



联合国
粮食及
农业组织

FOOD AND
AGRICULTURE
ORGANIZATION
OF THE
UNITED NATIONS

ORGANISATION
DES NATIONS
UNIES POUR
L'ALIMENTATION
ET L'AGRICULTURE

ORGANIZACION
DE LAS NACIONES
UNIDAS PARA
LA AGRICULTURA
Y LA ALIMENTACION

منظمة
الاعذية
والزراعة
للأمم
المتحدة

技术合作计划

TECHNICAL COOPERATION
PROGRAMME

PROGRAMME DE
COOPÉRATION TECHNIQUE

PROGRAMA DE
COOPERACIÓN TÉCNICA

برنامج التعاون الفني

Región: América Latina y el Caribe

Países: Argentina, Belice, Brasil, Colombia, Costa Rica, Honduras, México, Nicaragua, República Dominicana, Uruguay y Venezuela

Título del proyecto: Mejoramiento de los mercados domésticos de pescado y productos pesqueros en América Latina y el Caribe

Número del proyecto: TCP/RLA/3111 (D)

Fecha de inicio: febrero 2007

Fecha de terminación: mayo 2008

Institución de contraparte responsable de la ejecución del proyecto: Centro para los Servicios de Información y Asesoramiento sobre la Comercialización de los Productos Pesqueros en América Latina y el Caribe (INFOPECA) e instituciones nacionales responsables de la comercialización de los productos pesqueros

Contribución de la FAO: 380 000 dólares EE.UU.

Firmado:
(en nombre de INFOPECA)

Firmado:
Jacques Diouf
Director General
(en nombre de la FAO)

Fecha de la firma:

Fecha de la firma:

I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Se necesita en forma urgente el proyecto sobre “Mejoramiento de los mercados domésticos de pescado y productos pesqueros en América Latina y el Caribe” para que los gobiernos de la región puedan tener la capacidad de desarrollar el mercado interno de productos pesqueros y el profesionalismo entre todos los actores pesqueros involucrados en la distribución y comercialización de los mismos.

1. Crecimiento demográfico y sistemas de distribución de productos pesqueros en América Latina

La importancia de los mercados internos de productos pesqueros en América Latina y el Caribe queda demostrada tanto por el crecimiento demográfico como por el incremento del consumo per capita de pescado. Las estadísticas pesqueras de FAO han registrado que el consumo total en la región se ha cuadruplicado desde 1961 a 1995 (ver Tabla 1), debido a la duplicación de la población en combinación con casi la duplicación del consumo per capita.

América Latina tiene en la actualidad casi más de 520 millones de habitantes. Sin embargo, parece que el aumento de consumo de pescado se estabilizó hacia finales de los años noventa, a un nivel que representa casi la mitad del promedio mundial.

FAO informó que durante el periodo 1999-2001 el consumo per capita fue de 16,1 kg. De hecho, la oferta anual per capita de productos pesqueros también disminuyó durante los últimos cinco años de la década del 90, en comparación con el año 1995. Se ha señalado que una estructura deficiente en la distribución y en la comercialización de esos productos ha sido la principal causa de esta situación.

Tabla 1: evolución de la población en América Latina y el Caribe y la oferta anual per capita de pescado y derivados

	1961	1995	Promedio 1997-1999	Promedio 1999-2001	Promedio 2001-2003
Total de población (millones)	223,1	468,9	503,3	520,2	535,6
Oferta anual per cápita de productos pesqueros (kg)	5,4	9,4	8,7	8,7	8,9
Oferta total de productos pesqueros (millones de toneladas)	1,2	4,4	4,4	4,5	4,7

Fuente: FAO

Durante esos años, un pobre desarrollo de la cadena de distribución de productos pesqueros en América Latina, tanto a nivel mayorista como minorista, fue claramente un factor crítico responsable del bajo consumo per cápita.

De hecho, la cadena de distribución de productos pesqueros no evolucionó mucho desde mediados de 2000 y en muchos casos su desarrollo se restringió a los supermercados. Esta situación llevó a un descenso de la producción destinada a los mercados nacionales de la región que cuenta con

520 millones de habitantes.

Se vio afectado particularmente el desarrollo de la acuicultura para abastecer los mercados internos. Además, la estructura deficiente de distribución y comercialización en muchos de los países también restringió el comercio intrarregional.

Durante la segunda mitad del siglo pasado, la modernización de los sistemas locales de distribución y comercialización de productos pesqueros fueron relegadas si se los compara con la modernización de la producción, procesamiento, control de calidad y exportaciones de los mismos. No sorprende, por lo tanto, constatar que no existe un equilibrio entre la comercialización doméstica de productos pesqueros y la producción de los mismos.

Por ello no es suficiente capacitar a los productores en prácticas de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (HACCP por sus siglas en inglés), cuando las mismas todavía son ignoradas por mayoristas y minoristas.

En la región se aplican diferentes normativas para los productos pesqueros que se exportan y los que van al consumo doméstico. En general, se aplican normas de sanidad menos exigentes a los productos que se venden en el país, y muchas veces los productos que se dirigen al mercado interno son los que no resultan apropiados para ser exportados.

Esta diferencia en las normativas obviamente hace desconfiar al consumidor local. Por eso es crucial tener como objetivo el fortalecimiento de la normativa de la cadena de distribución en los países de América Latina. Estos estándares deberían ser aceptados a nivel general, ser sostenibles, simples y estar de acuerdo con las normas para exportar productos de calidad.

2 Pasado y presente de la promoción del mercado interno de productos pesqueros

La mayoría de las autoridades pesqueras de América Latina saben que para desarrollar el mercado interno es necesario realizar una serie de actividades a nivel de distribución y comercialización de los productos pesqueros. Esta prioridad fue reconocida por las autoridades de los países miembros de INFOPESCA, durante la reunión de la Asamblea General en 2003. El comité ejecutivo de INFOPESCA, que se reunió en mayo de 2006, nuevamente resaltó la importancia de desarrollar el comercio a nivel de mercado interno.

