

Extensión territorial: 130,373.47 km²
Población: 5.4 millones
Líneas de costa
Pacífico: 410 km
Atlántico: 530 km
Aguas continentales 10,500 km²

REPÚBLICA DE NICARAGUA
MAPA DE LA DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA



LEYENDA

Capital	Departamento	Comuna
Provincia	Comuna	Comuna
Comuna	Comuna	Comuna
Comuna	Comuna	Comuna

ESCALA: 1:100,000

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA
MINISTERIO DE LA DEFENSA Y FUERZAS ARMADAS
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS



MERCADOS DE PRODUCTOS PESQUEROS

Nicaragua

Noviembre 2007

LOS PRODUCTOS PESQUEROS SE COMERCIALIZAN DE DIFERENTES FORMAS EN LOS MERCADOS NACIONALES



ENTERO



TORTAS



SECO SALADO

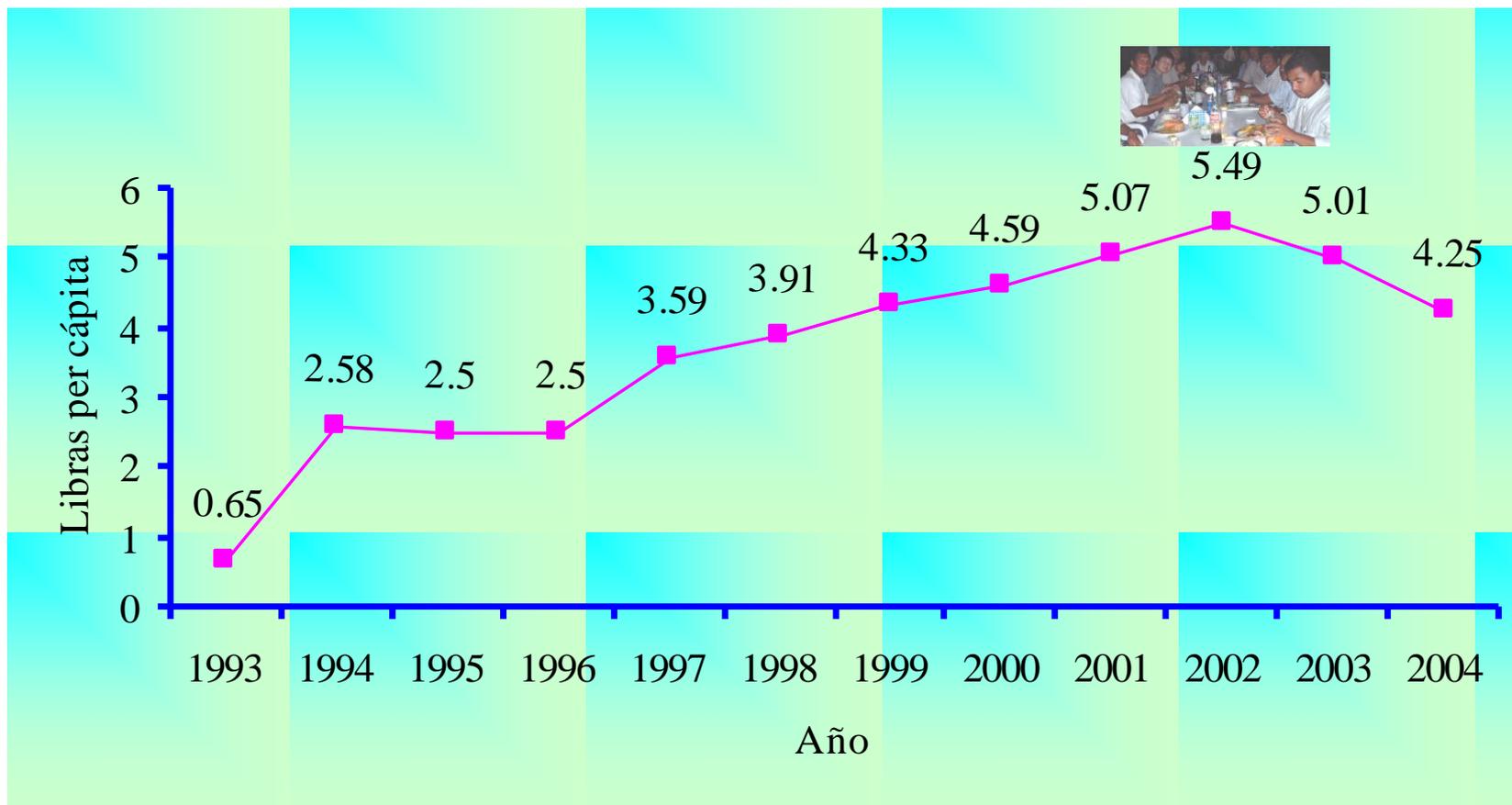


SECO



FILETE

