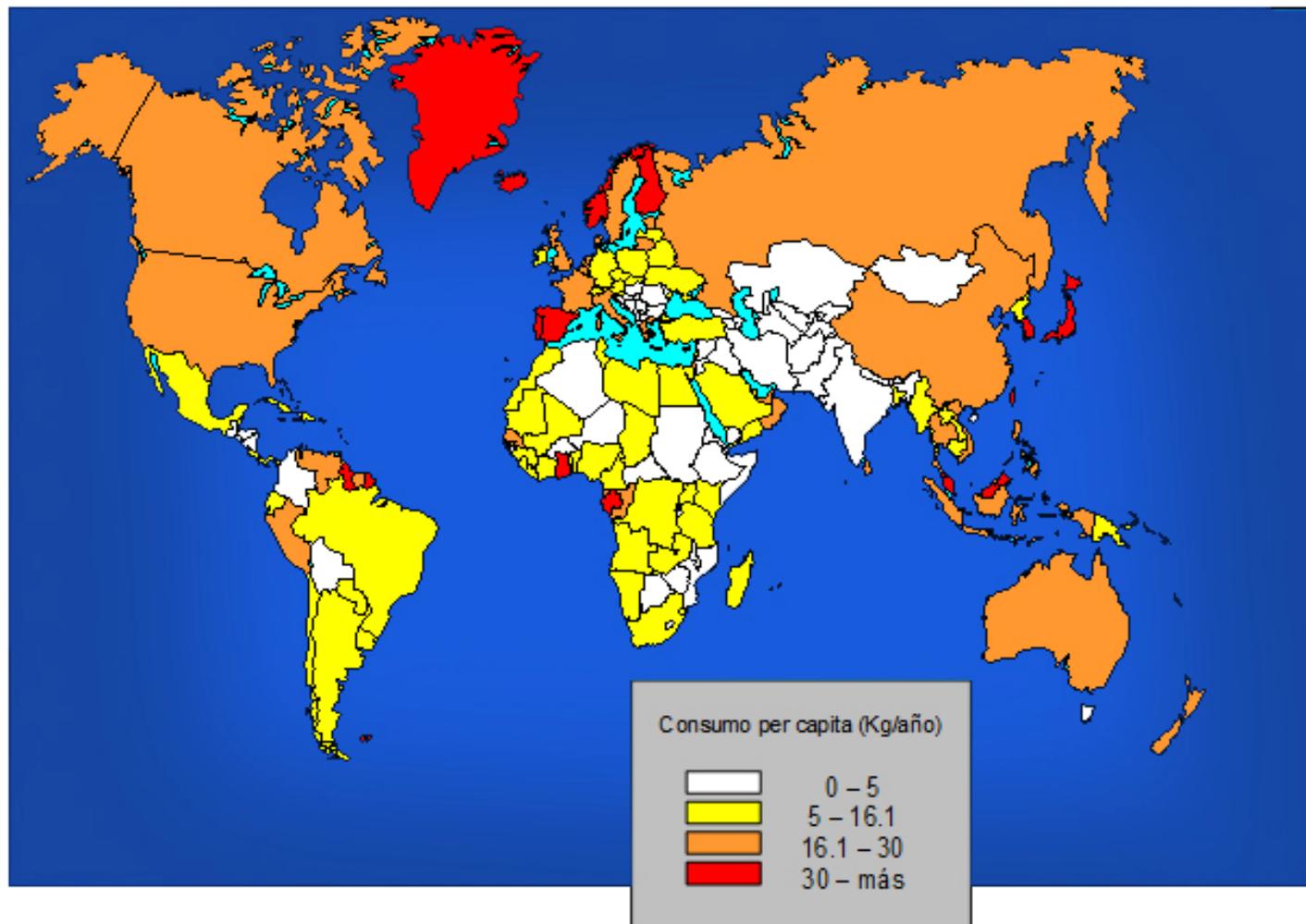
TCP/RLA/3111

“Mejoramiento de los mercados internos de productos pesqueros en América Latina y el Caribe”

