



TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA CONTRATACIÓN  
DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA PARA  
CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO COSTARRICENSE,  
LAS CADENAS DE VALOR Y PREPARACIÓN DE UN  
PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICO PARA EL  
DESARROLLO DEL MERCADO INTERNO PARA LOS  
PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS Y  
ACOMPAÑAMIENTO EN SU IMPLEMENTACIÓN.

April, 2023

1. Antecedentes .....	4
1.1. Programa Desarrollo Sostenible de la Pesca y Acuicultura en Costa Rica (PDSPA-CR) .....	4
1.2. Mercado interno .....	6
2. Objetivos de los trabajos a realizar .....	7
2.1 Objetivo general .....	7
2.2 Objetivos específicos.....	7
3. Alcance de los Servicios, tareas y productos previstos.....	8
3.1 Caracterización del mercado y las cadenas de valor .....	8
3.1.1. Análisis del Mercado Interno y las cadenas de valor de la pesca y la acuicultura .....	8
3.1.1.1. Análisis del Mercado Interno y las cadenas de valor de la pesca y la acuicultura .....	8
3.1.1.2. Revisión bibliográfica .....	10
3.1.1.3. Analizar la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH) del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) .....	11
3.1.1.4. Análisis de importaciones y exportaciones.....	12
3.1.1.5. Resultado del análisis .....	13
3.1.2. Talleres y consultas .....	14
3.1.2.1. Encuestas y entrevistas.....	14
3.1.2.2. Talleres y mesas de diálogo.....	18
3.1.3. Identificación de necesidades de capacitación y transferencia de conocimiento .....	19
3.1.4. Identificación de sistemas de información existentes .....	19
3.1.5. Aprobación de la etapa de caracterización.....	19

3.2	Plan de Acción Estratégico.....	20
3.2.1	Formulación del Plan de Acción Estratégico .....	20
3.2.2	Validación y aprobación del plan de acción estratégico. ....	22
3.2.3	Propuesta de paquetes de adquisición.....	23
3.2.4	Validación y ajustes de la propuesta paquete de adquisiciones.....	24
3.2.5	Preparación del Borrador de Términos de Referencia (TDR) y las especificaciones técnicas .....	24
3.2.6	Validación y Ajustes de los Términos de Referencia (TDRs) elaborados por el consultor.....	26
3.3	Implementación del plan estratégico .....	26
3.3.1	Acompañamiento, monitoreo en la implementación del plan de Estratégico formulado. ....	26
3.3.2	Revisión y actualización de la estrategia.....	26
3.3.3	Presentación de informes.....	27
4.	Productos esperados .....	27
4.1	Productos .....	27
5.	Otras consideraciones .....	28
6.	Duración del servicio:.....	29
6.1	Referencias .....	30
6.2	ANEXOS .....	32
6.2.1	<b>ANEXO 1. LISTA DE ACTORES CADENA DE VALOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA .....</b>	<b>32</b>
6.2.2	<b>EQUIPO DE TRABAJO MÍNIMO .....</b>	<b>33</b>

## 1. Antecedentes

### 1.1. Programa Desarrollo Sostenible de la Pesca y Acuicultura en Costa Rica (PDSPA-CR)

La gestión sostenible de la pesca es un objetivo central del Programa Desarrollo Sostenible de la Pesca y Acuicultura en Costa Rica (PDSPA-CR) respaldado por el Banco Mundial, cuya implementación comenzó en 2022. El proyecto es ejecutado por el Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura (INCOPESCA), con la estrecha cooperación de otras partes interesadas clave, incluidas las asociaciones de pescadores y comités establecidos para administrar las Áreas Marinas de Pesca Responsable (AMPR) designadas por la comunidad según lo establecido en la legislación de Costa Rica, la industria de pescadores y mariscos y las asociaciones de exportadores de mariscos.

El objetivo del Programa (PDSPA-CR) es mejorar la gestión de las pesquerías prioritarias, al igual que las oportunidades económicas de dichas pesquerías en Costa Rica. Las pesquerías prioritarias incluyen el camarón, pargo, langosta, especies pelágicas (como atún, pez espada, dorado) y otras especies de alto valor que comprenden la mayor parte de la producción de captura de Costa Rica. El proyecto también se enfoca en el desarrollo de la acuicultura sostenible (conformada principalmente por tilapia, truchas, pargo, camarones y ostras).

El componente 2 del PDSPA-CR, 'Invertir en cadenas de valor de la pesca sostenible', se centra en crear un entorno propicio para el crecimiento sostenible y una mayor resiliencia climática en el sector de la pesca y la acuicultura mediante el apoyo a (i) (Subcomponente 2.1.) inversiones públicas en infraestructura crítica y servicios relacionados para mejorar el clima de negocios para inversiones viables del sector privado y (ii) (Componente 2.2) cadena de valor y desarrollo del mercado.

El subcomponente 2.2: 'Cadena de valor y desarrollo de mercado', complementa las inversiones en infraestructura clave financiando una variedad de apoyos de mercado. Estos incluyen estudios iniciales sobre la estructura del mercado y las cadenas de valor, sobre

los cuales basar una gama de intervenciones adicionales, que incluyen el desarrollo de capacidades, los servicios de información de mercado, la trazabilidad del producto, el cumplimiento de las normas internacionales, la calidad del producto, las campañas para los consumidores, el desarrollo comercial de productos pesqueros y acuícolas y la mejora del acceso a los mercados de exportación.

Las actividades de desarrollo de mercado se vincularán estrechamente con otros componentes del programa, incluidos los centrados en la sostenibilidad de los recursos; mayor captación de beneficios por parte de los productores primarios; desarrollo de marketing colectivo y gestión de recursos; una huella de carbono reducida para las cadenas de valor; y aumento de la conciencia del mercado sobre el valor nutricional y la sostenibilidad de los productos pesqueros y acuícolas costarricenses.

Se espera que las actividades de desarrollo del mercado ayuden a alinear estos productos con las normas internacionales, incluso a través de Proyectos de Mejoramiento Pesquero, a través de la marca emergente Pura Vida Costa Rican Seafood & Aquaculture PV, esquemas de certificación de sostenibilidad, cumplimiento de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) y aplicación de estándares internacionales de la Normativa Sanitaria y Fitosanitaria SPS y otras mejores prácticas.

Para preparar una estrategia integral de desarrollo del mercado nacional para productos pesqueros y acuícolas y para diseñar, secuenciar e implementar las actividades financiadas bajo el PDSPA-CR de manera específica y efectiva, se requiere una mayor comprensión de la dinámica y las oportunidades en el mercado nacional. El trabajo que se describe a continuación tiene como objetivo establecer rápidamente una base empírica sólida para las inversiones clave en el desarrollo del mercado realizadas por el programa y los actores públicos y privados cooperantes para mejorar la eficiencia y el desempeño del mercado interno, en particular para las especies, los productos y las cadenas de valor prioritarios. Los términos 'pescado' y 'mariscos' se usan indistintamente a continuación y, a los efectos de los términos de referencia, incluyen además los productos pesqueros no alimentarios.