CONSUMO PERCAPITA



- Consumo de productos pesqueros es el más bajo a nivel C.A.
- Bajo aprovechamiento de especies para el consumo
- Los programas de promoción al consumo no han sido fuertes

Encuestas sobre la comercialización y distribución de productos pesqueros (1997)

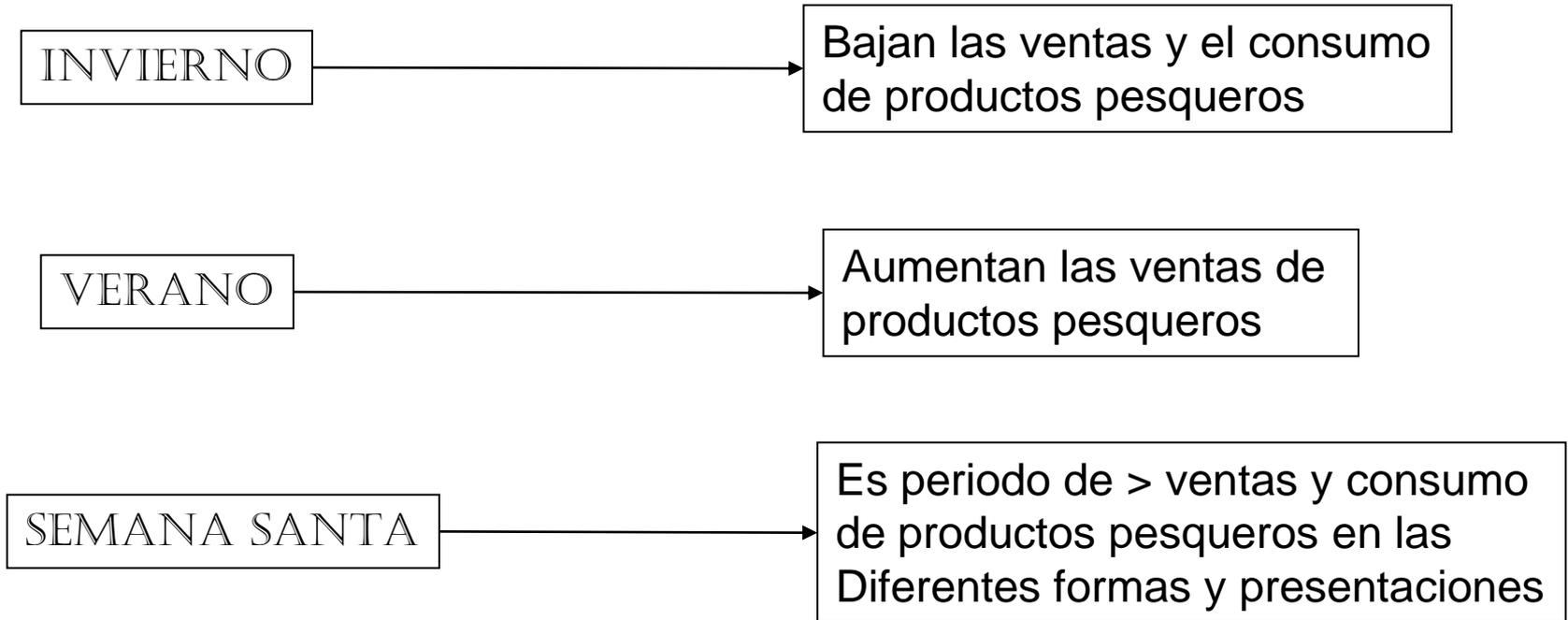


ZONA CENTRAL

ZONA DEL PACIFICO

- Especies y cantidad de especies que se comercializan
- Frecuencia de abastecimiento del pescado
- Precios promedio de compra y venta
- Pescado de preferencia (especies de > demanda)
- Problemas para la adquisición del pescado
- Cantidad de pescado que no logran vender a diario
- Comportamiento observado sobre el consumo de pescado en los últimos 3 años
- Sugerencias para aumentar la venta del pescado