Graciela Pereira – Nelson Avdalov



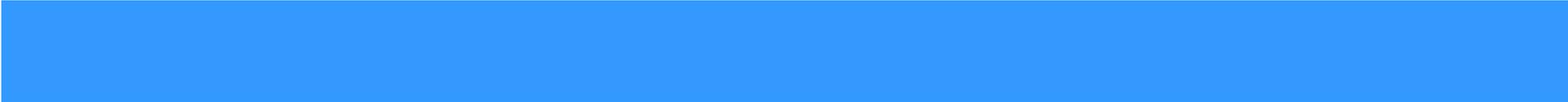
Consumo per cápita de productos pesqueros en el mundo



Consumo mundial de pescado por regiones

Región del Mundo	Consumo anual total (TM) 2005	Consumo anual per capita (Kg.) 2005
China	32.947.400	25,7
Asia (menos Japón y China)	22.655.623	11,7
UE (25)	9.918.205	21,9
Japón	8.394.732	66,1
EEUU	6.069.375	21,3
África	5.468.783	9,0
América Latina y el Caribe	4.517.887	8,7
Otros	7.838.784	9,1
Total mundo	97.810.789	16,1

Fuente: basado en anuario estadístico de FAO 2005



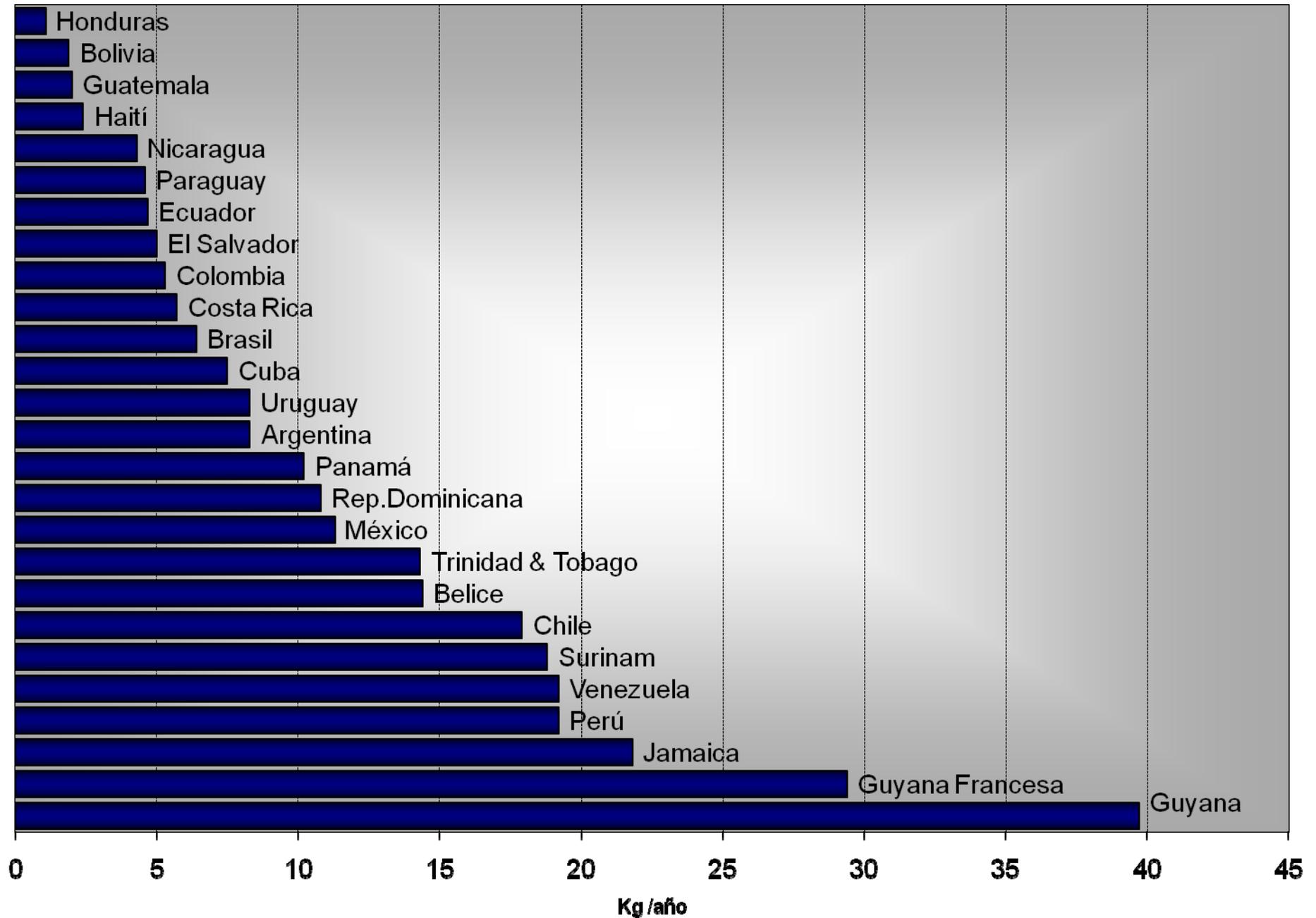
El Mercado:

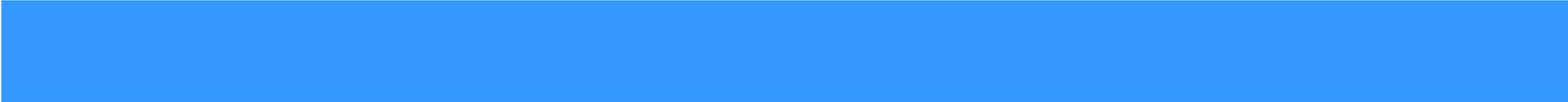
6.500.000.000 habitantes en el Planeta

580.000.000 habitantes en América Latina

América Latina y el Caribe posee el consumo de pescado más bajo del planeta.

consumo per capita de pescado





Dos grandes razones para desarrollar los mercados internos de pescados en América Latina y el Caribe:

- ✓ la **seguridad alimentaria** de los habitantes.
- ✓ el desarrollo de las **economías**.

Países participantes:

- ✓ ***Belice***
- ✓ ***Brasil***
- ✓ ***Colombia***
- ✓ ***Costa Rica***
- ✓ ***República Dominicana***
- ✓ ***Honduras***
- ✓ ***México***
- ✓ ***Nicaragua***
- ✓ ***Uruguay***
- ✓ ***Venezuela***

Ejecutores:

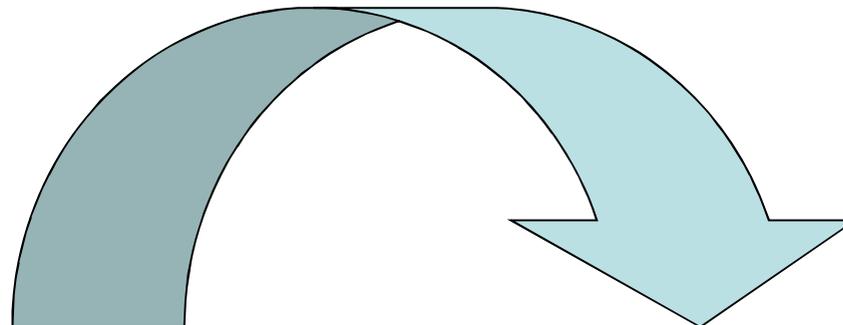
***INFOPECA y
Contrapartes Nacionales***