## 1.2. Mercado interno

Se reporta que Costa Rica tiene un consumo de mariscos relativamente bajo (aproximadamente 10.5 kg per cápita por año), pero en crecimiento, ya que hace 10 años aproximadamente el consumo era de 2 kg por persona, la mayor parte del pescado consumido es importado (incluido el atún capturado dentro de la ZEE de Costa Rica por cerqueros con licencia extranjera).

El consumo de pescado importado es 7 veces superior al consumo del producto nacional (en donde se consumen 70 mil toneladas métricas en comparación con la producción nacional de aproximadamente 11 mil toneladas). Hecho que se ve reforzado por la tasa de crecimiento de las exportaciones en comparación con las importaciones (42% y 338%, respectivamente).

En general, Costa Rica produce productos marinos de alto valor, como lo es el pargo, camarones y el pez espada. La tilapia y el camarón de cultivo, el pargo capturado por las pesquerías costeras y las especies pelágicas (principalmente capturadas por la flota palangrera de mediana y avanzada escala) son importantes productos de exportación.

Si bien, se conoce la estructura general del mercado interno, se carece de detalles sobre los patrones de consumo, las cantidades y el valor de los productos pesqueros y acuícolas que se mueven en el mercado, la información sobre los costos y los márgenes de comercialización y procesamiento a lo largo de las cadenas de distribución.

La población objetivo del trabajo incluye a:

- a) Propietarios y operadores de embarcaciones pesqueras, plantas de procesamiento de pescado, asociaciones de pescadores y compradores de pescado, transportistas y distribuidores de pescado, los sectores mayorista y minorista de pesca y alimentos, incluidos los gerentes de supermercados, asociaciones de pescadores e industriales, los canales HoReCa (Hoteles, Restaurantes y Cafés); Cámara Nacional de Empresas de Productos Pesqueros y Acuícolas (CANNEP);

- b) Formuladores de políticas de alto nivel, administradores pesqueros y partes interesadas institucionales en la cadena de valor de la pesca (p. ej., Servicio Nacional de Salud Animal SENASA, Programa de Abastecimiento Institucional PAI, Centro Nacional de Abastecimiento y distribución de Alimentos CENADA, Junta Nacional de Ferias del Agricultor y ministerios clave: Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG, Ministerio de Comercio Exterior COMEX, Ministerio de Economía y Comercio MEIC y Ministerio de Ambiente y Energía MINAE);
- c) INCOPESCA: La Junta Directiva del INCOPESCA, directores, coordinadores de proyectos e inspectores pesqueros, desarrolladores de INCOPESCA Digital y sistemas de información pesquera asociados (por ejemplo, sistemas de información de producción y mercado basados en la web);
- d) Cámaras de comercio, administradores de mercados públicos, bancos comerciales y de desarrollo que financian los negocios de pesca y mariscos.
- e) Desarrolladores de productos alimenticios y agencias nacionales de marketing y publicidad, medios;
- f) Instituciones de formación técnica y empresarial e instituciones que financian inversiones en la cadena de valor de los productos del mar.

## **2. Objetivos de los trabajos a realizar**

### **2.1 Objetivo general**

Mejorar la comercialización de los productos pesqueros y acuícolas producidos en Costa Rica en el mercado interno, mediante la caracterización del mercado interno, las cadenas de valor, la formulación del plan de acción estratégico para mejorar la comercialización y su implementación

### **2.2 Objetivos específicos**

Los objetivos específicos del estudio son:

- a) Caracterizar el mercado interno de productos pesqueros y acuícolas y las cadenas de valor utilizando, sin limitarse, la información y datos estadísticos disponibles en INCOPEPESCA y cualquier otro disponible, que se ubique producto del estudio, la aplicación de encuestas y desarrollo de entrevistas, la realización de talleres, entre otros modelos a implementar.
- b) Formular un plan de acción estratégico para el desarrollo del mercado nacional para productos pesqueros y acuícolas, mediante acciones que respondan a las necesidades del sector pesquero y acuícola nacional y la dinamización de las cadenas de valor.
- c) Seguimiento a la implementación del plan de acción estratégico propuesto.

### **3. Alcance de los Servicios, tareas y productos previstos**

La presente contratación abarca tres temas específicos: La Caracterización del mercado interno de productos pesqueros y acuícolas y las cadenas de valor, la formulación de un plan de acción estratégico para el desarrollo del mercado nacional para productos pesqueros y acuícolas, que conlleva la elaboración de Términos de Referencia para las contrataciones respectivas a la implementación de las actividades y acciones propuestas, así como el acompañamiento técnico al INCOPEPESCA para el seguimiento a la implementación del plan de acción estratégico propuesto.

#### **3.1 Caracterización del mercado y las cadenas de valor**

##### **3.1.1. Análisis del Mercado Interno y las cadenas de valor de la pesca y la acuicultura**

Como parte del análisis de mercado se prevé como mínimo que la contratación:

- a) Generará el análisis de mercado confiables y verificados para facilitar las decisiones comerciales.
- b) Permitirá el seguimiento y la previsión de las tendencias del mercado.

- c) Identificará los impulsores clave del mercado, la escasez de suministro y las oportunidades de mercado.
- d) Identificará la fragmentación y la competencia.
- e) Establecerá una base para campañas de promoción y para crear conciencia sobre los beneficios nutricionales de los productos pesqueros y acuícolas.
- f) Ayudará a establecer estándares de productos, reducir la venta de pescado capturado ilegalmente.
- g) Proporcionará un entendimiento común de las cadenas de suministro para los productos pesqueros prioritarios, incluidos los precios, los costos, las ganancias y los riesgos y pérdidas a lo largo de las principales cadenas de producción, distribución y comercialización.
- h) Establecerá líneas de acción en torno a la estabilidad de los precios.

Para el análisis del mercado interno se espera que el consultor se base, sin limitarse a, (i) la información estadística disponible (como la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares-ENIGH) y en (ii) las encuestas y entrevistas específicas realizadas por el consultor. Los análisis proporcionarán una comprensión de la dinámica del mercado nacional, la estructura de precios, las preferencias de los consumidores y la eficiencia de la red de distribución y otra información esencial para priorizar, diseñar, secuenciar e implementar las actividades financiadas bajo ese programa para mejorar el mercado interno de pescado y mariscos de producción nacional.

Se espera que los análisis y propuestas generados por el trabajo informen y respalden una amplia gama de acciones de los sectores público y privado, incluidas:

- a) Una planificación estratégica empresarial; evaluación de oportunidades, riesgos y desafíos del mercado.
- b) Segmentación del mercado, desarrollo de nuevos productos, fijación de precios y promoción de productos, entrada y crecimiento del mercado
- c) Economías de escala en el suministro y la distribución
- d) Eficiencia en la gestión de la cadena de suministro.