INFLUENCIA DE LAS ESTACIONES EN LA COMERCIALIZACION





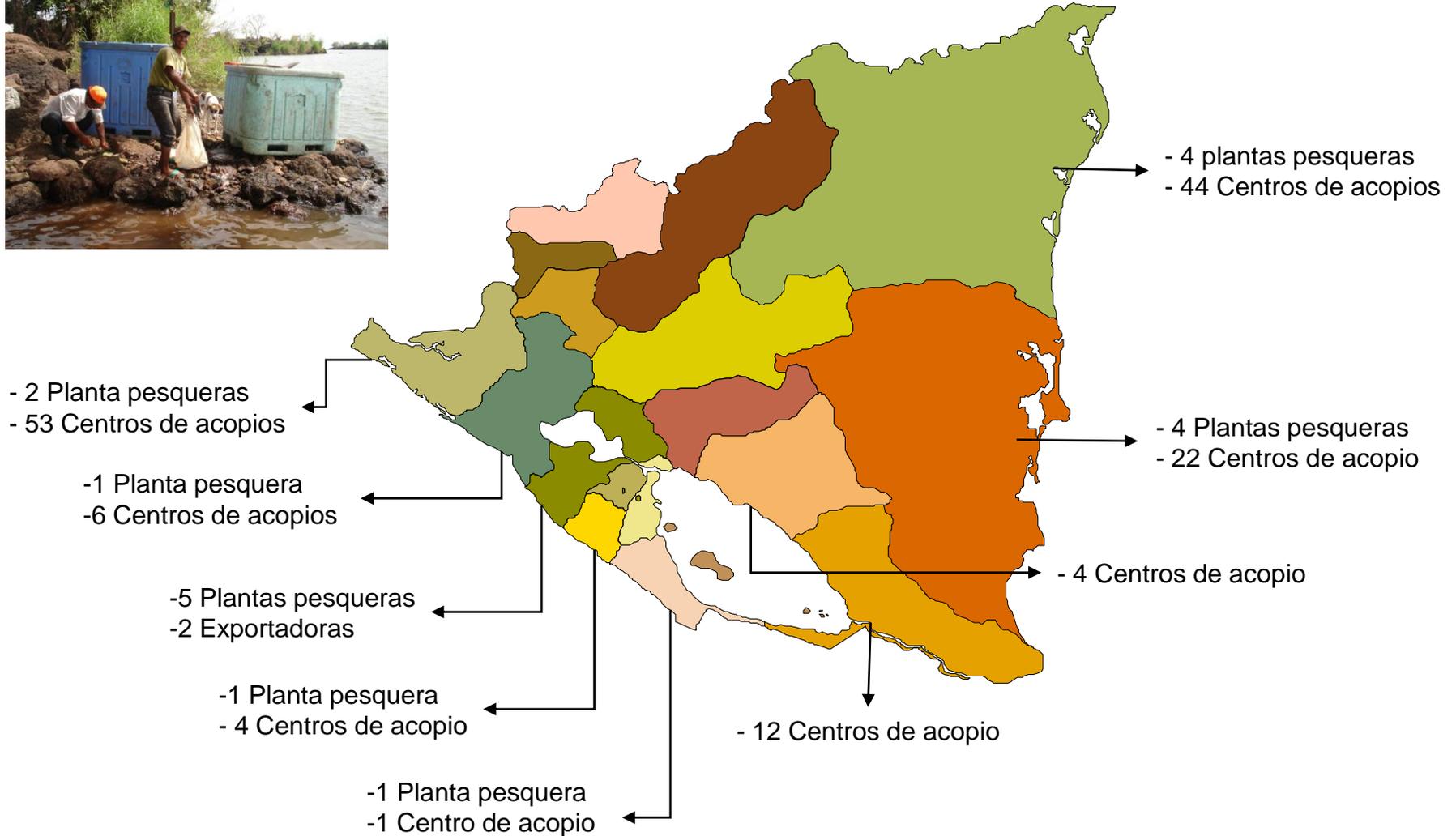
**CALIDAD DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS
QUE SE COMERCIALIZAN EN LOS MERCADOS INTERNOS**

