



**Seminario sobre Acceso a Mercados de los productos de los Acuicultores de Recursos Limitados (AREL) y Acuicultores de Micro y Pequeña Empresa (AMyPE) de los países de América Latina y El Caribe**

**Campeche, México, 29 y 30 de octubre de 2012**

**El Acceso a Mercados de los productos de los ARELs y AMyPEs de los países de América Latina y El Caribe:**

**La Teoría y la Práctica de INFOPECSA**



**INFOPECSA**

*Por Roland Wiefels*

## Acceso a los Mercados de Productos Pesqueros: muchos conceptos involucrados

Mercados internacionales ; negociaciones de la OMC...

Traders, cadenas internacionales de supermercados; medios de transporte...

Valor añadido; procesamiento; industrialización...

Denominación de productos; trazabilidad...

Grandes flujos internacionales – aspectos macroeconómicos globales...

Barreras no-arancelarias; cuotas; aranceles; normas sanitarias; *Codex Alimentarius*...

Eco-etiquetado y otras etiquetas (religiosas, sociales, bio, denominación de origen, etc.)...

El pescado en relación a otros alimentos; índices de precios...



*Corvina del Pacífico*  
*Cilus gilberti*  
en Chile



**Transporte rápido y  
mantenimiento de la  
cadena de frío**





## Tests de mercado y degustación en Tokio

y Hong Kong, New York, Los Angeles, Miami,  
Paris, Madrid, Rio de Janeiro, São Paulo)



**The 13th Japan International  
Seafood & Technology Expo**

July 27nd (Wed) to July 29th (Fri), 2011  
Tokyo Big Sight East 5, 6 Hall



Pero...

Para los Acuicultores de Recursos Limitados o de Micro y Pequeña Empresa

**Comercialización - algo muy sencillo en teoría:**

Se trata de acceder al mercado manejando 4 variables:

**El producto:** darle al mercado el producto que necesita y quiere

**La distribución:** hacer llegar el producto hasta los consumidores

**El precio:** venderle al mercado a un precio competitivo, que el comprador pueda pagar  
y que sea remunerador para el productor

**La comunicación:** decirles a los compradores potenciales que el producto existe  
y convencerlos que vale la pena comprarlo

## Situación real: año 2000 en el bajo valle del río São Francisco (Brasil)



De parte de un pequeño productor involucrado en un programa oficial de desarrollo acuícola

“Doctor, mis estanques están llenos... y ahora, ¿Qué hago?”



Bajo São Francisco

**DIPP** **MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL**  
 Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba - CODEVASF 4ª S.R.  
 CONVÊNIO DISTRITO DE IRRIGAÇÃO DO PERÍMETRO PROPRIÁ - DIPP

**POTENCIAL PISCICOLA EXISTENTE - BAIXO SÃO FRANCISCO (SE)**

LOCAL	TECNOLOGIA DE CULTIVO	FAMILIAS (Nº)	AREA (ha)	PRODUÇÃO (Kg) 2003
DIPP	VIVEIRO	128	257	628.000
DICOP	VIVEIRO	62	87	220.000
DIB	VIVEIRO	18	40	-
Outros	VIVEIRO	39	350	300.000
RIO SÃO FRANCISCO	T. REDE	70	140 und.	100.000
<b>TOTAL</b>		<b>317</b>	<b>734</b>	<b>1.580.000</b>

Proyecto “Tilapia” de INFOPECA  
 con financiación CFC

<http://www.infopesca.org/node/194>



Para los pequeños acuicultores así como para cualquier productor:

Hay que elegir el mercado que se quiere atender – y hay que conocerlo:  
saber dónde está, cuáles son sus necesidades (¿qué hace con el pescado?)  
y cuáles son sus potenciales

¿Que es “el mercado”?

¿Un acopiador de puerta de finca?

¿La cooperativa o asociación, de la cual es miembro?

¿Los frequentadores de la feria donde vende directamente?

¿ Minoristas del mercado municipal de su pueblo?

¿ Restaurantes de la capital?

¿Una cadena de supermercados?

¿ El comedor de la escuela local?