Para el análisis de las cadenas de valor se espera como mínimo:

- a) Caracterizar la cadena de valor para la comercialización de productos pesqueros y acuícolas desde la producción hasta el consumidor final, considerando aspectos como provisión de insumos y equipos, infraestructura, valor agregado al producto, tecnología, asociatividad, desarrollo empresarial, gobernanza, intermediación, entre otros.
- b) Determinar las especies comercializadas en puestos de recibo, pescaderías, plantas de proceso y transporte según la región a la que pertenece (Región Central, Región Huetar Atlántica, Región Chorotega, Región Huetar Norte, Región Pacífico Central, Región Brunca).
- c) Definir y analizar los márgenes de precios en cada uno de los eslabones de la cadena de comercialización, desde el desembarque hasta consumidor final.
- d) Determinar y analizar las brechas competitivas para las diferentes cadenas de valor de la pesca y la acuicultura para especies prioritarias.
- e) Determinar las especies capturadas en la pesca deportiva y consumo doméstico y el impacto en la cadena de valor de la pesca y la acuicultura.
- f) Determinar y analizar los encadenamientos productivos existentes e identificar oportunidades para la vinculación con los circuitos cortos de comercialización.
- g) Identificar los procesos en los cuales se puede mejorar la rentabilidad de la actividad pesquera y acuícola a lo largo de cadena de valor.

Para la caracterización del mercado y las cadenas de valor se debe considerar una muestra representativa a nivel nacional.

### 3.1.1.2. *Revisión bibliográfica*

Revisión de información disponible en INCO PESCA (Departamento de Información Pesquera y Acuícola), producto de estudios realizados por otros entes externos, Centro Regional de Promoción de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CENPROMYPE), datos estadísticos de exportación generados por el Banco Central de Costa Rica (BCCR),

Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), la normativa vigente y cualquier otra información que sea relevante para fortalecer el estudio. Ver referencias.

### *3.1.1.3. Analizar la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH) del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)*

El consultor analizará los datos de la ENIGH (2018) (1.5 millones de Hogares) para estimar:

- a) El peso de la proteína animal en el consumo en los hogares por decil, características de la localidad (urbana/rural) y zona geográfica (costera/interior).
- b) El peso del pescado en el consumo del total de los alimentos y de la proteína animal de los hogares por decil, características de la localidad (urbana/rural) y zona geográfica (costera/interior).
- c) La elasticidad ingreso de la demanda de pescado y de productos representativos seleccionados, o grupos de productos, incluidos el atún enlatado, los filetes de tilapia y pangasius importados, el pargo y la chatarra.
- d) Determinar, la elasticidad cruzada de la demanda de productos representativos seleccionados con especial énfasis en productos importados y de producción nacional con miras a determinar la capacidad de sustitución y remplazo de importaciones.
- e) Determinar, si es posible, el impacto de las importaciones en el precio de los productos nacionales.
- f) Estimar la propensión a comprar del consumidor con base en el análisis de la ENIGH (2018) y otra información obtenida de encuestas, entrevistas y cualquier otro análisis disponible con miras a estimar la escala de oportunidades de mercado para incrementar la venta de pescado producido localmente, la sensibilidad al precio y cualquier diferencia regional importante (urbana/rural, costera/interior).
- g) Explicar las anomalías estadísticas por producto, especie o grupo comercial mediante la verificación cruzada y el seguimiento de las cantidades de producción registradas, la producción total estimada, las exportaciones y reexportaciones y las importaciones registradas. Este ejercicio prestará especial atención al atún, los filetes de tilapia y pangasius, la exportación de filetes y lomos frescos y la

exportación de camarones, ya que existen aparentes inconsistencias en la información estadística disponible.

- h) Calcular (recalcular) el consumo per cápita de pescado (equivalente de pescado entero) utilizando la metodología de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y corrigiendo cuando sea posible las anomalías aparentes en los datos de entrada. Los supuestos y ajustes serán claramente especificados y fundamentados.

Como parte del análisis es necesario que el consultor determine las diferencias respecto al consumo per cápita de productos pesqueros y acuícolas en Costa Rica con respecto a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) así como de la FAO. Elaborar una estrategia para cumplir con los requerimientos de consumo de este tipo de proteína en el segmento de población que así lo requiera con el fin de garantizar la seguridad alimentaria de la población costarricense.

#### *3.1.1.4. Análisis de importaciones y exportaciones*

El análisis de la importación y exportación de productos pesqueros y acuícolas incluirá, pero no se limitará a:

- a) Una síntesis de la información disponible sobre las importaciones y exportaciones de productos y subproductos de la pesca y acuicultura y sus diferentes presentaciones, incluida la identificación de las tendencias, temporalidades y cualquier cambio en los patrones de las importaciones o la combinación de productos y las posibles razones de los cambios (p. ej., precios, tipos de cambio, "dumping").
- b) Las descripciones de los productos, país de origen, país destino, reexportación, tránsito, presentación y volúmenes en toneladas métricas (Tn), los valores en dólar americano durante los últimos cinco años u otro periodo representativo, y el ajuste por posibles anomalías causadas por la pandemia de COVID 19 o cualquier otra eventualidad.

- c) Evaluación de la demanda de productos pesqueros y acuícolas importados por segmento principal, por ejemplo,
  - productos congelados que compiten directamente con los productos pesqueros y acuícolas nacionales (p. ej., pargo, dorado, corvina, tilapias, pangasius, bagres, atún, mariscadas, filetes de marlín, entre otros)
  - conservas de atún, sardinas y caballa.
- d) Informe sobre cualquier estacionalidad en las importaciones y exportaciones (por ejemplo, aumentos durante las temporadas de veda, Semana Santa)
- e) Identificar los principales importadores y exportadores de productos pesqueros y acuícolas, en particular los de gran volumen.
- f) Dinámica y análisis de las importaciones y exportaciones de los últimos cinco años u otro período representativo.
- g) Determinar, el impacto de las importaciones en el precio de los productos nacionales.

### 3.1.1.5. *Resultado del análisis*

Los diversos análisis establecerán los factores que influyen en el desarrollo del mercado (tendencias, impulsores y desafíos del mercado) con miras a determinar el espacio del mercado o las oportunidades para aumentar las ventas sostenibles de productos pesqueros y acuícolas nacionales e incluir:

- a) Identificación del “espacio de mercado” para productos frescos y congelados de productos pesqueros y acuícolas nacionales.
- b) Análisis de la cadena de valor y estructura de formación de precios.
- c) Niveles de precios minoristas y su dinámica durante un período representativo de cinco años.

- d) Estructura, cantidad, valor y dinámica de las importaciones y exportaciones para un período representativo de cinco años.
- e) Análisis de consumo per cápita para grupos de productos clave (enlatados, congelados importados, productos costarricenses frescos, etc.).
- f) Elasticidad ingreso de los productos y elasticidades cruzadas, incluso con otras proteínas.
- g) Una base para las previsiones de desarrollo del mercado a medio plazo.
- h) Características y patrones de compra de los principales negocios de pescados y mariscos en el mercado interno.
- i) Cuotas de mercado de los principales actores por tipo de producto.
- j) Canales de distribución para ventas al menudeo.
- k) Habilitar el análisis de las Cinco Fuerzas definidas por Michael Porter de mercado según sea relevante.
- l) Determinar la percepción de los consumidores respecto a la calidad de productos pesqueros de la pesca artesanal, palangre y la acuicultura.
- m) Identificar el origen de los productos pesqueros y acuícolas nacionales comercializados en los diferentes centros de comercialización a lo largo del país.