Durante la sesión del COFI, Subcomité de Comercialización de Pescado (Santiago de Compostela, 30 de mayo–2 de junio 2006), el comité ejecutivo, a través de su presidente, puso el tema de comercio interno en un destacado lugar de la agenda para la próxima reunión del subcomité, como forma de resaltar la importancia de este ítem en los países de América Latina.

En algunos países de América Latina se han realizado actividades para desarrollar los mercados internos, como en el caso de Brasil y México (ambos países reúnen casi la mitad de la población de América Latina).

Brasil

La Secretaria Especial de Acuicultura y Pesca (SEAP), conjuntamente con la Compañía

Abastecedora de Alimentos Brasileña (CONAB), han establecido un programa llamado “feria de la pesca”, por el cual se distribuye varios cientos de equipos (balanzas, cajas isotérmicas, tablas de acero inoxidable, cuchillos, tiendas desmontables, etc.) y equipamiento para pequeños comercios, pescadores artesanales y acuicultores en todo el país. Esta iniciativa aún se está implementando (mayo 2006) y todavía es muy temprano para evaluar los resultados. Sin embargo, aunque beneficia a unos cientos de pequeñas comunidades pesqueras, es posible que no tenga un fuerte impacto sobre la comercialización interna de productos pesqueros ni que sirva de ejemplo, debido a que nuevamente se ha descuidado el resto de la cadena productiva.

También durante el año 2006, la SEAP realizó una campaña publicitaria para aumentar la venta durante la Semana Santa de productos pesqueros de bajo valor comercial.

México

El mercado interno de productos pesqueros fue fundamental a principios de los años noventa, cuando Estados Unidos estableció un embargo sobre el atún en conserva por el caso “*dolphin save*”. Las fábricas mexicanas de conservas de atún, con el apoyo del gobierno y del sector nacional de distribución de alimentos, pudieron sobreponerse a la crisis mediante la venta de su producción en el mercado nacional.

El Comité Nacional de Fomento al Consumo de Productos Pesqueros, ha desplegado esfuerzos durante varios años para incrementar el consumo doméstico de toda clase de productos pesqueros, incluyendo el pescado fresco. Las principales ventas aún se concentran durante la Pascua.

Perú

FAO ayudó a Perú a establecer un sistema a través del cual las especies de bajo valor comercial, como por ejemplo la anchoveta, que se utilizó como alimento en escuelas y en grupos de comedores de bajos ingresos. En el marco de este proyecto, se crearon y capacitaron pequeñas empresas, las cuales están ahora vendiendo productos pesqueros en condiciones sanitarias adecuadas. El éxito de este proyecto llevó a que el gobierno de Galicia, España, financiara más actividades en la promoción del consumo de pescado, mediante el mejoramiento de la comercialización interna de especies de bajo valor comercial. Perú no está incluido en este proyecto PCT, pero la experiencia en este país será adoptada por otros países de la región.

En casi todos los países de América Latina encontramos también iniciativas para desarrollar el mercado interno de productos pesqueros. Sin embargo, muchas de esas iniciativas son llevadas adelante por las autoridades pesqueras nacionales sin contar realmente con personal específicamente entrenado en temas de distribución y comercialización. Por lo tanto, los resultados de esos esfuerzos se ven mitigados.

En general, la experiencia en proyectos sobre mejoramiento del mercado interno ha demostrado que es difícil cambiar los hábitos de los consumidores, y que el mejoramiento de la imagen de los productos pesqueros es un proceso largo y difícil; sin embargo, las cosas se pueden cambiar. La experiencia en ambos proyectos también ha demostrado que la entrega de equipamiento o materiales tampoco funciona. Son buenos ejemplos los resultados positivos de los esquemas de micro

financiación, trabajando con procesadores y comerciantes de pescado de bajos ingresos.

3 Actividades de INFOPESCA en el desarrollo de los mercados internos de productos pesqueros

INFOPESCA es una organización intergubernamental latinoamericana encargada de brindar información, asesoramiento en la comercialización de los productos pesqueros y asistencia en el procesamiento y control de calidad de acuerdo a las necesidades del mercado en América Latina y el Caribe.

INFOPESCA se ha preocupado de los mercados internos de América Latina desde 1996, cuando comenzó a realizar estudios de mercados de productos pesqueros en las grandes ciudades latinoamericanas. Hasta la fecha, se han realizado 20 estudios en grandes ciudades latinoamericanas. Todos esos informes, con pocas excepciones, confirman la deficiencia de los sistemas de distribución y comercialización de los productos pesqueros en todo el continente. Junto con estos estudios de las grandes ciudades, INFOPESCA también monitorea los precios de los productos pesqueros de todos los países del continente y los publica en su boletín quincenal “Infopesca Noticias Comerciales”, con una amplia distribución a más de 2 000 profesionales en la región.

El organismo está fuertemente comprometido en la capacitación, particularmente en el aseguramiento de la calidad y la comercialización. De hecho, ambos temas son el corazón de muchos proyectos implementados por la organización y financiados por agencias internacionales como el *Common Fund for Commodities* (CFC), el Banco Mundial o agencias de financiación de desarrollo regionales. Dos proyectos del CFC son de particular importancia para este proyecto: “Mejoramiento de la eficiencia en la comercialización de la pesca artesanal en Centroamérica, México y el Caribe” y “Desarrollo del procesamiento y de la comercialización de la tilapia producida en las grandes cuencas latinoamericanas” en donde el desarrollo del mercado interno fue una actividad clave.

Por otro lado, INFOPESCA promueve también conferencias sobre mercadeo y comercialización de productos pesqueros y coordina la Red Panamericana de Inspección, Control de Calidad y Tecnología de los productos pesqueros y de la acuicultura.