La única manera de conocer a un mercado específico: estar junto a él o contar con buenos y actualizados estudios de mercado

**El mercado de productos pesqueros en la Región Metropolitana de Lima**

Serie: El mercado de pescado en las grandes ciudades latinoamericanas



**El mercado de pescado en la ciudad de Bogotá**

Serie: El mercado de pescado en las grandes ciudades latinoamericanas



**O mercado de pescado da região metropolitana de Manaus**

Série: O mercado do pescado nas grandes cidades latino-americanas



**O mercado de pescado da região metropolitana do Rio de Janeiro**

Série: O mercado do pescado nas grandes cidades latino-americanas




**O mercado do pescado da Região Metropolitana de São Paulo**

Série: O mercado do pescado nas grandes cidades latino-americanas



**El mercado de productos pesqueros en la ciudad de Iquitos**

Serie: El mercado de pescado en las grandes ciudades latinoamericanas



**O mercado do pescado em Brasília**

Série: O mercado do pescado nas grandes cidades latino-americanas



**Infopesca**

**El mercado del pescado en la ciudad de México**





Disponibles gratuitamente en

<http://www.infopesca.org/plibreacceso>



## El Producto:

Es lo que el mercado demanda.

Toda la dificultad está en descubrir lo que el mercado realmente demanda.

Y no cualquier mercado sino el mercado que pretendemos atender.



Mercado municipal local?



Mercado municipal de la capital?



Restaurantes?



Cadena de Supermercados?



**El producto** de la Asociación de Mujeres de Betume, municipio de Neópolis (SE), Brasil

Mercado: restaurantes de la capital, Aracaju

## Una manera efectiva de diferenciar sus productos:

Marca colectiva de los productores de una región  
(primer paso hacia la indicación geográfica)



*¡El más fresco sabor del llano!*



# WIPO - OMPI

<http://www.wipo.int>

**Una indicación geográfica** es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen.

**Una denominación de origen** es un tipo especial de indicación geográfica, que se aplica a productos que poseen una calidad específica derivada exclusiva o esencialmente del **medio geográfico** en el que se elaboran. El concepto de indicación geográfica engloba a las denominaciones de origen

Desde una idea del proyecto hasta una política de desarrollo nacional



*¡El más fresco sabor del llano!*

**PESCALLANO** nace como una respuesta efectiva del Ejecutivo Nacional a las necesidades de comercialización de la producción acuícola de nuestros llanos occidentales.

Gracias al apoyo de INFOPECSA - FAO, del Fondo Común de Productos Básicos (CFC) y a las gestiones realizadas por INAPESCA-MAT los consumidores nacionales podrán adquirir, a través de la red MERCAL, una amplia variedad de pescados cultivados.



*¡El más fresco sabor del llano!*





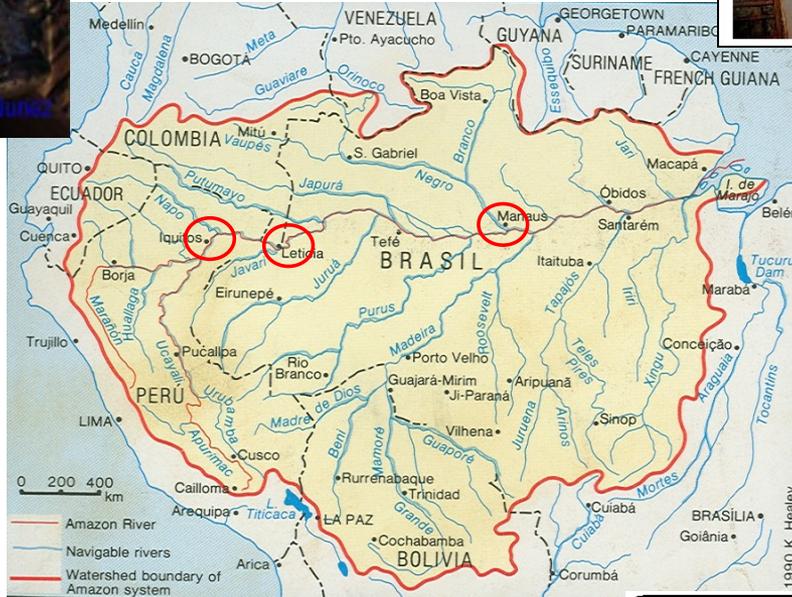
Paiche  
(Pirarucu)