### 3.1.2. Talleres y consultas

Para fortalecer el estudio, el consultor, en estrecha coordinación con INCOPECA, con el avance financiero operacional realizará diferentes actividades como talleres, encuestas y entrevistas con los diversos actores de la cadena de valor de la pesca y la acuicultura.

#### 3.1.2.1. *Encuestas y entrevistas*

Se realizarán encuestas para complementar e interpretar la información estadística disponible a través de la ENIGH, comprobantes de venta, registros del mercado mayorista

y otras fuentes de acuerdo a una muestra representativa, que considere los diferentes eslabones de la cadena de valor, tales como:

<b>Encuestas</b>
Pescadores y acuicultores
Puestos de Recibo
Transportistas
Plantas de proceso
Exportadores e importadores
Clientes
Pescaderías
Mercados
Supermercados
Mercados mayoristas
Hoteles y restaurantes

El consultor preparará el diseño de la encuesta que será revisado por INCOPECA y, cuando sea necesario, el diseño se probará con una muestra del grupo objetivo y se ajustará según sea necesario. Las encuestas pueden utilizar cuestionarios estandarizados o semiestructurados dependiendo del grupo objetivo. Por ejemplo, cuando el grupo objetivo son pescadores y acuicultores, transportistas, clientes finales, se permite que se utilicen cuestionarios estándar. Cuando el grupo objetivo corresponda a gerentes de supermercados, importadores o exportadores, operadores de pescaderías, el consultor determinará el tipo de entrevistas semiestructuradas o bien el trabajo con grupos focales previa aval del contratante.

El consultor determinará (a través de entrevistas y otros medios) los principales canales de distribución y puntos de venta al por menor, incluidas las cantidades de los principales productos manipulados, las fuentes y los destinos finales (al por menor).

Con la asistencia técnica del INCOPECA y otras instituciones relacionadas, realizará un número de estudios significativos de casos para estimar los costos más significativos asociados con la distribución y las ventas, incluidos los costos de procesamiento y transporte, costos de almacenamiento y empaque, pérdidas y desperdicios, riesgos y otros

factores que contribuyen principalmente a los márgenes entre los precios desembarcados y el precio al consumidor final.

Los objetivos de las encuestas variarán según el grupo de interés, pero compartirán un objetivo común: el desarrollo de una comprensión cuantitativa y cualitativa clara de la oferta, la demanda y la dinámica del mercado interno, incluidos los flujos de productos, los factores que influyen en la demanda y el consumo, y la eficiencia del sistema de distribución y su capacidad para responder a cambios en la oferta y la demanda.

Las encuestas cubrirán los siguientes grupos y el consultor formulará los objetivos, el alcance, el formato y las modalidades de implementación de la encuesta en estrecha consulta con INCOPECA y, si es necesario, con representantes del grupo objetivo:

- a) Consumidores, con el fin de verificar o refinar las conclusiones de la ENIGH y los resultados de los análisis relacionados (por ejemplo, información de índice de Precios al Consumidor IPC, encuestas de nutrición)
- b) Minoristas, incluidos supermercados, pescaderías, restaurantes, puntos de venta de comida rápida y mercados públicos para determinar los costos, el desperdicio (subproducto) proveniente del procesamiento y aprovechamiento, los márgenes, la demanda y las percepciones de los productos.
- c) Hoteles, restaurantes y empresas de catering para evaluar los requisitos específicos, incluida la regularidad del suministro, el tamaño de las porciones, la forma preferida (fresco/congelado) y la demanda (p. ej., pescado servido dos veces por semana en un comedor escolar)
- d) Transportistas e 'intermediarios'; para evaluar costos, márgenes y eficiencia de distribución.
- e) Procesadores, incluidos los procesadores de atún para refinar los patrones de consumo, las elasticidades del producto y las proyecciones del mercado.
- f) Importadores y exportadores para comprender claramente la dinámica y las proyecciones del mercado.
- g) Programa de Abastecimiento Institucional (PAI), proyectar la demanda futura de suministro de filetes u otra presentación de productos pesqueros y acuícolas

nacionales por especie comercial. Identificar oportunidades de especies pesqueras o acuícolas comerciales que puedan entrar al programa.

- h) Pescadores y asociaciones de pescadores y otros grupos (por ejemplo, grupos de nutrición de mujeres o niños, grupos que promueven productos alimenticios nacionales, etc.).

Las encuestas dirigidas a los consumidores buscarán determinar los factores distintos al precio que influyen en las decisiones de compra, las percepciones del pescado/marisco y el comportamiento de compra. Por ejemplo, estos factores pueden incluir el origen del hogar (costa/zonas rurales y urbanas), conveniencia/falta de, distancia a la pescadería, calidad u origen del producto, conocimientos de cocina, frecuencia de consumo, estilos de vida saludable, tendencia de consumo de proteína (dietas keto), entre otros factores.

Las preguntas pueden incluir: criterios de compra del consumidor, preferencias, rango/variedad de productos comprados, patrones de sustitución y estacionales, sus percepciones sobre el origen de los productos del mar (es decir, pescado importado frente a nacional, y pescado de acuicultura frente al capturado) y qué podría persuadirlos a aumentar el consumo de mariscos. El diseño de la encuesta tendrá en cuenta las diferencias entre los mercados, por ejemplo, destinos rurales, urbanos, costeros y turísticos. Las encuestas de pescadores y asociaciones de pescadores y acuicultores se coordinarán estrechamente con las encuestas planificadas bajo otros componentes del programa (por ejemplo, el Componente 3.2). Los estudios se desglosarán por género y tipo de actividad (artesanal, mariscos, demersal, pelágico, acuícola o categoría de producto) y cuantificarán las respuestas sobre las restricciones prioritarias y las necesidades o soluciones propuestas, que incluyen (pero no se limitan a):

- a) Restricciones (ejemplos): falta de información de mercado sobre precios actuales o proyectados, oferta y demanda; inestabilidad de precios; dependencia de intermediarios para el apoyo financiero; retraso en el pago de las ventas; infraestructura deficiente, como instalaciones de almacenamiento y para procesamiento, disponibilidad de hielo, agua limpia para lavar pescado, instalaciones; costos de hielo o almacenamiento; ausencia de marketing cooperativo.

- b) Soluciones propuestas clasificadas por acciones, por ejemplo: por INCOPESCA; por asociaciones de pescadores; por los administradores del mercado; por compradores de pescado; por otros (autoridades locales, esquemas de compras del gobierno).

Para la aplicación de las entrevistas y las encuestas, como mínimo se deberá considerar los actores detallados en el ANEXO 1, Lista de actores Cadena de valor de la pesca y la acuicultura, para lo cual el consultor deberá establecer la metodología, previa autorización por parte del INCOPESCA y las preguntas específicas a responder de acuerdo con lo sugerido por los resultados del análisis de la ENIGH y otra información. El consultor garantizará la formación eficaz de los empadronadores, probará y refinará los cuestionarios. Al encuestador se le proporcionará una guía escrita y una "línea directa" para resolver los problemas que puedan surgir.