En junio 1999, 43 expertos de nueve países (Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, México, Perú y Uruguay) participaron de un taller sobre comercialización de productos pesqueros, en Montevideo, organizado conjuntamente por FAO e INFOPESCA. En este taller quedó claro que los gobiernos de la región seguían careciendo de aptitud para organizar y también monitorear el sector de distribución y comercialización del pescado en sus países. Entre las recomendaciones que se presentaron en el taller, los participantes enfatizaron:

- la necesidad de la aplicación de un Código de Conducta Responsable, en particular el Artículo 11 (prácticas de poscosecha y comercialización);
- la necesidad de implementar estudios sobre los canales de distribución regional y los medios de transporte;
- la necesidad del aseguramiento de la calidad en base al sistema HACCP para los mercados regionales;

- la necesidad de un intercambio de experiencias intrarregional relacionadas con aspectos de la tecnología y la comercialización;
- la necesidad de brindar información adecuada al consumidor;
- la necesidad de contar con sistemas adecuados de información de precios.

INFOPESCA también coordina varias redes que tratan, de manera directa o indirecta, con aspectos de comercialización doméstica. Una de estas redes es la Red Latinoamericana de las Mujeres del Sector Pesquero (LANWF por sus siglas en inglés). LANWF reúne a todas las mujeres que trabajan en la industria pesquera y cuenta en la actualidad con 450 miembros. Cada país tiene un punto focal, del gobierno nacional o de institutos de investigación. Esta red tuvo una reunión de los puntos focales en marzo del 2003, en donde se recalcó la gran necesidad de mejorar la comercialización en el mercado interno en América Latina. Esta red formará parte de este proyecto, dado que la mujer se encuentra fuertemente involucrada en el procesamiento y comercialización del pescado en América Latina. Este proyecto asegurará, que, a través del LANWF, que hombres y mujeres reciban capacitación y otro tipo de asistencia en base al papel que ellos desempeñan en la manipulación, procesamiento y distribución del pescado.

INFOPESCA también coordina la red latinoamericana de inspectores y técnicos de la pesca, y organiza bajo la égida de FAO reuniones regulares de esta red, que reúne inspectores, técnicos y expertos en calidad, tanto del sector público como privado. Esta red forma la base de intercambio, ya que se encuentra muy bien posesionada en los 11 países miembros con los cuales trabaja INFOPESCA, incluyendo el sector de comercialización del mercado doméstico.

Además, INFOPESCA es un organismo bien establecido con más de 20 años de servicio como organización intergubernamental, y seguirá trabajando en la promoción de mejores prácticas en el terreno de la comercialización en el mercado interno, incluso luego de la terminación del proyecto PCT.

Este proyecto participará en actividades de capacitación tanto en el sector público como privado. INFOPESCA cuenta con una gran experiencia en ambos sectores, incluyendo en el desarrollo de varios proyectos que apuntan específicamente al sector privado, como los cuatro proyectos del *Common Fund for Commodities (CFC)*.

En la reunión de la Asamblea General de INFOPESCA en 2003, los países miembros aprobaron la presentación de una propuesta de proyecto destinada a mejorar las condiciones y los mercados internos de productos pesqueros. Los esfuerzos para conseguir apoyo financiero y técnico no tuvieron éxito en ese momento. Desde entonces, se iniciaron algunas acciones, y debido a algunos problemas mencionados anteriormente, los resultados fueron limitados. La preocupación respecto a la necesidad de este proyecto ha crecido entre los países.

En su última reunión, en mayo 2006, el comité ejecutivo de INFOPESCA insistió nuevamente sobre la necesidad de sus países miembros de implementar programas de capacitación tanto para representantes oficiales como para mayorista y minoristas de toda la región.

En este contexto, INFOPESCA, en nombre de sus países miembros, solicitó a FAO asistencia

técnica a través de su Programa de Cooperación Técnica (PCT).

El presente proyecto representa una respuesta a la urgente necesidad de los sectores pesqueros, de los consumidores en general en aumentar la eficiencia de los sistemas de distribución y comercialización de los productos pesqueros en la región. El proyecto trabajará con la mira a la creación de normas objetivas y claras para implementar en la cadena productiva en los países latinoamericanos, las cuales deberán ser aceptadas a nivel general, ser sostenibles y simples.

Los patrones de consumo de productos pesqueros son los mismos en toda la región latinoamericana, desde México a Argentina. Los sistemas de control de calidad y los productos pesqueros también son similares en toda la región. La estructura de comercialización es igual de deficiente en toda la región. Todo esto junto hace evidente que lo que se necesita es una mejora de los mercados internos. Además, la creación de una normativa común en toda la región podría facilitar el movimiento de mercadería entre los países, además mejoraría el comercio intrarregional, hasta ahora bastante limitado. La Red Panamericana de Inspección y Control de Calidad se utilizaría para aplicar los estándares regionales en cada país.

II. OBJETIVOS DE LA ASISTENCIA

El objetivo del proyecto es aumentar la oferta de productos pesqueros de calidad en los mercados domésticos de América Latina a

El proyecto tiene cinco objetivos inmediatos

1. Mejorar el conocimiento que tiene el sector público con respecto a la comercialización del pescado a nivel del mercado interno.
2. Establecer normas globalmente aceptadas, sostenibles y simples, en toda la cadena productiva de los productos pesqueros de la región de acuerdo a las normas de calidad.
3. Mejorar el conocimiento de los representantes oficiales y del público en general sobre temas relacionados con la comercialización en el mercado doméstico.
4. Mejorar el conocimiento del sector privado relacionado con la comercialización en el mercado interno de pescado con respecto a la cadena productiva.
5. Aumentar la disponibilidad de información actualizada de mercado.

III. RESULTADOS DEL PROYECTO

El proyecto tendrá cinco principales resultados, uno para cada uno de los principales objetivos:

1. Once representantes oficiales capacitados, especializados en la comercialización de productos pesqueros en el mercado interno, dentro de los organismos nacionales de pesca

En muchos de los países participantes, será la primera vez que la autoridad pesquera nacional cuente con una persona especializada y capacitada en la comercialización de productos pesqueros y con un programa de trabajo presentado a la autoridad competente. Dicho funcionario deberá conocer las

posibilidades de desarrollo del mercado de su propio país, también tendrá conocimiento sobre las experiencias que se realizan en otros países de la región, y conocerá personalmente a la persona encargada de realizar su misma tarea en esos países. Los 11 funcionarios formarán una red regional de profesionales especializados en la comercialización en los mercados internos de productos pesqueros.