## Peces de la Amazonia

- No cualquier pescado sino :
- de carne blanca o clara
  - con buen rendimiento al fileteo
  - con poca o ninguna espina



Surubí  
(Pintado, Cachara)



Tucunaré

Aruaná



Proyecto "Amazonia"  
de INFOPECA  
con financiación CFC

<http://www.infopesca.org/node/92>



# El “kibutz” de Santana, cerca de Manaus, en la Amazonia brasileña

**ASSOCIAÇÃO DOS MORADORES DO SANTANA - FUNDADA EM 2000**

**AMOS**

MANACAPURU - AMAZONAS  
lagodosantana@gmail.com

PROPRIEDADE PARTICULAR  
BEM VINDOS

**FORTALECIMENTO DA PISCICULTURA COMUNITÁRIA NO LAGO DO SANTANA**

A união e a participação comunitária conquistando alternativa sustentável de trabalho e renda.

**CDH** PATROCÍNIO

AMAZONAS FORTALECIMENTO EMPRESARIAL APDS

**Unidade de Produção de Alevinos - UPA/Manacapuru**

CONVENIO Nº 0141/2005



**FRIGORIFICO BELA VISTA**

**FÁBRICA DE GELO**

Projeto Melhoramentos de Acesso aos Mercados de Produtos Pesqueiros e Agropecuários da Amazônia Ocidental e Oriental



# El “kibutz” de Santana, cerca de Manaus, en la Amazonia brasileña

Engorde de peces, procesamiento, transporte y venta en un “mercado del productor” de Manaus (3 millones de habitantes)





**Manual de control de  
calidad de los productos  
de la acuicultura**

Dr. Nelson Avdalov

Lima, Perú



**Manual  
de Control de Calidad y  
Manipulación de Productos Pesqueros  
para Pescadores y Procesadores Artesanales**



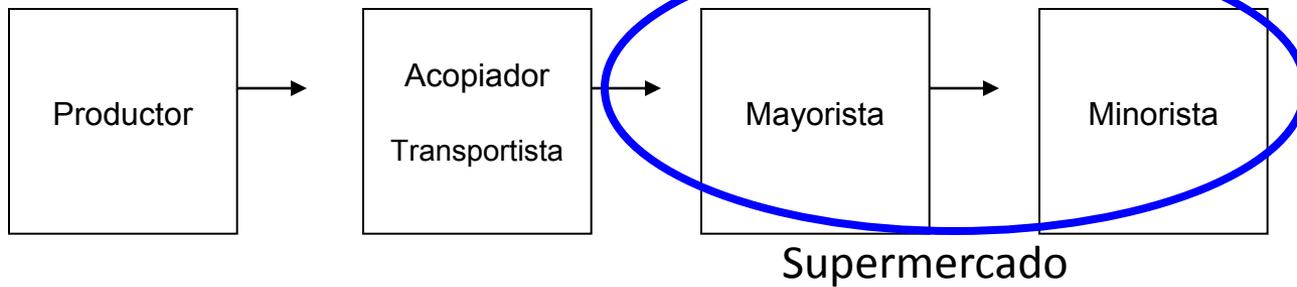
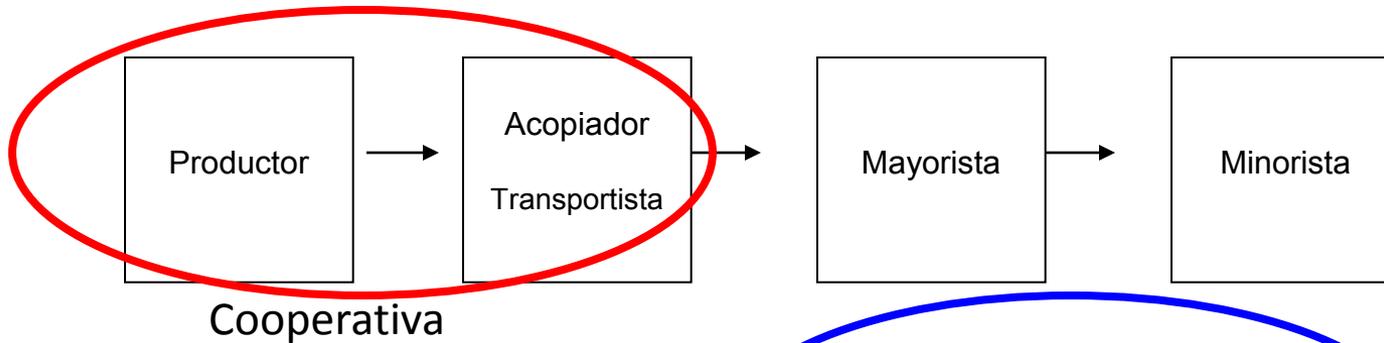
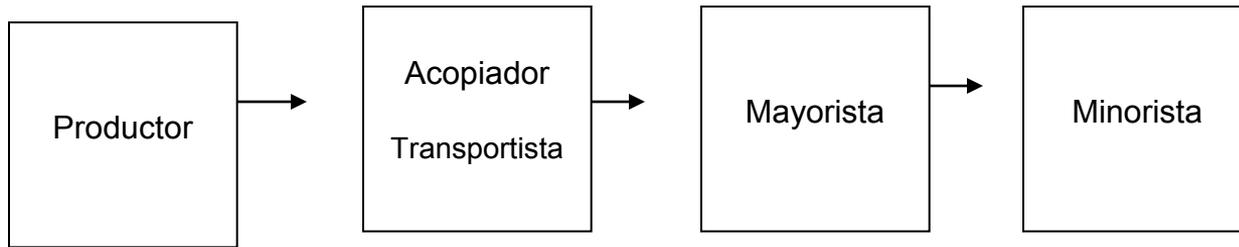
Nelson Avdalov