➤ NORMA TECNICA OBLIGATORIA NACIONAL



➤ HACCP = PLANTAS PESQUERAS ACOPIADORAS Y EXPORTAN

PLANTAS PESQUERAS Y CENTROS DE ACOPIO



EXPENDIOS DE PRODUCTOS PESQUEROS

Expendios de productos pesqueros	Forma o presentación
Mercados	Entero fresco y fileteado
Supermercados	Entero congelado y filete congelado; procesado (tortas de pescado); empacado para sopas; empacado al vacío; enlatados importados
Marisquerías	Enteros frescos y fileteados; semi- preparados (cebiches, cócteles)
Expendios en casas particulares	Enteros frescos
Plantas pesqueras	Enteros congelados
Restaurantes	Cocinados enteros, filetes, cebiches, cockteles
Bares	Cebiches, cockteles



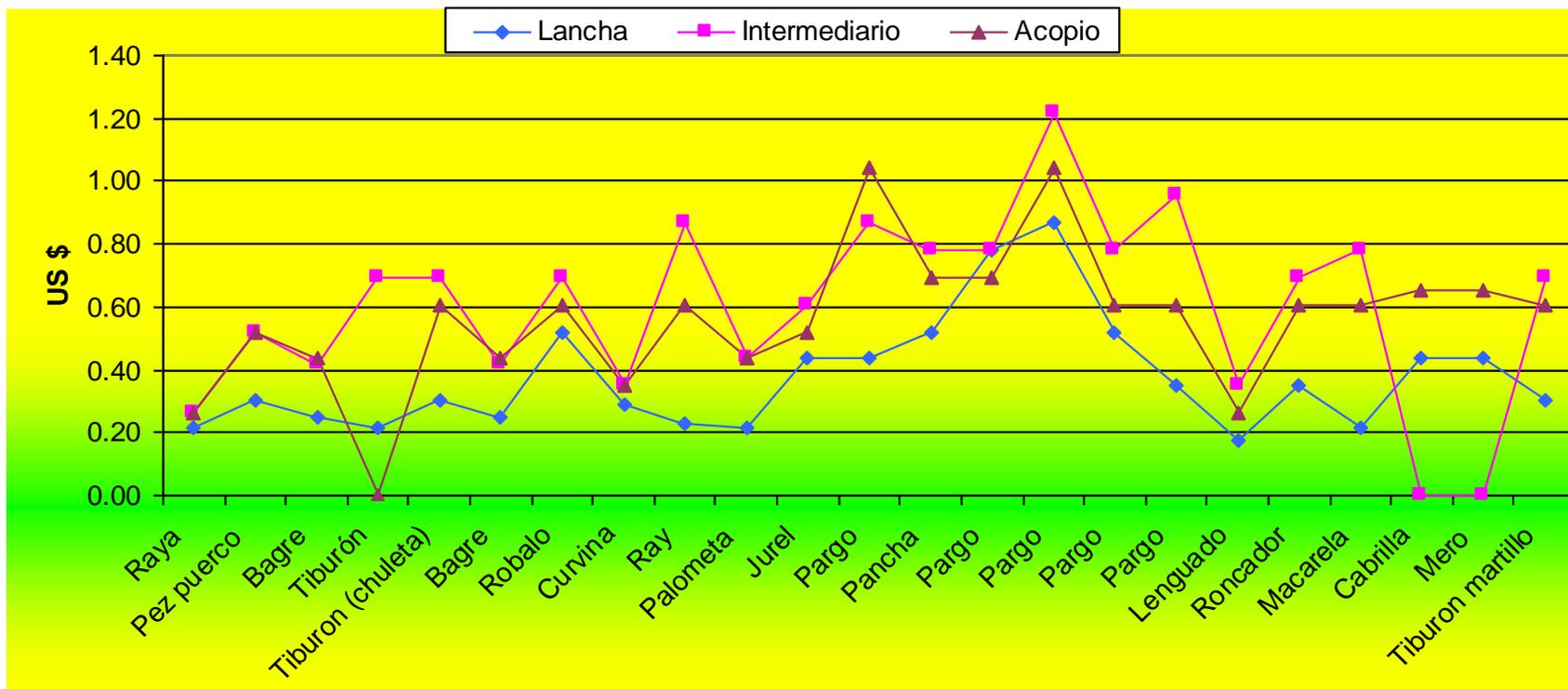
INFORMACION DISPONIBLE

En el taller regional FAO/OSPESCA sobre mejoramiento de los sistemas de información y recolección de datos pesqueros para América Central y el Caribe, El Salvador en el 2006, se analizó la información disponible en los países sobre tres indicadores económicos

Indicador	Existe	Cobertura total	Confiabilidad			Cuáles son los problemas	Cómo mejorar la situación
	si/no	si/no	p	m	a		
Ingresos al pescador	si	no		x		Fuente directa por otra organización	Realizar programas de verificación y muestreos periodicos
Costo por viaje de pesca	si	no		x		Fuentes directas	Hacer programas periodicos
Precio de primera venta por especie	si	no		x		* Información no solicitada * La actual fuente de Información no remite este dato	* Reforzamiento con las autoridades locales * Establecimiento de formatos estándar

p: poca, m: media, a: alta

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS



PROMOCION AL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS



ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES



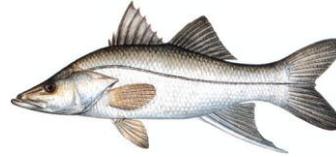