2. Manual sobre comercialización de productos pesqueros

Este manual es absolutamente necesario en América Latina y el Caribe, al no existir a nivel del mercado interno publicaciones actualizadas sobre el tema, es absolutamente necesario contar con referencias y una normativa común para todos los actores relacionados con el sector. Este manual también será útil en otras regiones del mundo que tienen necesidades similares para desarrollar los mercados internos de productos pesqueros.

3. Los gobiernos y la prensa deberán tener pleno conocimiento sobre los temas para mejorar las estructuras de los mercados internos de distribución y comercialización de productos pesqueros

El primer requerimiento para preparar políticas firmes es que los gobiernos de los países se involucren totalmente en los temas relacionados con la comercialización de los productos pesqueros en el mercado interno. El compromiso de los gobiernos para preparar una definición de políticas modernas para desarrollar la comercialización de los productos pesqueros, es un requisito previo necesario para desarrollar las mismas a mediano y corto plazo. Además, los gobiernos y los medios de difusión, deberán informar sobre los productos pesqueros y su importancia para la salud humana.

4. Actores pesqueros mejor preparados para aplicar conceptos y técnicas modernas sobre comercialización de los productos pesqueros

También es un requisito para la modernización del sector, la participación del sector privado, principalmente a través de las asociaciones profesionales con conocimientos de conceptos y técnicas modernas de comercialización, que complementarán las actividades del sector público.

5. Base de datos en una página Web con información actualizada sobre el mercado interno y el comercio intrarregional en América Latina

El proyecto creará, e INFOPECA mantendrá, una base de datos en una página Web con información sobre comercialización del pescado, de fácil acceso a todos los operadores del sector.

IV. ACTIVIDADES DEL PROYECTO Y PLAN DE TRABAJO

1. Cursos de capacitación para representantes gubernamentales

Los cursos de capacitación para los representantes gubernamentales consistirán en la presentación de conceptos generales sobre la comercialización de los productos pesqueros por parte de INFOPECA, al ser la Agencia Ejecutora del Proyecto (PEA), discusión sobre los problemas locales

en los 11 países beneficiarios y se ayudará a construir una metodología común de trabajo. Estos países son los que han manifestado su especial interés en temas relacionados con la comercialización de productos pesqueros en el mercado interno, incluyendo su participación en una organización intergubernamental regional dedicada a esos temas.

En el entrenamiento de los once oficiales pesqueros, especialmente designados por sus gobiernos, impartido en forma conjunta con INFOPECA y las representaciones de FAO en los países, se les enseñará tres pasos muy prácticos:

- A. En su lugar de trabajo recibirán una primera guía general sobre el desarrollo de los mercados internos de los productos pesqueros, y basada en términos de referencia específicos (documento adjunto), y, por medio de un contrato de autor, ellos prepararán un documento sobre aspectos concretos del mercado interno de los productos pesqueros en sus países.
- B. A este trabajo le seguirá un seminario de una semana de duración, en donde todos los participantes serán informados por la PEA sobre conceptos y herramientas modernas utilizados en la comercialización de los productos pesqueros en el mercado interno, y compartirán sus experiencias y puntos de vista. Este seminario incluye visitas a los productores (pescadores e industriales procesadores), pescadores, mercados de pescado, supermercados y autoridades locales encargadas de controlar la comercialización del pescado, para poder conocer los intereses, necesidades y complementos de esos segmentos.
- C. Como tercer paso, los participantes en sus países y con la asistencia de PEA, prepararán un programa de trabajo para desarrollar el mercado interno de productos pesqueros, incluyendo un presupuesto para ser presentado a su jerarquía. También participarán en audiencias para informar a sus propios gobiernos de toda la información que vaya surgiendo.

2. Preparación de un manual sobre comercialización de productos pesqueros a nivel de mercado interno

El manual de comercialización de productos pesqueros (o manual para actores del sector) será preparado según el índice tentativo adjunto, con la participación de expertos internacionales y también incluyendo los documentos preparados por los participantes del seminario. Originalmente estará escrito en español pero también tendrá una versión en portugués destinada a los operadores brasileños (la versión en portugués también será muy útil para los países africanos de habla portuguesa: Angola, Cabo Verde, Guinea Bissau, Mozambique, Santo Tomé y Príncipe, así como a Portugal). El manual identificará normas sencillas de comercialización del pescado en los países de América Latina. El manual será utilizado como material base para el desarrollo de Cursos de Capacitación Aduanera (CTC), una actividad emprendida por el Programa Interregional de Asistencia a los Países en Desarrollo para la implementación del Código de Conducta para la Pesca Responsable (proyecto FISHCODE).

3. Difusión en los países beneficiarios

Los representantes o participantes del curso de capacitación compartirán los resultados de sus trabajos y también la presentación del manual de comercialización de productos pesqueros, con

miembros importantes de sus respectivos gobiernos (principalmente autoridades pesqueras, autoridades de salud pública, municipalidades), quienes serán invitados a la presentación tanto de los conceptos sobre comercialización de los productos pesqueros, como de temas técnicos, económicos y legales relacionados con el desarrollo de los mercados internos de esos productos. También se invitará a la prensa nacional a asistir a la conferencia como una forma de ayudar a la difusión de los conceptos. Los beneficios a la salud de los productos pesqueros y las buenas normas de esos productos serán difundidos por medio de folletos y campañas de promoción.

4. Cursos de capacitación demostrativos para actores del sector

El PEA organizará tres cursos subregionales de capacitación demostrativos de una semana de duración cada uno. Los mismos se dividirán en dos partes: una teórica, en base al manual de comercialización de los productos pesqueros en el mercado interno, y, por otro lado una más práctica, que incluirá visitas y la práctica de varias técnicas de procesamiento, como el fileteado manual. Cada de esos cursos tendrá alrededor de 20 participantes (en total 60), comprendiendo participantes de los 11 países beneficiarios.