Con respecto a las entrevistas semiestructuradas con compradores, transportistas, intermediarios, puestos de recibo y procesadores, las encuestas tratarán de establecer los pagos a los productores; ingresos de corredores/intermediarios; costos de mercadeo y distribución; los costos de los minoristas y los ingresos de los minoristas de modo que estos valores puedan presentarse como un porcentaje del valor de venta final del pescado y de modo que pueda estimarse la eficiencia de las diferentes cadenas de valor.

### *3.1.2.2. Talleres y mesas de diálogo*

En estrecha colaboración con INCOPESCA, el consultor realizará con su presupuesto talleres y mesas de diálogo con las partes interesadas, con el objetivo de alcanzar un entendimiento compartido o colectivo del mercado interno y un amplio consenso sobre las acciones a tomar para mejorar su desempeño.

El consultor realizará como mínimo 15 talleres en diferentes regiones con los diferentes sectores, considerando al menos un taller en Cuajiniquil, Playas del Coco, Colorado de Abangares, tres talleres en Puntarenas Centro, uno en Golfito, Quepos, tres en San José, uno en San Gerardo de Dota, Guápiles, Limón, Puerto Viejo.

Los informes, encuestas de propuestas y otros materiales pueden ponerse a disposición del público para comentarios de INCOPESCA a través de su sitio web. El consultor,



además, apoyará las actividades de un grupo de trabajo de INCOPESCA/interesados para apoyar los análisis y desarrollo participativo de las propuestas.

### 3.1.3. Identificación de necesidades de capacitación y transferencia de conocimiento

El consultor identificará las necesidades de capacitación enfocadas en mejorar temas de comercialización de los productos pesqueros y acuícolas, identificadas durante el proceso del diagnóstico desarrollado y realizará un plan de capacitaciones, programado y priorizando los temas.

### 3.1.4. Identificación de sistemas de información existentes

El consultor deberá identificar diferentes sistemas de información que se utilicen actualmente para la comercialización de productos pesqueros y acuícolas, su aplicación, aportes a la mejora de la comercialización, así como identificar oportunidades de mejora o propuestas de nuevas iniciativas.

### 3.1.5. Aprobación de la etapa de caracterización.

Al finalizar la etapa de caracterización, la firma contratada debe proceder con:

1. Preparar un borrador de informe final para la realización de comentarios por parte del INCOPESCA y de las partes interesadas.
2. La presentación al INCOPESCA y partes interesadas del informe para su validación, aprobación, antes de avanzar a la etapa de formulación del plan estratégico.
3. Responder a los comentarios realizados por parte del INCOPESCA y de las partes interesadas.
4. Presentar el informe final

## 3.2 Plan de Acción Estratégico

### 3.2.1 Formulación del Plan de Acción Estratégico

El consultor preparará un plan de acción estratégico para el desarrollo de un mercado nacional de productos pesqueros y acuícolas más eficientes.

1. La estrategia responderá tanto a la demanda de los consumidores como a las necesidades de los productores para responder y fomentar una mayor eficiencia del mercado y de las cadenas de valor de la pesca y la acuicultura.
2. Recomendará el diseño e implementación de actividades que se encuentren en estrecha coordinación con el desarrollo del mercado pesquero y acuícola que ya están identificadas o financiadas en las actividades de desarrollo de mercado del programa PDSPA-CR.
3. Incluirá acciones que podrían considerarse para su inclusión dentro del alcance del programa, o en iniciativas de apoyo, ya sea por parte del público o sector privado, o ambos (por ejemplo, las mejoras en las condiciones sanitarias a bordo de los buques pueden ser abordadas por otro programa).
4. La propuesta deberá considerar los indicadores de medición para el cumplimiento de las acciones planteadas.

El Plan de Acción Estratégico se preparará para permitir la implementación oportuna de las actividades estratégicas ya financiadas por el PDSPA-CR, pero dentro de una visión y un marco "estratégicos" más amplios a largo plazo basados en dos objetivos complementarios.

- a) El objetivo a corto/mediano plazo es estructurar la implementación del componente de marketing del PDSPA-CR de manera efectiva y participativa; para responder a los requisitos de las partes interesadas, para hacer un uso eficiente del presupuesto del PDSPA, para secuenciar actividades e inversiones; y vincular las actividades de desarrollo de mercado con la implementación de otros componentes del programa.

- b) Establecer una visión a mediano/largo plazo para un mercado interno sostenible, estable y eficiente para los productos pesqueros y acuícolas producidos en Costa Rica, que proporcione a los productores retornos justos y a los consumidores productos de calidad asequible. Esta visión incluirá una hoja de ruta e indicará los pasos prioritarios. Cuando las actividades prioritarias no estén incluidas en el PDSPA-CR, el consultor propondrá medios para implementar estas actividades, incluso a través de la participación del sector privado, asociaciones, reformas normativas y/o regulatorias y desarrollo de capacidades.

El consultor estructurará, organizará e implementará un proceso participativo con una gama representativa de partes interesadas para desarrollar la estrategia. El proceso (a través de talleres, documentos de discusión, creación de consenso) identificará las acciones prioritarias, las responsabilidades institucionales y de las partes interesadas, los cronogramas, el financiamiento y las asociaciones requeridas y las reformas normativas, regulatorias o estructurales que puedan requerirse. Los resultados (borrador del documento de estrategia) serán revisados por las partes interesadas y los principales responsables de la toma de decisiones como parte de un proceso de validación de la estrategia.

Se espera que el consultor, sin limitarse a, considere lo siguiente como parte del contenido del plan:

- a) Identificación de oportunidades. Estos pueden incluir la identificación de 'espacio de mercado' (productos, precios, grupo de consumidores), objetivos para campañas, etiquetado, empaque y marca mejorados, calidad y trazabilidad mejoradas, exclusión de productos capturados ilegalmente o mal etiquetados (por ejemplo, corvineta), desarrollo de productos, sustitución de importaciones y uso de residuos de procesamiento.
- b) Desarrollo institucional. Esto incluye el desarrollo de capacidades en todos los niveles, la comercialización cooperativa de pescado; seguimiento de precios;

sistemas de información de mercado y enlaces con INCOPECA Digital/FIMS, mejores controles sanitarios e infraestructuras, como suministro de carnada y hielo. Las actividades pueden incluir el respaldo de la marca Pura Vida con garantías de trazabilidad y calidad del producto para fines de ventas nacionales. Se considerará el rol actual y futuro de INCOPECA dentro del 'espacio de mercadeo'.

- c) Mejora de la eficiencia a través de la alineación de la oferta con la demanda por parte de productores y distribuidores; a través de información avanzada a los minoristas sobre suministros proyectados de productos y sustitutos, estabilidad de precios, mejor segmentación del mercado a través del tamaño del producto y clasificación de calidad; mejora de la logística a través de acuerdos cooperativos sobre el transporte de pescado desde las zonas costeras hasta los principales centros urbanos.
- d) Creación de capacidades, transferencia de conocimientos y sistemas de información. El consultor identificará los requisitos de desarrollo de capacidades y capacitación para el desarrollo del mercado en todos los niveles de la cadena de valor y el sistema de distribución. El consultor identificará los medios para entregar el desarrollo de capacidades, a través de los propios recursos del consultor o a través de proveedores de servicios fuera del contrato del consultor. Cuando se requieran servicios "externos", el consultor apoyará a INCOPECA en el diseño y organización de la capacitación. El desarrollo de capacidades incluirá la capacitación de pescadores, compradores e inspectores en el uso de tabletas y otros medios para registrar y acceder a la información del mercado (desembarques, precios, demanda, etc.).