EXISTEN TRES INSTITUCIONES QUE PROTEGEN AL CONSUMIDOR:

- ❑ DIRECCIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (ESTATAL/MIFIC)
- ❑ LIGA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR (SOCIEDAD CIVIL)
- ❑ RED DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR (SOCIEDAD CIVIL)

CAPACITACIONES



PROBLEMAS EN LA COMERCIALIZACIÓN



- Condiciones de los acopios inadecuadas para mantener la calidad, higiene e inocuidad de los productos
- El traslado de los productos a los mercados internos se realiza en malas condiciones que no permite mantener la calidad del producto (canastos, camiones, buses de pasajeros, sin suficiente hielo)
- La comercialización se realiza al aire libre
- Baja cultura en la utilización del hielo para la preservación y conservación de los productos pesqueros
- Deficiencia en la infraestructura para la comercialización de productos pesqueros en los mercados
- Producto poco atractivo para el consumidor por mala presentación (bajas ventas)
- Comerciantes pierden mucho producto por mala conservación (hielo) y no lo venden el mismo día que lo reciben
- Márgenes de ganancia demasiado altos en la cadena de comercialización
- Pérdidas de productos pesqueros por mal manejo

Especies	Lancha	Intermediario	Acopio
Raya	0.22	0.26	0.26
Pez puerco	0.30	0.52	0.52
Bagre	0.25	0.42	0.43
Tiburón	0.22	0.70	0.00
Tiburon (chuleta)	0.30	0.70	0.61
Bagre	0.25	0.42	0.43
Robalo	0.52	0.70	0.61
Curvina	0.29	0.35	0.35
Ray	0.23	0.87	0.61
Palometa	0.22	0.43	0.43
Jurel	0.43	0.61	0.52
Pargo	0.43	0.87	1.04
Pancha	0.52	0.78	0.70
Pargo	0.78	0.78	0.70
Pargo	0.87	1.22	1.04
Pargo	0.52	0.78	0.61
Pargo	0.35	0.96	0.61
Lenguado	0.17	0.35	0.26
Roncador	0.35	0.70	0.61
Macarela	0.22	0.78	0.61
Cabrilla	0.43	0.00	0.65
Mero	0.43	0.00	0.65
Tiburon martillo	0.30	0.70	0.61