Se prestará especial atención a estos cursos que, al ser demostrativos, deberán ser reproducidos exactamente en todos los países.

5. Base de datos en una página Web sobre información del mercado

Durante la ejecución del proyecto, INFOPECA creará una base de datos con información de mercado para el comercio interno intrarregional, que se podrá acceder a través de la página Web. INFOPECA mantendrá actualizada la base de datos con información del mercado interno incluso luego de terminado este proyecto. Además, se garantizará el acceso a la base de datos del Sistema computerizado de información comercial pesquera (GLOBEFISH).

Plan de trabajo del proyecto

El proyecto se desarrollará durante 16 meses. Los dos primeros objetivos se realizarán paralelamente y los dos siguientes en secuencia durante 16 meses, mientras que la base de datos se creará y se llevará adelante durante todo el proyecto (aún después de su terminación):

- curso de capacitación para representantes del gobierno con una duración de 11 meses;
- preparación de un Manual de Comercialización de Pescado y Productos Pesqueros en el término de seis meses;
- instancias de divulgación para los gobiernos durante seis meses;
- cursos de capacitación para los actores pesqueros con una duración de cinco meses (comprendidos en un periodo de ocho meses);
- la creación de una base de datos que se llevará a cabo en 16 meses.

Actividad/Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Cursos de capacitación para oficiales de los gobiernos Paso 1: preparación de un documento nacional Paso 2: seminario en Montevideo Paso 3: preparación de un plan de trabajo e instancias de divulgación.	—	—	—	—			—	—	—		—					
Preparación del manual de comercialización de productos pesqueros para el mercado interno Preparación y edición Traducción del español al portugués Publicación de versiones en español y en portugués				—	—	—	—	—	—							
Instancias de divulgación para los gobiernos Conferencias en los 11 países: Argentina, Belice, Brasil, Colombia, Costa Rica, Honduras, México, Nicaragua, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Material publicitario para la prensa y el público en general							—	—	—	—	—	—				
Cursos de capacitación para actores pesqueros Implementación de 5 cursos de capacitación:						—	—	—				—		—		
Creación y mantenimiento del banco de datos	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
Informe final																—

V. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

El proyecto está dedicado al fortalecimiento institucional en los 11 países de América Latina y el Caribe en temas relacionados con la comercialización del pescado y productos pesqueros a nivel del mercado interno (incluyendo conceptos y técnicas modernas de comercialización, sistema HACCP, etc.) así como a la administración de la información de mercado. Esto se alcanzará a través del asesoramiento técnico suministrado por el alto nivel de los expertos en las disciplinas involucradas, cuya ayuda también contribuirá en la elaboración de manuales que contengan referencias y normativa adecuada para todos los usuarios, y su participación a través de los talleres de capacitación ad hoc en los seminarios a nivel nacional, subregional y regional será también muy valorada. Los oficiales nacionales estarán totalmente involucrados en la preparación y en el seguimiento de las actividades de capacitación con el fin de adquirir conocimiento y aplicar dichos conocimientos a las necesidades específicas de sus países.

VI. CONTRIBUCIÓN DE LA FAO

1. Personal

Servicios de apoyo técnico de la FAO

El personal de la sede de FAO trabajará en el proyecto por un total de 35 días en tres misiones para brindar asistencia técnica y supervisión en las áreas de mercado interno [Servicio de Utilización y Mercadeo del Pescado (FIIU) - 30 días] y la capacitación a través de los bancos de datos de GLOBEFISH. (FIIU – cinco días). Términos de Referencia (TdR) en Anexo 5.

Consultores nacionales

Once consultores nacionales, especializados en control de calidad, evaluación del riesgo, procesamiento o comercialización de productos pesqueros (uno por cada país participante), cada uno de ellos durante cinco semanas (un total de 55 semanas). TdR en Anexo 4.

Expertos internacionales bajo el Programa de Asociación

- un consultor CTPD (Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo), líder del proyecto. Experto en comercialización y sistemas de información: 30 semanas, de las cuales 15 semanas en su lugar de trabajo y 15 semanas en cuatro misiones en la región (cada misión abarcará en promedio tres países). TdR en Anexo 1;
- experto retirado en fortalecimiento de la comercialización a nivel de mercado interno: 30 días, de los cuales 25 en su lugar de trabajo y cinco en Uruguay para el taller regional. TdR en Anexo 2;
- un consultor CTPD en garantía/control de calidad: 25 semanas (dos semanas en cada país y tres semanas en su lugar de trabajo). TdR en Anexo 3.

Asistencia temporal (hasta 5 000 dólares EE.UU.)

El trabajo temporal para asistir en la organización de las actividades de capacitación y otras tareas administrativas relacionadas con las actividades del proyecto en los países mencionados.

2. Viajes oficiales (hasta 80 030 dólares EE.UU.)

El proyecto cubrirá los viajes oficiales del personal de FAO, de expertos/consultores nacionales e internacionales y personal local relacionado con el proyecto.

3. Contratos, cartas de acuerdo y contratos de servicios (hasta 47 000 dólares EE.UU.)

El proyecto realizará contratos por un valor total de 47 000 dólares EE.UU. con instituciones especializadas en la preparación, edición, traducción, impresión y divulgación del manual de comercialización y de otros materiales para capacitación, alquiler de auto, creación de una página Web con un banco de datos y la suscripción a la base de datos de GLOBEFISH para obtener la información de comercio más actualizada. Esto incluye lo siguiente:

- un contrato de autor para el manual sobre comercialización a nivel de mercado interno de productos pesqueros. Se hará sólo un contrato, pero el experto contratado, si fuera necesario, será libre de subcontratar a otros expertos para capítulos específicos. El contrato total será de 14 000 dólares EE.UU.
- un contrato para la traducción de dicho manual del español al portugués (200 páginas estimadas). El contrato será de 5 000 dólares EE.UU.
- edición/impresión de un manual (en dos versiones: español y portugués con 200 páginas a color cada uno, 2 000 copias en español y 1 000 copias en portugués. Valor estimado del contrato: 15 000 dólares EE.UU.
- correo/transporte: para enviar libros pesados, compañías especializadas (DHL u otras) son más económicas que los envíos por correo regular. Valor estimado de los contratos: 3 000 dólares EE.UU.
- creación de una página Web de base de datos con información de mercado actualizada para la red de todas las oficinas de los países y la suscripción al banco de datos de GLOBEFISH. 10 000 dólares EE.UU.