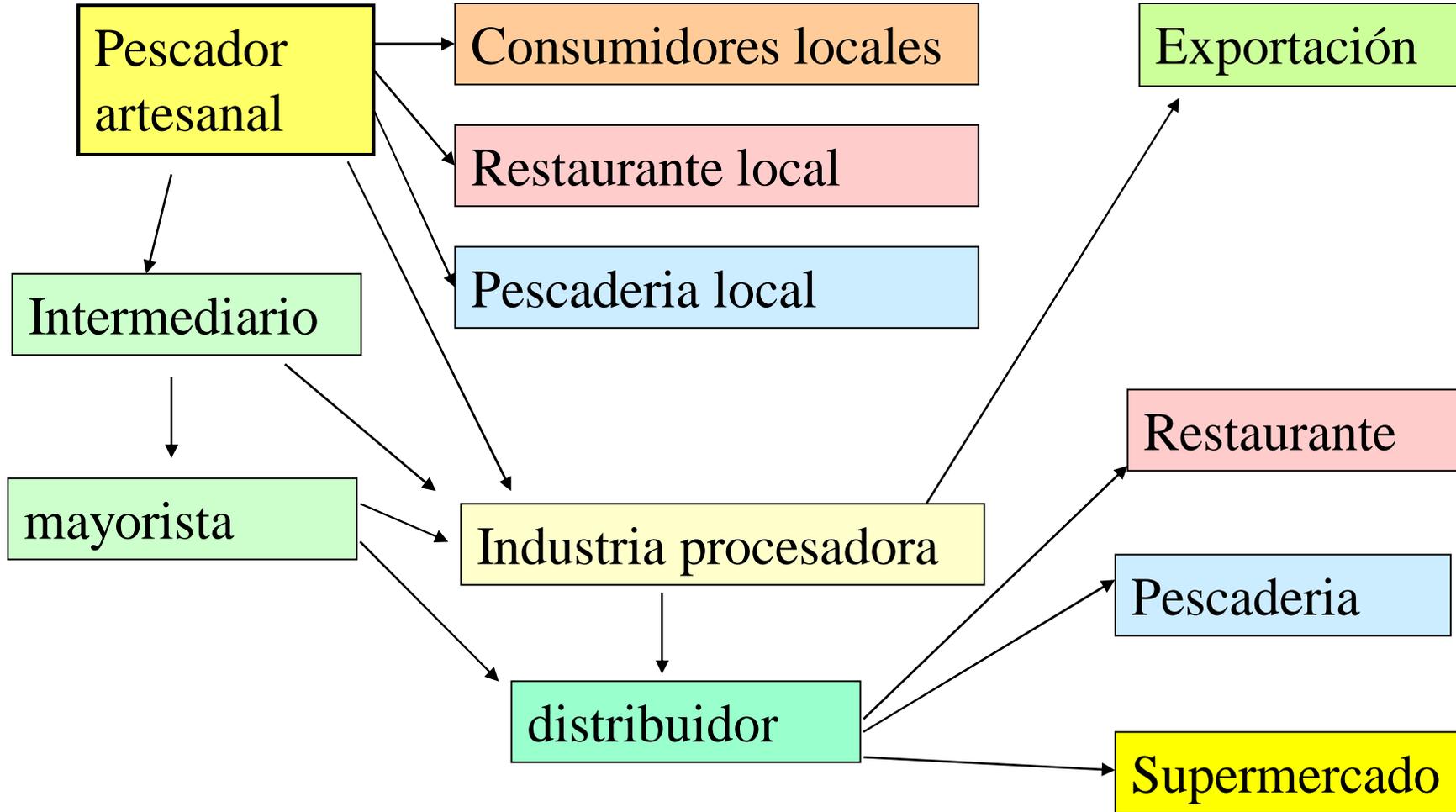


De donde viene el pescado que consumimos ?

<u>Pesca Artesanal</u>	100% de los pescadores de pesca continental y 90% de los pescadores marinos costeros son artesanales (no hay cifras de lo destinado a mercado interno)
<u>Pesca Industrial</u>	Un bajo porcentaje directamente y saldos (descartes?) de exportaciones
<u>Importación</u>	Regional y extra regional
<u>Acuicultura</u>	Actividad incipiente

Las cadenas de distribución son complejas marañas de pasamanos









Mercados al por mayor sin estructura

Valencia (Venezuela)



Cochabamba (Bolivia)





Mercados al por mayor con alguna estructura

**Nueva Viga
Ciudad de México**



**Mercado de Coche
Caracas**





Ventas en ferias de calle o informales





Ventas en pescaderías









SUPERMERCADOS

Pescados
Mariscos

Pescadería

Caro Extern
10.7

14.990

80.80

169.89



Congelados en supermercados



Las conservas son una exclusividad de los supermercados



Ventas en restaurantes



Fast food – Comida rápida



El proyecto poseía los siguientes objetivos:

- **Promover el conocimiento que tiene el sector público y privado con respecto a la comercialización del pescado en el mercado interno**
- **Implementar sistemas de calidad que garanticen la inocuidad de los productos pesqueros.**
- **Promover la difusión de información actualizada sobre mercadeo y temas conexos.**

Conclusiones:

- Falta de estadísticas y datos sobre la comercialización en el mercado interno, tanto a nivel formal como informal.
- Falta de estudios de mercados.
- Se destacó la importancia de la pesca artesanal como fuente de abastecimiento al mercado interno.
- Se resaltó la problemática que atraviesa el sector artesanal en cuanto a la calidad, la cadena de frío y la comercialización.

Falta de una infraestructura edilicia adecuada:

Poca transparencia respecto a los productos, su origen y condiciones de manipulación de los mismos.

Se recomendó la creación de una red regional para promover la comercialización de productos pesqueros en los países latinoamericanos.

Respecto del papel de los supermercados, se destacó que los pequeños productores tienen dificultades para acceder a estos puntos de venta, por la regularidad y homogeneidad exigida en los productos y los plazos de pago otorgados.





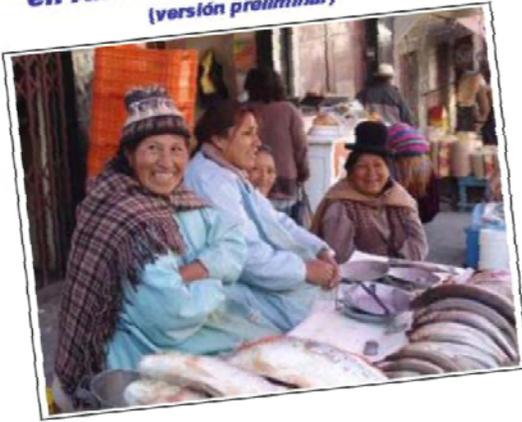
Capacitación

Preparación de un manual de comercialización:

-CAPITULO DE COMERCIALIZACIÓN

-CAPITULO DE CONTROL DE CALIDAD

**Manual de
Conceptos de Marketing
aplicados a los
Productos Pesqueros
en América Latina y el Caribe**
(versión preliminar)



Roland Wiefels

Proyecto: "Mejoramiento de los mercados internos de productos
pesqueros en América Latina y el Caribe"