### 3.2.2 Validación y aprobación del plan de acción estratégico.



Una vez elaborado el plan de acción estratégico la firma debe apoyar en el proceso de validación y aprobación, para lo cual deberá:

1. Preparar un borrador de plan de acción estratégico para la realización de comentarios por parte del INCOPESCA y de las partes interesadas.
2. La presentación al INCOPESCA y partes interesadas del plan de acción estratégico para su validación, aprobación.
3. Responder a los comentarios realizados por parte del INCOPESCA y de las partes interesadas.
4. Presentar del plan de acción final

### 3.2.3 Propuesta de paquetes de adquisición

El consultor propondrá las acciones o inversiones prioritarias identificadas en el plan de acción estratégico y en las acciones identificadas en los documentos del PDSPA-CR, para lo cual deberá detallar las posibles adquisiciones y el presupuesto detallado. INCOPESCA definirá las adquisiciones que se realicen, así como el orden de acuerdo a su priorización.

Preparará una propuesta de paquetes de adquisición. Los paquetes pueden incluir, entre otros, los siguientes tipos de actividades:

- a) Mercadeo colectivo
- b) Desarrollo de sistemas de información de mercado (oferta, demanda, precios por lugar de desembarque, mercado, producto, grupo de productos o especies accesibles a productores y compradores)
- c) Integración de datos de mercado en INCOPESCA Digital/ FIMS
- d) Mejora de la calidad del producto, control y garantía de la calidad, incluida, si está justificado, la reclasificación de grupos de mercado (chatarra, clase, etc.) para mejorar la eficiencia del mercado y la fijación de precios y promover la sostenibilidad de los recursos
- e) Gestión de puntos de desembarque y mercados mayoristas/públicos

- f) Campañas dirigidas al fomento del consumo de productos pesqueros y acuícolas
- g) Oportunidades de sustitución de importaciones
- h) Desarrollo de nuevo(s) producto(s)
- i) Mejora en el empaquetado y etiquetado, desarrollo de esquemas de trazabilidad y certificación.
- j) Desarrollo de actividades y eventos para la comercialización de productos pesqueros y acuícolas
- k) Desarrollo de capacidades

#### 3.2.4 Validación y ajustes de la propuesta paquete de adquisiciones

Una vez elaborada la propuesta de paquete de adquisiciones la firma debe proceder a su validación y aprobación, para lo cual deberá:

1. Preparar un borrador de propuesta de paquete de adquisiciones para la realización de comentarios por parte del INCOPECA y la industria.
2. Responder a los comentarios, según lo indique el INCOPECA.
3. Presentar la propuesta de paquete de adquisiciones ajustada.

#### 3.2.5 Preparación del Borrador de Términos de Referencia (TDR) y las especificaciones técnicas

El consultor preparará los borradores detallados de los términos de referencia (TDRs) y las especificaciones técnicas para la implementación del paquete de adquisiciones priorizado.

Los borradores de los TDRs proporcionarán:

- a) Cualificaciones indicativas de los proveedores de servicios (p. ej., para la implementación de campañas de marketing/concientización; implementación de esquemas de información de mercado, esquemas de trazabilidad).
- b) Entregables y plazos indicativos.

- c) Incluir disposiciones para cualquier creación de capacidad, transferencia de conocimientos y habilidades requeridas.
- d) Estimaciones de la naturaleza y cantidad de los insumos requeridos (por ejemplo, días de persona por costo indicativo; número de participantes por costo por día de capacitación, etc.). Las estimaciones distinguirán claramente los costos asociados con el personal y de las operaciones (por ejemplo; viajes, talleres, materiales de capacitación, campañas en los medios, sistemas de información, desarrollo de materiales POP, entre otros).
- e) Los borradores de TDRs propuestos tendrán en cuenta las actividades de proyectos relacionados en las áreas de producción sostenible, gestión y control de la pesca y la acuicultura, iniciativas sociales y comunitarias, y desarrollo de infraestructura.
- f) Los términos de referencia se prepararán como paquetes adecuados para adquisiciones de manera consistente con los procedimientos de adquisiciones del Banco Mundial e INCOPECA y estrechamente alineados con las actividades definidas del PDSPA-CR.
- g) Cuando sea necesario de detallarán especificaciones técnicas para aquellas contrataciones que lo requieran.

Los borradores distinguirán claramente aquellas actividades o servicios que:

- a) Puede ser apoyado por los recursos existentes del PDSPA-CR y
- b) Aquellas actividades en las que se requieran recursos adicionales, incluidos, en su caso, compromisos de asociaciones y empresas del sector y organismos públicos (por ejemplo, mercados mayoristas).

Con respecto a las actividades o inversiones, el consultor propondrá los medios para la implementación, incluida la identificación de las responsabilidades para la implementación, los posibles acuerdos de asociación y las modalidades de financiamiento necesarias.

### 3.2.6 Validación y Ajustes de los Términos de Referencia (TDRs) elaborados por el consultor.

Cada TDRs elaborado debe ser presentados al INCOPESCA para su validación y aprobación, por lo que deberá:

1. Preparar el borrador de TDR para la realización de comentarios por parte del INCOPESCA.
2. Responder a los comentarios realizados por parte del INCOPESCA
3. Presentar los TDR finales

### 3.3 Implementación del plan estratégico

La firma contratada brindará el acompañamiento técnico para la supervisión de la implementación de la estrategia planteada y las contrataciones asociadas al plan por los años del proyecto con vigencia al término del proyecto al 15 de mayo del 2027, para lo cual dispondrá del personal necesario con este fin.

#### 3.3.1 Acompañamiento, monitoreo en la implementación del plan de Estratégico formulado.

El consultor apoyará la implementación del plan de acción, seguimiento y evaluación de la ejecución de los 'paquetes' contratados por INCOPESCA y financiados por el PDSPA-CR.

El consultor asistirá a INCOPESCA en la integración de la implementación de los 'paquetes' con otros Componentes del PDSPA-CR.

#### 3.3.2 Revisión y actualización de la estrategia

Se requiere que cada 6 meses se presente una actualización del plan estratégico el cual responda a las necesidades del mercado.

Así mismo, el plan deberá actualizarse ante eventualidades que transformen el comportamiento de mercado, ante alguna pandemia, desastres naturales, efectos climáticos, conflictos bélicos, crisis económica, entre otros. La actualización se debe presentar máximo un mes después de la eventualidad.