4. Gastos generales de operación (hasta 9 700 dólares EE.UU.)

Para cubrir algunos gastos generales relativos a la operación del proyecto en los países, tales como comunicaciones telefónicas, suministros de oficina, transporte, etc.

5. Material, suministros y equipos (hasta 27 000 dólares EE.UU.)

El equipo suministrado por el proyecto mejorará la comunicación y las instalaciones de la red en los países miembros. Los equipos incluyen computadoras, acceso a internet, lo cual también es importante y crítico para cumplir con los objetivos del proyecto, y el software necesario para el manejo de la base de datos. El costo estimado es de 27 000 dólares EE.UU., el cual será financiado tomando en cuenta las visitas y las recomendaciones realizadas por los consultores internacionales y el personal de FAO. El proyecto comprará 12 computadoras (hasta 18 000 dólares EE.UU.) y software para 12 equipos de trabajo (hasta 9 000 dólares EE.UU.), uno para cada uno de los 11 países y uno para la base de datos madre. Estas computadoras se localizarán en la oficina de la autoridad competente que trabaja en comercialización de productos pesqueros en el mercado interno y en la sede de la base de datos madre. Estas computadoras recabarán la información sobre comercialización de mercado interno.

La red computarizada con la base de datos que se establecerá bajo el proyecto servirá como una importante fuente de información más actualizada sobre comercio, detenciones/rechazos, reglamentaciones sanitarias, técnicas relevantes, información comercial, experiencia, fabricantes y abastecedores de servicios/equipamiento, etc. También podrán ser utilizadas por la misma red.

6. Costos directos de operación

Costos directos de operación del proyecto por parte de la FAO (siete por ciento de los gastos totales).

7. Capacitación (hasta 77 800 dólares EE.UU.)

Los componentes específicos de capacitación del proyecto incluyen:

- un seminario de una semana donde los 11 participantes serán introducidos a conceptos y herramientas modernos utilizados en la comercialización interna de los productos pesqueros. Costo estimado: 15 000 dólares EE.UU. = 6 000 dólares EE.UU. (viaje para 10 personas) más 6 000 dólares EE.UU. (ad hoc para alojamiento/alimentos para 10 personas por seis días) más 3 000 dólares EE.UU. (arreglos locales, incluyendo alquiler de auto de ser necesario y material para capacitación). Este seminario incluye visitas de campo. El lugar tentativo es Montevideo, Uruguay (un lugar alternativo se puede sugerir después de empezado el proyecto, también basado en la capacidad del país huésped de brindar las instalaciones para capacitación y el alojamiento a los participantes);
- 11 talleres de divulgación a nivel nacional, a través de las cuales la capacidad adquirida durante el seminario regional será compartida con los operadores y planificadores pesqueros. Los talleres serán organizados por instituciones nacionales- El proyecto sólo ayudará con los costos de organización hasta 800 dólares EE.UU. por país. Total: 8 800 dólares EE.UU.;
- tres cursos demostrativos de capacitación a nivel sub- regional para actores pesqueros, cada uno con una duración de una semana con una presencia de 20 participantes de tres o cuatro países. Cada capacitación será dividida en dos partes, una teórica, basada en el manual de comercialización de productos pesqueros en el mercado interno, y otra más práctica, incluyendo misiones de campo y practicando algunas herramientas de procesamiento como fileteo manual. Costo estimado por curso: 18 000 dólares EE.UU. = 6 000 dólares EE.UU. (viaje para 15 personas) + 9 000 dólares EE.UU. (subvención para alojamiento/comidas para 15 personas por seis días) + 3 000 dólares EE.UU. (arreglos internos, incluyendo alquiler de auto de ser necesario y material para capacitación). El costo total de los tres cursos es: 54 000 dólares EE.UU. El lugar será decidido después del comienzo del proyecto, también basado en la capacidad del país receptor de proveer instalaciones para efectuar la capacitación y el alojamiento para los participantes al más bajo costo posible.

VII. INFORMES

Informes periódicos (trimestrales) serán preparados por el experto líder del proyecto (ver TdR en Anexo1). Además serán analizados y evaluados informes de los seminarios y de las conferencias,

reportes de los consultores, etc. Los informes serán elevados a FAO por el experto líder del proyecto. Todos los consultores técnicos y el personal de FAO elaborarán un informe técnico al final de las misiones, que puede ser bajo la forma de informe de misión o como documento de visita de campo. El consultor líder del proyecto, en consulta con los oficiales de FAO/FIIU que siguen el proyecto, preparará un documento final presentando los principales resultados y conclusiones del proyecto además de las recomendaciones a los gobiernos.

VIII. CONTRIBUCIÓN DE LOS GOBIERNOS

Los 11 gobiernos participantes nombrarán un punto focal nacional de coordinación en cada país, y proporcionarán apoyo secretarial y administrativo, comunicaciones y viajes internos (combustible y viáticos serán suministrado por el proyecto). Los once gobiernos participantes proporcionarán un espacio apropiado para la oficina y equipamiento, incluido el acceso a computadoras para los consultores nacionales e internacionales durante sus misiones de campo. Los gobiernos facilitarán el trabajo de los consultores internacionales y nacionales, proporcionando personal local y aula de capacitación sin costo para las actividades de entrenamiento que se desarrollarán. Además, los gobiernos mantendrán la base de datos en sus oficinas, incluso después de terminado el proyecto. Los once gobiernos participantes, a través de sus respectivos puntos focales, estarán a cargo de la organización e implementación de los seminarios y participarán de las instancias de divulgación, como se describen en los Párrafos 1 y 3, Capítulo IV del presente documento.