La calidad de los productos: factor *sine-qua-non* de su éxito en los mercados

Disponibles gratuitamente en <http://www.infopesca.org/plibreacceso>



## Tradicional cadena de distribución de pescado y disminución de sus eslabones





Pescadores de Tamiahua

El sabor natural del Golfo



# INFOPECA

*Internacional*

Tamiahua, pueblo de pescadores

...to chileno  
...ú en Argentina

... COOPES ... INFOPECA ... 中国通信

**La unión hace la fuerza**  
**Cooperativa o Asociación**  
**Un punto de partida en la distribución**

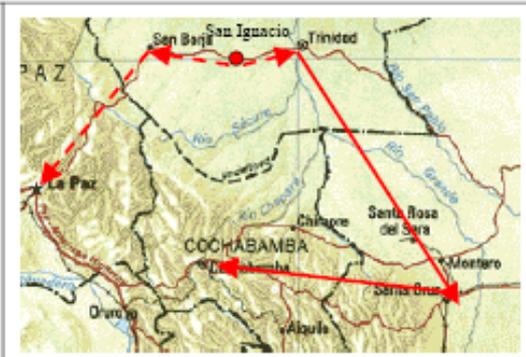
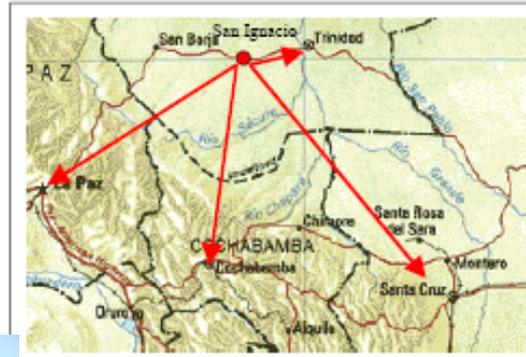


Proyecto "Comercialización  
Artesanal" de INFOPECA  
con financiación CFC

<http://www.infopesca.org/node/192>



mapas 1 y 2 - la distribución a las ciudades y la realidad de las carreteras en 2006



Pescado amazónico de cultivo desde San Ignacio de Moxos hasta los centros de consumos bolivianos



El transporte de las zonas de producción a los mercados:  
Decisiones estratégicas en la distribución física