### 3.3.3 Presentación de informes

El consultor deberá presentar informes de avance de la implementación de la estrategia de forma mensual, destacando el progreso, las limitaciones, los problemas que surjan, las decisiones requeridas, las comunicaciones con las partes interesadas, los cambios propuestos a las actividades y cronogramas acordados y las recomendaciones para resolver los problemas que hayan surgido.

Los informes serán de forma digital, en formato de Word y de forma resumida en formato Excel, en idioma español, los mismos se deberán presentar 5 días hábiles después de finalizado el mes.

## 4. Productos esperados

### 4.1 Productos

Entregables	Calendario orientativo
1. Cronograma de ejecución de la contratación y plan de de trabajo detallado	Cronograma y plan detallado actualizado, presentado 5 días hábiles después de firmado el contrato
2. <b>Caracterización del mercado costarricense y las cadenas de valor:</b>	

2.1. Análisis del mercado interno. Y las cadenas de valor de la pesca y la acuicultura	30 días naturales después de dada la orden de inicio
2.2. Talleres y consultas	90 días naturales después de concluido el punto 2.1.
2.3. Identificación de necesidades de capacitación y transferencia de conocimiento	30 días naturales después de concluido el punto 2.2.
2.4. Informe final	15 días naturales después de concluido el punto 2.3.
<b>3. Plan de Acción estratégico</b>	
3.1. Formulación del plan de acción	30 días hábiles después de finalizada la etapa de caracterización
3.2. Paquete de adquisición	30 días después de finalizado el punto 3.1.
3.3. Preparación de TDRs	60 días después de aprobado el paquete de adquisiciones
<b>4. Implementación del Plan Estratégico</b>	
4.1. Acompañamiento y monitoreo	Inicia con la aprobación de los TDRs
4.2. Revisión y actualización del plan estratégico aprobado en el punto 3.1.	Cada 6 meses
4.3. Informes finales	

## 5. Otras consideraciones

1. Los profesionales que integren el equipo de trabajo del consultor deberán contar con equipo de cómputo, de trabajo y medios de comunicación propios para realizar las actividades y labores.
2. El consultor organizará su equipo de trabajo de tal forma que cumpla con los entregables en tiempo y forma, para lo cual podrá optar por la modalidad de jornada mixta presencial/teletrabajo, giras de campo, para lo cual es necesario la elaboración

de un plan de trabajo para cada etapa que se desarrolle, cada plan debe ser coordinado y aprobado por el INCOPESCA. Podrá coordinar visitas con los funcionarios del INCOPESCA y otras instituciones públicas, sector privado y Organizaciones no Gubernamentales (ONG) relacionadas con el proyecto.

### 6. Duración del servicio:

A continuación, se realiza una estimación de la duración del servicio:

Actividad/Año	Año 1												Año 2	Año 3	Año 4	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12				
1. Firma del contrato																
2. Caracterización del mercado y cadenas de valor																
3. Plan de Acción Estratégico					x x											
4. Implementación del plan estratégico																

\*Vigencia del proyecto al 19 de mayo del 2027

## 6.1 Referencias

- INCOPESCA, *Ley de Creación del Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura (INCOPESCA)*, Ley N° 7384. Disponible en [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=25929&nValor3=92858&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=25929&nValor3=92858&strTipM=TC)
- INCOPESCA, 2005. *Ley de Pesca y Acuicultura N° 8436*. Disponible en [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=54688&nValor3=95742](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=54688&nValor3=95742)
- INCOPESCA, 2009 *Creación Áreas Marinas de Pesca Responsable*. <https://www.incopesca.go.cr/pesca/ampr.aspx>
- MAG-MINAE-MTSS, 2015. *Directrices voluntarias para lograr la sostenibilidad de la pesca en pequeña escala en el contexto de la seguridad alimentaria y la erradicación de la pobreza*. Disponible en [https://www.incopesca.go.cr/pesca/pesca\\_pesca\\_sostenible/pesca\\_pesca\\_sostenible\\_directrices\\_pesca\\_pequena\\_escala/decreto\\_39195\\_mag\\_minae\\_directrices\\_voluntarias\\_pesca\\_artesanal.pdf](https://www.incopesca.go.cr/pesca/pesca_pesca_sostenible/pesca_pesca_sostenible_directrices_pesca_pequena_escala/decreto_39195_mag_minae_directrices_voluntarias_pesca_artesanal.pdf)
- INCOPESCA-Otros, 2016. *Procedimiento de trazabilidad de huevos de tortuga lora provenientes del Refugio Nacional de Vida Silvestre Ostiona*. Disponible en el Departamento de Promoción de Mercados.
- INCOPESCA, 2017-2022 *Estadística pesquera y acuícola*, disponible en el Departamento de Información Pesquera y Acuícola.
- INCOPESCA, 2019. *Programa de Desarrollo Sostenible de la Pesca y la Acuicultura en Costa Rica, PDSPA-CR*. Disponible en [https://www.incopesca.go.cr/programas/prog\\_desa\\_sostenible.aspx](https://www.incopesca.go.cr/programas/prog_desa_sostenible.aspx)
- INCOPESCA, 2019. *Proyecto Mercado de Mariscos de Puntarenas*. Disponible en el Departamento de Promoción de Mercados.
- INCOPESCA, 2019-2023. *Plan Estratégico de la Acuicultura*, disponible en [https://www.incopesca.go.cr/acerca\\_incopesca/transparencia\\_institucional/planes\\_institucionales.aspx](https://www.incopesca.go.cr/acerca_incopesca/transparencia_institucional/planes_institucionales.aspx)

- INCOPESCA, 2020. *Plan de Acción Nacional para la Conservación y Ordenación de los Tiburones.* Disponible en [https://www.incopescas.go.cr/pesca/pesca\\_pesca\\_sostenible/plan\\_nacional\\_pesca\\_tiburon/pant\\_cr\\_2020\\_2025.pdf](https://www.incopescas.go.cr/pesca/pesca_pesca_sostenible/plan_nacional_pesca_tiburon/pant_cr_2020_2025.pdf)
- INCOPESCA, 2020. *Proyecto de mejora para la pesquería de atún aleta amarilla, dorado y pez espada capturados con palangre superficial y Green Stick por la flota costarricense comercial de mediana escala y avanzada.* Disponible en [https://www.incopescas.go.cr/pesca/pesca\\_pesca\\_sostenible/plan\\_mejora\\_pesqueria\\_a\\_fip/workplan\\_fip\\_palangre\\_y\\_green\\_stick\\_costa\\_rica\\_gp.pdf](https://www.incopescas.go.cr/pesca/pesca_pesca_sostenible/plan_mejora_pesqueria_a_fip/workplan_fip_palangre_y_green_stick_costa_rica_gp.pdf)
- INCOPESCA-COMEX-UNDTAG-DOALOS, 2021. *Manual de Marca Colectiva PURA VIDA COSTA RICAN SEAFOOD & AQUACULTURE PV.* Disponible en el Departamento de Promoción de Mercados.
- INCOPESCA-COMEX-UNDTAG-DOALOS, 2021. *Reglamento a la Marca Colectiva PURA VIDA COSTA RICAN SEAFOOD & AQUACULTURE PV.* Disponible en el Departamento de Promoción de Mercados.
- INCOPESCA, 2021-2025. *Plan Estratégico Institucional..* Disponible en [https://www.incopescas.go.cr/acerca\\_incopescas/transparencia\\_institucional/presupuestos\\_finanzas/planes\\_institucionales/plan\\_plurianual/2-plan\\_estrategico\\_institucional\\_2021\\_2025\\_absoluto.pdf](https://www.incopescas.go.cr/acerca_incopescas/transparencia_institucional/presupuestos_finanzas/planes_institucionales/plan_plurianual/2-plan_estrategico_institucional_2021_2025_absoluto.pdf)
- MEIC, 2019. *Estudio de consumo de la carne de pescado en Costa Rica por parte de la población de menores ingresos, disponible en el Departamento de Promoción de Mercados.*
- MINAET-MAG-MOPT-TUR-SP-S-MTSS, 2011. *Reglamento a la Ley de Pesca y Acuicultura N° 8436, N° 36782-MINAET-MAG-MOPT-TUR-SP-S-MTSS* Disponible en [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=71196&nValor3=86337&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=71196&nValor3=86337&strTipM=TC)
- OSPESCA-CEMPROMYPE, 2018. *Diagnóstico integral del estado actual de la cadena de valor de la pesquería de escama en cuatro países del SICA: Panamá,*