INFOPECA asegurará la coordinación de las actividades del proyecto regional y el flujo de información entre los países participantes.

INFOPECA, como organización intergubernamental para la comercialización de los productos pesqueros en América Latina y el Caribe, continuará con la ayuda para el mejoramiento de los sistemas de comercialización de productos pesqueros a nivel de mercado interno en la región después de culminado el proyecto. INFOPECA garantizará el flujo de información dentro de la red a través de la base de datos, la página Web y cualquier otra distribución electrónica.

Después de la culminación del proyecto, los once gobiernos participantes realizarán los arreglos necesarios para mantener el flujo de información a nivel nacional y tomarán las medidas necesarias para implementar las recomendaciones del proyecto con el objetivo de asegurar la sostenibilidad de sus resultados y dar seguimiento al mismo.

IX. PRESUPUESTO DE LA CONTRIBUCIÓN DE LA FAO (en dólares EE.UU.)

Región: América Latina y el Caribe

Países: Argentina, Belice, Brasil, Colombia, Costa Rica, Honduras, México, Nicaragua, República Dominicana, Uruguay y Venezuela

Título del proyecto: Mejoramiento de los mercados domésticos de pescado y productos pesqueros en América Latina y el Caribe.

Número del proyecto: **TCP/RLA/3111 (D)**

Cuentas	Descripción de entrada de datos	Subcuenta	Cuenta Principal
5013	Consultores		81,500
5543	Consultores – Nacionales	26,950	
5544	Consultores - CTPD/CTPT	50,050	
5545	Consultores – Expertos jubilados	4,500	
5014	Contratos		47,000
5650	Contratos - Presupuesto	47,000	
5020	Apoyo administrativo		5,000
5652	Trabajo temporal - Apoyo administrativo	5,000	
5021	Viajes		80,030
5685	Consultores – Nacionales	5,000	
5686	Consultores - CTPD/CTPT	61,030	
5687	Consultores - Expertos jubilados	1,100	
5692	Viajes - TSS	12,900	
5023	Capacitación		77,800
5920	Capacitación – Presupuesto	77,800	
5024	Materiales y suministros (Expendable Equipment)		9,000
6000	Materiales y suministros - Presupuesto	9,000	
5025	Equipo (Non Expendable Equipment)		18,000
6100	Equipo - Presupuesto	18,000	
5027	Servicios de apoyo técnico de la FAO		27,110
6111	Informe Final	1,850	
6116	Evaluación	-	
6120	Honorario TSS	25,260	
5028	Gastos generales de operación		9,700
6300	Gastos generales de operación - presupuesto	9,700	
5029	Costo directo de operación		24,860
6118	Costo directo de operación - presupuesto	24,860	
	Total General		380,000

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultor CTPD (Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo) Experto en Sistemas de Información y Comercialización de Productos Pesqueros Líder del Proyecto

Bajo la supervisión general de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe en Santiago, Chile, la supervisión técnica del Servicio de Utilización y Mercadeo del Pescado (FIIU), en estrecha cooperación con los 11 gobiernos participantes, el consultor líder del proyecto será responsable del manejo del proyecto, de la coordinación de las actividades internacionales y de la orientación técnica para todas las actividades del proyecto.

Tendrá la responsabilidad específica de:

- llevar a cabo los estudios en los países;
- organizar las reuniones según lo previsto en el proyecto, involucrando a representantes del sector de la comercialización y distribución de pescado y productos pesqueros, en estrecha cooperación con los 11 países participantes;
- supervisar/iniciar la preparación del material de capacitación y revisarlo basado en la experiencia durante el desarrollo de los primeros cursos de capacitación;
- llevar adelante las actividades de capacitación a nivel nacional, subregional y regional;
- preparar un informe final de sus actividades, así como el informe final del proyecto con los aportes brindados por los otros consultores internacionales del proyecto, para la revisión/finalización de FIIU.

Duración: 30 semanas, de las cuales 15 en su lugar de trabajo y 15 en cuatro misiones (cada una en alrededor de tres países).

Calificaciones: especialista en el campo de comercialización de pescado o en control de calidad de productos pesqueros. Deberá tener experiencia en comercialización de pescado a nivel doméstico, en aspectos de género y en la red FISH INFO. Experiencia en la producción de material de capacitación es una calificación deseable. Experiencia en FAO, actividades o proyectos serán un plus. Nivel C en español e inglés.

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultor Internacional Retirado Fortalecimiento de la Comercialización en el Mercado Interno

Bajo la supervisión general de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe en Santiago, Chile, la supervisión técnica del Servicio de Utilización y Mercadeo del Pescado (FIIU), en estrecha cooperación con los 11 gobiernos participantes, con el consultor líder del proyecto y el otro consultor CTPD (Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo), él/ella tendrá la responsabilidad de:

- preparar el programa de los cursos de capacitación;
- realizar parte del taller regional;
- revisar y finalizar el programa de capacitación, basado en las discusiones y en los resultados del taller.
- preparar un informe final de sus actividades al término de su contrato.

Duración: 30 días, de los cuales cinco días corresponden a la participación en un taller regional.

Calificaciones: especialización en comercialización de productos pesqueros o en economía. Amplia experiencia en problemas y desafíos de la comercialización de pescado a nivel de mercado interno y en la industria pesquera. Nivel C en español o portugués y Nivel B en el otro idioma.