Ver el Estudio de Mercado de Bolivia en:  
<http://www.infopesca.org/node/276>



# Los precios

El tema “precios” engloba varios conceptos

## Costos de producción y de distribución

(es imprescindible conocer su punto de equilibrio de producción - será detallado en el próximo slide)

## Posicionamiento del producto en relación a los demás pescados

Por ejemplo: en Amazonia los pescados de acuicultura se benefician del periodo de aguas altas, cuando hay poco pescado de captura

## Precios de puerta de finca

Es la manera mas fácil de vender – y la menos rentable

## Precios al consumidor

Variable según el tipo de comercio minorista (pescadería, supermercado, restaurante...) – pero es imprescindible conocerlo

## Comisiones a los intermediarios

Cuanto más intermediarios, menos recibe el productor, más paga el consumidor

## Plazo de pago

Es muy diferente recibir contado de recibir en 45 días

# Caso de un pequeño acuicultor de Iquitos (Perú)

## Estanque de 5000 m<sup>2</sup> - producción de 3800 kg/ año

### Lo que sabía por cierto (costos variables y precio de mercado)

Precio de venta de la gamitana en el mercado: N\$ 7,00/kg

Precio de compra del pienso: N\$ 2,40 / kg

Tasa de conversión: 1: 1,5

Precio de compra de los alevines: 4000 por N\$ 500  
(mas o menos 5% de perdidas)

Costo variable por kg:  $(2,40 \times 1,5) + (500/4000) = \text{N\$ } 3,73$

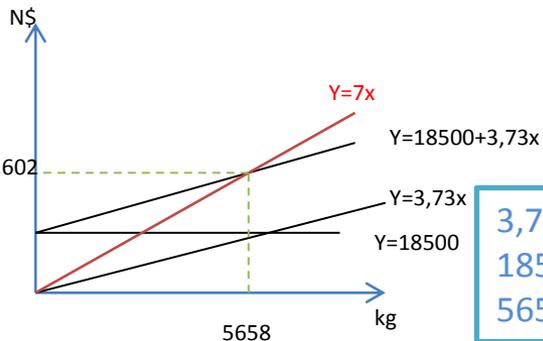
### Lo que tenía solo una idea (costos fijos)

Mantenimiento del estanque: N\$ 700/año

1 Obrero: N\$ 1.400/ mes → N\$ 16.800 /año

Materiales diversos: N\$ 1000/ año

3,50 N\$ = 1 USD



$$3,73x + 18500 = 7x$$

$$18500 = 3,27x$$

$$5658 \text{ kg} = \text{punto de equilibrio}$$

### Lo que pasaba en realidad:

Ganancias: 3800 kg X N\$7,00 = N\$26.600

Costos variables: 3800 kg X N\$ 3,73 = N\$ 14.174

Sobraron N\$ 12.426 para cubrir a los costos fijos

Sobraron N\$ 12.426 – N\$ 1.700 = N\$ 10726 para sueldos ya sea: N\$ 894 por mes, y no los N\$ 1.400 esperados.

El trabajador: ¿variable de ajuste?



# INFOFESCA

## NOTICIAS COMERCIALES

Publicado por: INFOFESCA, Casilla de Correo 7086, Julio Herrera y Obes 1296, 11100  
Tel: (598) 2 9028701 / Fax: 9030501, Montevideo, Uruguay.  
Email: [infofesca@infofesca.org](mailto:infofesca@infofesca.org) Web: <http://www.infofesca.org>

Esta es una publicación de las Organizaciones Intergubernamentales que forman el Sistema Global de Servicios de Información Comercial y Asesoría Técnica para la Comercialización de Productos Pesqueros.

**INFOFESCA (A.L.) Latinoamérica**  
Montevideo, URUGUAY

**INFOFISH (Asia/Pacífico)**  
P.O. Box 10599, 50728 Kuala Lumpur MALAYSIA  
Tel: (603) 2075 24 86 Fax: (603) 2070 88 04  
Correo Electrónico: [info@infofish.org](mailto:info@infofish.org)  
Web: [www.infofish.org](http://www.infofish.org)

**INFOFESCA (África)**  
Tour C, 19ème étage  
CMA Administrative Alajouan 01, CÔTE D'IVOIRE  
Tel: (225) 20 22 89 90 Fax: (225) 20 21 80 54  
Correo Electrónico: [infofesca@infofesca.org](mailto:infofesca@infofesca.org)