TCP/RLA/3111

**MANUAL DE CALIDAD Y
PROCESAMIENTO PARA VENTA
MINORISTA DE PESCADO**

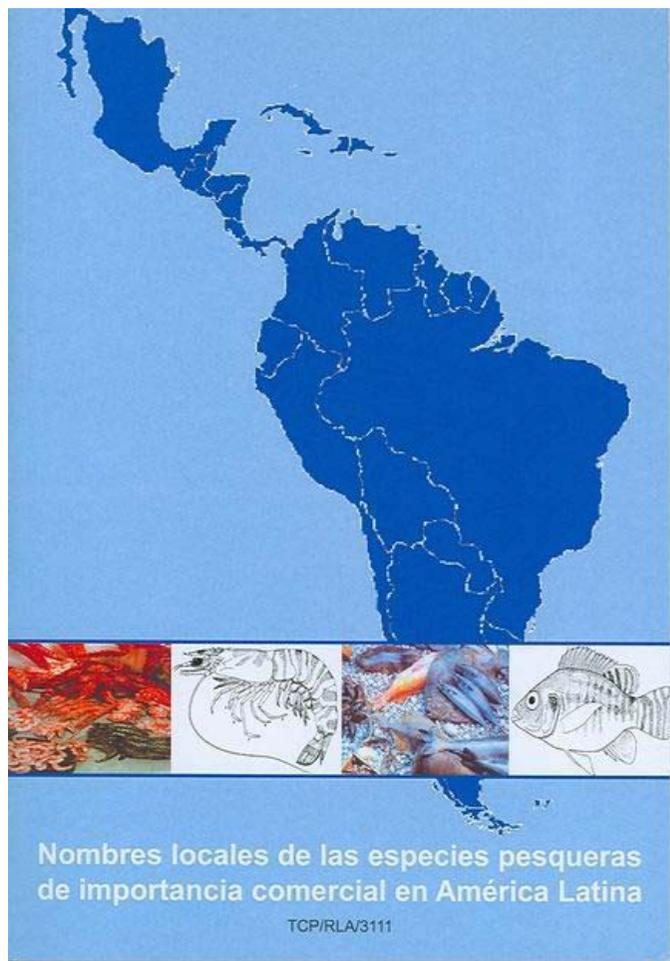


Nelson Avdalov

Proyecto: "Mejoramiento de los mercados internos de productos
pesqueros en América Latina y el Caribe"

TCP/RLA/3111

Manual con los nombres de especies comerciales latinoamericanas, publicado en el marco del proyecto TCO/RLA/3111



Nombres locales de las especies pesqueras de importancia comercial en América Latina

Actinopterygii Scombridae

Thunnus albacares

en Español

Rabil

en Portugués

Albacora

en Inglés

Yellowfin tuna

en Francés

Albacore

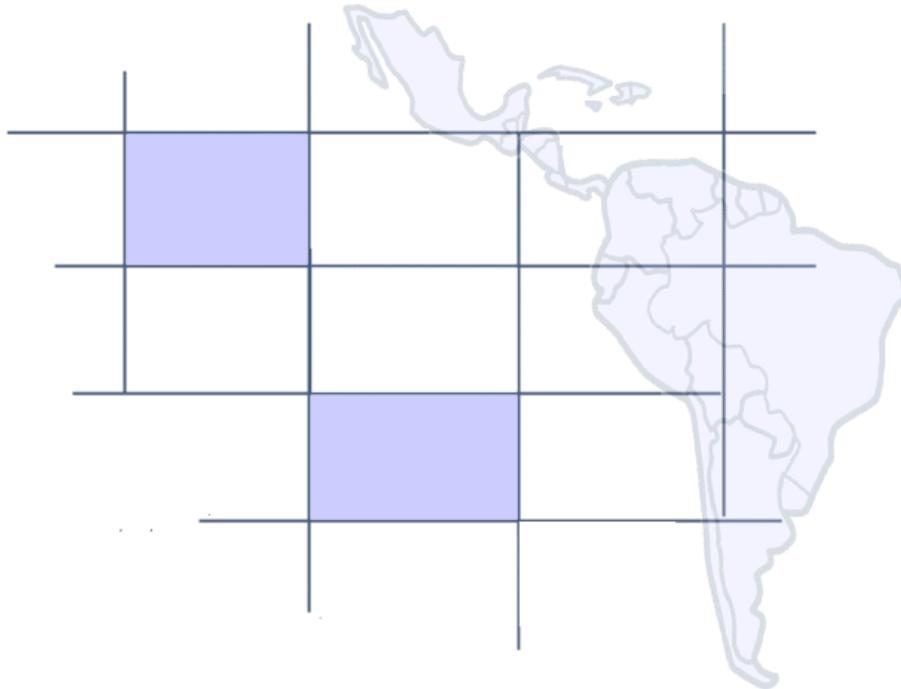
Nombres locales: Albacora-de-laje, Albacora-de-laje, Albacora-laje, Albacora-lajeira, Alvacora, Atum, Atum-amarelo, Kihada, COLOMBIA:Atún aleta amarilla, MEXICO ATLANTICO:Atún aleta amarilla, MEXICO PACIFICO:Atún aleta amarilla, NICARAGUA ATLANTICO:Atún, NICARAGUA PACIFICO:Aleta amarilla, Rabil, URUGUAY:Atún aleta amarilla

Artes de pesca: Espinel de superficie, Espinel long-line, Palangre derivante, Caña, Cerco, Redes de enmalle, Arrastre, Líneas de anzuelo

Origen: Pesca Industrial, y Artesanal, Maricultura

Productos: Fresco, Resfriado, Congelado, Enlatado, Ahumado, Entero

-24-



3.- Página web y base de datos en INFOPECA

www.infopesca.org