Honduras, El Salvador y Costa Rica, disponible en el Departamento de Promoción de Mercados.

- OSPECA-CEMPROMYPE, 2019. Propuesta de plan de acción nacional en la cadena regional de valor de la pesquería de escama en cuatro países del SICA. País: Costa Rica. Disponible en el departamento de Promoción de Mercados.
- PIMA, 2016. Análisis del consumo de frutas, hortalizas, pescado y mariscos en los hogares costarricenses. Disponible en <https://www.pima.go.cr/wp-content/uploads/2017/07/Analisis-Consumo.pdf>
- UNCTAD-DOALOS, 2020. Estrategias Coherentes de Economía y Comercio para los Océanos, disponible en el Departamento de Promoción de Mercados.
- MAG-MTSS, 2008 Reglamento a la Ley de Regulación de Ferias del Agricultor, N° 34726-MAG-MTSS. Disponible en <http://www.mag.go.cr/legislacion/2008/de-34726.pdf>
- CNP, 2020. Reglamento del Programa de Abastecimiento Institucional PAI. Disponible en [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=92251&nValor3=122079&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=92251&nValor3=122079&strTipM=TC)

## 6.2 ANEXOS

### 6.2.1 ANEXO 1. LISTA DE ACTORES CADENA DE VALOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

Encuestas	Alcance	Tortal por Región	Total	Observaciones
Pescadores y acuicultores	Nacional	50	300	

Puestos de Recibo	Nacional		30	Se realiza en 5 regiones, ya que en la central no existen puestos de recibo.
Transportitas	Nacional	10	60	
Plantas de proceso	Nacional		15	Base de datos del INCOPESCA
Exportadores e importadores	Nacional		17	Base de datos del INCOPESCA
Clientes	Nacional	50	300	
Pescaderías	Nacional	15	90	
Mercados	Nacional	1	6	
Cadenas de Supermercados	Nacional		10	Considerar como mínimo Walmart, PriceSmart, Automercado, Pequeño Mundo, Compre Bien, Super Compro, Perimercados, Mayca, Megasuper.
Mercados mayoristas (pescaderías)	Regional		20	CENADA Mercado Mayorista Regional Chorotega
Hoteles y restaurantes	Nacional	10	60	
	Total		<b>908</b>	

### 6.2.2 EQUIPO DE TRABAJO MÍNIMO

El equipo de trabajo mínimo deberá estar integrado como mínimo con los siguientes profesionales:

Cargo	Requisito
<p>Director de Proyecto</p>	<p>Formación Académica: Deberá contar con grado mínimo de Licenciatura o superior en cualquiera de las siguientes ramas: Economía o Administración, Mercadeo, Proyectos.</p>
	<p>Experiencia Profesional: Deberá contar con un mínimo de seis (6) años de experiencia demostrada en Gerencia de Proyectos, supervisión, planificación y desarrollo o en la elaboración de políticas y planes de desarrollos relacionados al proyecto, en los últimos 10 años, adquirida previo a la apertura de las ofertas.</p>
	<p>Deberá demostrar haber dirigido al menos tres (3) proyectos de consultoría en el tipo de proyecto señalado, cuyo costo individual no sea menor a los U.S. \$ 200.000.</p>
	<p>Se requiere que el Director de Proyecto tenga experiencia en Estudios de Mercado, desarrollo de estrategias de desarrollo y/o de comercialización.</p> <p>Será el responsable ante el INCOPESCA del personal y sus actuaciones y en todo el caso será el enlace.</p>
<p>Especialista en Mercadeo</p>	<p>Formación Académica: Deberá contar con un grado mínimo de Licenciatura en Mercadeo o superior</p>
	<p>Experiencia profesional: Deberá contar con un mínimo de cinco (5) años de experiencia adquirida previo a la apertura de las ofertas</p> <p>Se requiere que el Especialista en Mercadeo haya participado en elaboración de al menos tres (3) en los últimos 7 años. Adquirida</p>

Cargo	Requisito
	previo a la apertura de las ofertas. Estrategias de Comercialización en cualquier parte del mundo, preferiblemente de productos pesqueros y/o acuícolas.
Especialista en Economía	<p>Formación Académica: Deberá contar con un grado mínimo de Licenciatura o superior en Economía, Finanzas o Administración de Negocios, preferiblemente Economía Pesquera y Acuícola.</p> <p>Experiencia profesional: Deberá contar con un mínimo de tres (3) años de experiencia, en los últimos 7 años, Adquirido previo a la apertura de las ofertas.</p> <p>Debe demostrar haber participado en 3 proyectos relacionados con desarrollo de mercados y/o estudios de mercado adquirida previo a la apertura de las ofertas</p>
Especialista en Sociología	<p>Formación Académica: Deberá contar con un grado mínimo de Licenciatura o superior en Sociología o afines.</p> <p>Experiencia profesional: Deberá contar con un mínimo de tres (3) años de experiencia, preferiblemente con comunidades pesqueras.</p> <p>Debe demostrar haber participado en un (1) proyecto relacionado con la caracterización de poblaciones y/o mercados.</p>
Diseñador gráfico	<p>Formación Académica: Deberá contar con un grado mínimo de Técnico en diseño gráfico, diseño publicitario.</p> <p>Experiencia profesional: Deberá contar con un mínimo de tres (3) años de experiencia.</p> <p>Debe demostrar haber participado en el diseño de al menos tres (3) campañas publicitarias.</p>

Cargo	Requisito
Estadístico/Científico de Datos	Formación Académica: Deberá contar con un grado mínimo de Licenciado o superior en estadística, ingeniería industrial, matemática.
	Experiencia profesional: Deberá contar con un mínimo de tres (3) años de experiencia.
	Se requiere que el Estadístico/Científico de Datos haya participado en el análisis de al menos tres (3) Estudios de Mercado y/o de desarrollo económico, diseños de políticas de estado, o similar.