**INFOSEA - Subred de INFOFESCA (África)**  
Sahel瀚Commerce  
Team Leader 89, John Meinert Street  
West Windhoek  
POB 25023, Windhoek, Namibia  
Tel: +264 61 279430 Fax: +264 61 279434  
Correo Electrónico: [infosea@infosea.org.na](mailto:infosea@infosea.org.na)

**INFOSAMAK (Países Árabes)**  
71, Boulevard Rahat El Maskri P.O. Box 18243,  
Casablanca, 20000 MOROCCO  
Tel: (212) 622 54 8356 Fax: (212) 6225 43 8556  
Correo Electrónico: [infosamak@infosamak.org](mailto:infosamak@infosamak.org)  
Web: [www.infosamak.org](http://www.infosamak.org)

**INFOFYU (China)**  
Room 514, Naonling Bldg. 98  
East third Ring Road Chaoyang District, Beijing  
100122, P.R. CHINA  
Tel: (+86 10) 5919 9814; Fax: (8610) 5919 5140  
Correo Electrónico: [infofyu@qfjt.gov.cn](mailto:infofyu@qfjt.gov.cn)  
Web: [www.infofyu.net](http://www.infofyu.net)

**EUROFISH (Este Europeo)**  
P.O. Box 6596, H. C. Andersen Boulevard 44-46  
DK-1503 Copenhagen V, DENMARK  
Tel: (+45) 333 777 55; Fax: (+45) 333 777 56  
Correo Electrónico: [info@eurofish.dk](mailto:info@eurofish.dk)  
Web: [www.eurofish.dk](http://www.eurofish.dk)

**GLOBEFISH (FAC - FPM)**  
Viale della Terra di Caracalla 00153 Roma, ITALIA  
Tel: (39-06) 5705 2892 Fax: (39-06) 5705 3000  
Correo Electrónico: [globefish@fao.org](mailto:globefish@fao.org)  
[www.globefish.org](http://www.globefish.org)

El material utilizado en esta publicación se obtiene de fuentes oficiales u otras fuentes consideradas de entera credibilidad, tomándose las medidas pertinentes para asegurar su veracidad.



Octubre 20, 2012

Nº 19/12

**INFORMACIÓN GENERAL:** México: Siembra masiva de tilapia... Honduras: Ley de camaronicultura... Ecuador: Nuevos impuestos a productores de camarón... Mundial: Alianza para la acuicultura... Indonesia: ASC certifica primera tilapia de acuicultura... Japón: Detienen importación de camarón de India...

**PESCADO CONGELADO:** EEUU: Polaca: La producción de huevas supera a la del año anterior... Unión Europea: Baja en los precios de los filetes de bacalao... Japón: Se detectó trazas de cesio radiactivo en bacalao del Pacífico... Vietnam: Exportaciones de pangasius llegarían al objetivo fijado para este año...

## AQUAPESCA 2012

### 7 al 9 de Noviembre

## SALVADOR – BAHIA



Por mayor información: Ivan Gogolevsky  
[comercial@aquapescabrasil.com.br](mailto:comercial@aquapescabrasil.com.br), [ivan@aquapescabrasil.com.br](mailto:ivan@aquapescabrasil.com.br)

Derechos reservados. Reproducción solamente permitida por acuerdo con INFOFESCA

### Información General

#### Eventos

#### Productos Refrigerados y Vivos

#### Pescados Congelados

#### Atún Refrigerado, Congelado

#### Camarón, Langosta y Cangrejo Congelado EEUU - JAPÓN - EUROPA

#### Moluscos, Cefalópodos, y Ranas Congelados

#### Productos Curados, Harina y Aceite - Productos en Conservas

Mantenerse al tanto de la evolución  
de los precios de mercado

Informaciones actualizadas de los  
precios y de sus tendencias  
a nivel latinoamericano y mundial