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultor Internacional CTPD (Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo) Garantía/Control de Calidad

Bajo la supervisión general de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe en Santiago, Chile, la supervisión técnica del Servicio de Utilización y Mercadeo del Pescado (FIIU), en estrecha cooperación con los 11 gobiernos participantes, con el consultor líder del proyecto y el otro consultor CTPD (Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo), él/ella será responsable de:

- realizar un estudio sobre los problemas de la calidad en la comercialización del pescado y productos pesqueros a nivel de mercado interno en los 11 países participantes;
- colaborar en la organización de los cursos de capacitación según lo previsto en este proyecto, incluyendo representantes del sector de la comercialización y distribución de pescado y productos pesqueros, en estrecha cooperación con los 11 países participantes;
- supervisar/iniciar la preparación del material de capacitación y revisarlo basado en la experiencia durante el desarrollo de los primeros cursos de capacitación;
- desarrollar las actividades de capacitación a nivel nacional, subregional y regional con respecto a calidad y a normas sanitarias;
- diseñar una propuesta para normas sanitarias comunes para la comercialización de productos pesqueros en los países de América Latina;
- preparar el informe final de sus actividades al término de su contrato y contribuir a la preparación del informe final del proyecto junto con el consultor líder del proyecto.

Duración: 25 semanas.

Calificaciones: especialización en garantía de calidad y procesamiento de productos pesqueros. Nivel C en español o portugués y Nivel B en el otro idioma.

Lugar de trabajo: dos semanas en cada país y tres semanas en su lugar de trabajo.

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultores Nacionales (11)

Bajo la supervisión general de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe en Santiago, Chile, la supervisión técnica del Servicio de Utilización y Mercadeo del Pescado (FIIU), en estrecha cooperación con los 11 gobiernos participantes, la supervisión del consultor líder del proyecto, los consultores nacionales tendrán la responsabilidad de:

- recolectar información sobre control de calidad, comercialización de productos pesqueros a nivel de mercado interno y política de comercio según las instrucciones dadas por los consultores internacionales;
- procesar la información recolectada;
- asistir y acompañar a los consultores internacionales durante la visita al país;
- organizar conferencias a nivel nacional;
- promover la elaboración de normas en sus países;
- elaborar un informe detallado, escrito en MS-Word, en disquete para el coordinador del proyecto;
- preparar un informe sobre sus actividades al término de su contrato.

Duración: cinco semanas cada uno (son previstos 11 consultores nacionales).

Calificaciones: especialista en control de calidad, evaluación de riesgo, comercialización o procesamiento de pescado y productos pesqueros. Nivel C en español, portugués o inglés, dependiendo del país.

Lugar de trabajo: país de origen.

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Servicios de Apoyo Técnico de la FAO Servicio de Utilización y Mercadeo del Pescado (FIIU)

Bajo la supervisión técnica del jefe del Servicio de Utilización y Mercadeo del Pescado (FIIU), y la supervisión administrativa de la Oficina Regional para América Latina y el Caribe, y en colaboración con el personal nacional e internacional del proyecto, el oficial será responsable de:

Primera misión

Oficial de Industrias Pesqueras de FIIU, experto en base de datos (cinco días, Mes1):

- brindar capacitación en el uso de la base de datos del Sistema computerizado de información comercial pesquera GLOBEFISH;
- discutir sobre eventuales mal entendidos y como solucionarlos;
- asesorar sobre la información de mercado y como instalar una base de datos;
- analizar las necesidades específicas de la base de datos para comercialización de productos pesqueros en el mercado interno en cada país.

Segunda misión

Oficial de Industrias Pesqueras, FIIU, comercialización de pescado (15 días, Mes 3):

- ayudar en la preparación del material de capacitación para los talleres de mercado interno;
- realizar presentaciones en el seminario regional;
- discutir el plan de trabajo de los proyectos y su implementación.

Tercera misión

Oficial de Industria Pesqueras FIIU, comercialización de pescado (15 días, Mes 10):

- supervisar el trabajo práctico, incluyendo los resultados de los cursos de capacitación;
- discutir sobre eventuales problemas y cómo resolverlos;
- asesorar en la investigación de mercado y en el programa de publicaciones;
- realizar una presentación en el seminario subregional;
- asistir en la evaluación técnica y económica de las experiencias del proyecto desde el punto de vista de la comercialización del pescado y los productos pesqueros;
- asistir en la preparación de informe técnico a la mitad del proyecto donde se incluyan las necesidades y el seguimiento del proyecto;
- preparar un informe al término de la misión.

Manual de Productos Pesqueros para el Mercado Interno

Contenido

Se pondrá un esfuerzo especial en la ilustración de conceptos por casos de estudio regionales e ilustraciones.

Introducción

La importancia de la comercialización de los productos pesqueros del mercado interno para el desarrollo de las pesquerías nacionales y del sector acuícola.

Primera parte: conceptos de marketing aplicados a los productos pesqueros

- comprensión del consumidor y del mercado;
- aspectos culturales y económicos;
- interactividad entre los vendedores y el mercado;
- mejoramiento de la variedad y de la presentación;
- supermercados versus pescaderías tradicionales;
- el comercio de los restaurantes y productos pesqueros.

2^{da} parte: pescado fresco

- los abastecedores (pescadores y acuicultores) y red de abastecimientos;
- canales distribución y sus características;
- consumidores individuales y compradores institucionales;
- elección de productos y cómo presentarlos;
- precios;
- efectos estacionales en la exhibición de los productos;
- control de calidad de pescado fresco;
- promoción de pescado fresco.

3^{ra} parte: pescado procesado

- las industrias procesadoras y su interacción con los vendedores de pescado y de productos pesqueros;
- canales de distribución y sus características;
- consumidores e instituciones compradoras;
- productos congelados: características, control de calidad;
- productos enlatados: características, control de calidad;
- productos curados: características, control de calidad;
- productos ahumados: características, control de calidad;
- formación de precios;
- promoción de pescado procesado.

4^{ta} parte: normas y referencias comunes

- análisis de las normas existentes en la Unión Europea y en EE.UU.;
- análisis de las normas existentes en América Latina;
- supermercados y sus requerimientos;
- un conjunto de normas y referencias comunes preparadas por el proyecto PCT.

Conclusiones

Anexos:

- listado de sitios Web;
- listado de revistas profesionales;
- bibliografía.