# Comunicación - Promoción

Estar informado



Conocer



Gustar



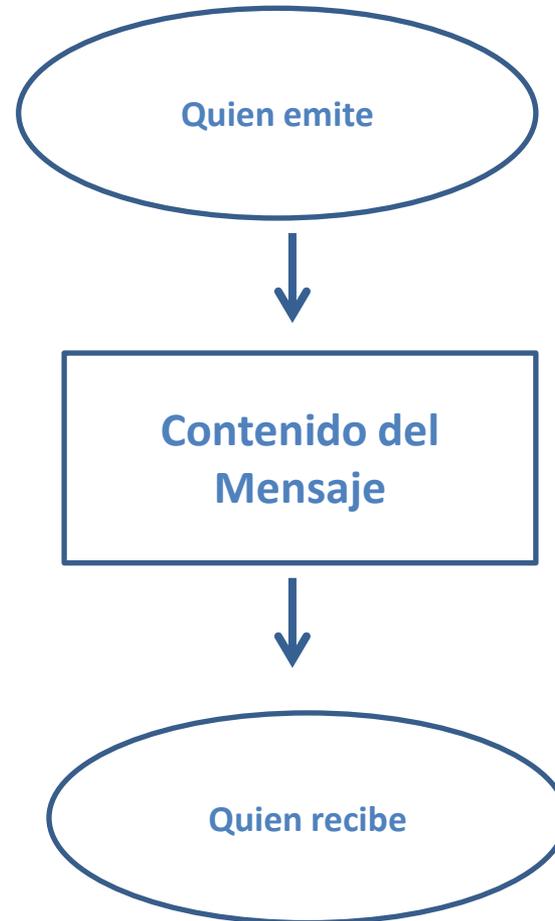
Preferir



Estar convencido



Comprar



## SABÍAS QUE EL PESCADO...



- \* Contiene proteínas con todos los aminoácidos esenciales, por ello es de alto valor nutritivo
- \* Es bajo en calorías y de fácil digestión

\* Sus grasas están asociadas a efectos relacionados con la prevención de infartos y arterioesclerosis

\* Contiene todas las vitaminas necesarias para una buena nutrición



\* Quienes consumen pescado tienen mayor esperanza de vida y menor riesgo de padecer enfermedades como Alzheimer

DISFRUTA DE TODOS ESTOS BENEFICIOS CONSUMIENDO EL EXQUISITO PESCADO CULTIVADO DEL OCCIDENTE VENEZOLANO

EN EL MARCO DEL PROYECTO:

"DESARROLLO DEL PROCESAMIENTO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO CULTIVADO EN LA GRANDES CUENCAS DE LATINOAMÉRICA"  
(CFC/FAO/INFOPESCA)



HIPERMERCADO  
**EXITO**  
Contra la vida cara



**Mariscos**  
**Pescadería**



Aumento de ventas de la pescadería en este día:  
+ 600%



Promoción del pescado, con degustación en un supermercado de Valencia, Venezuela



## Promoción institucional



En México:

**Consejo Mexicano de Promoción de los  
Productos Pesqueros y Acuícolas, A.C.**

**COMEPESCA**

[www.comepesca.com.mx/](http://www.comepesca.com.mx/)



**EL SR. PESCADO CUIDA  
TU PRESIÓN ARTERIAL.**

**Ponte vivo, come pescados  
y mariscos mexicanos.**

Porque es rico en **Omega 3**,  
elemento que evita la acumulación  
de grasa en las venas y arterias.

[www.comepesca.com.mx](http://www.comepesca.com.mx)



Cómo tener éxito en el acceso a mercados por los ARELs y AMyPEs

# El Factor Humano es el principal

Y el apoyo material a estos Hombres y Mujeres es el complemento indispensable



Margareth Pereira  
Manacapuru – Amazonas  
Brasil



TABELA DE SERVIÇO DO PROJETO DE PISCICULTURA

Dia da Semana	Participante	Assinatura
SEGUNDA 17/09	DORA	<i>Dora</i>
TERÇA 18/09	EDVALDO	
QUARTA 19/09	FREITAS	
QUINTA 20/09	ROSIELE/ MARGARETH CARDOSO	MUTIRÃO
SEXTA 21/09	GELSON	
SABADO 22/09		
DOMINGO 23/09	RODIZIO	<i>Rodizio</i>

- Se o participante não poder vir no seu dia favor avisar a outro participante para trocar o dia de serviço
- Além de colocar a ração o participante deve realizar sua tarefa estabelecida na tabela de tarefas
- Tarefas basicas: ligar o motobomba  
O aerador  
Verificar a água do poço  
Cel: Cardoso – 88236946 - President

TABELA DE TAREFAS DO PROJETO DE PISCICULTURA

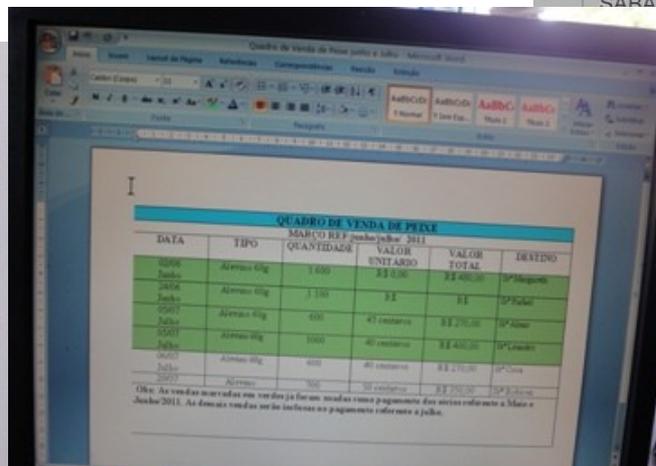
DIA DA SEMANA	PARTICIPANTE	TAREFA	ASSINATURA
SEGUNDA 17/09	<i>Dora Freitas</i>	<i>Atende a fazer a poda do pomar e fazer a ração dos peixes e colocar no tanque</i>	<i>Dora</i>
TERÇA 18/09	<i>J. Freitas</i>	<i>FEZ O MANEJO DA RÁÇÃO E FEZ O MANEJO DO TANQUE</i>	<i>J. Freitas</i>
QUARTA 19/09	<i>J. Freitas</i>	<i>Limpar e organizar o tanque</i>	<i>J. Freitas</i>
QUINTA 20/09	<i>Rodizio</i>	<i>Montando o tanque para a ração e colocando a ração no tanque</i>	<i>Rodizio</i>
SEXTA 21/09	<i>Cardoso - Rosiele</i>	<i>Tirando a ração do tanque e colocando a ração no tanque</i>	<i>Cardoso</i>
SABADO 22/09			
DOMINGO 23/09	<i>Rodizio</i>	<i>Montando o tanque</i>	<i>Rodizio</i>

Factor importante de éxito en comunidades produtoras: un liderazgo esclarecido  
Incentivo - Iniciativas - Organización – Control-

Planilha de Controle de Ração (FLUTUANTE)



Dia	%	Quantidade/ Saco	Responsavel
23/07/11	32%	09 sacos	Leandro
05/08/11	28%	08 sacos	Rosario
19/08/11	28%	08 sacos	Dora
20/08/11	28%	09 sacos	Leandro



UM HOMEM PELAS SUAS AÇÕES (O QUE FAZ) E NÃO POR SUAS PALAVRAS (O QUE DIZ)

9167-5269  
SUZANO  
9148-9238  
SUZANO



**En Leticia  
Colombia**

*Adriana Hortua*



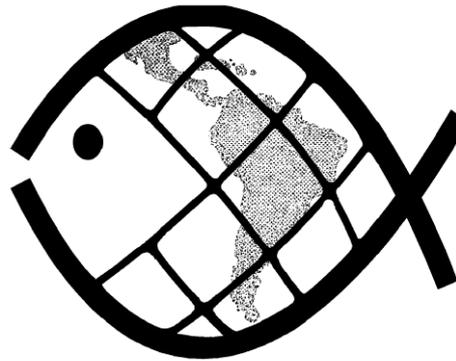
*Bernardo Corrales*



**Factor fundamental de éxito  
en los programas de desarrollo acuícola:**

**Extensionistas capaces  
enseñando,  
yendo al campo  
yendo a los mercados  
estando junto a los productores**





**INFOPECA**

***¡ Gracias !***

*Esta presentación se encuentra disponible en <http://www.infopesca.org/node/748>*