

Economía de los océanos y estrategias comerciales (OETS)



Proyecto: Economía de los océanos y estrategias comerciales (OETS)

Technology



Offshore oil and gas
34 %

Sustainability

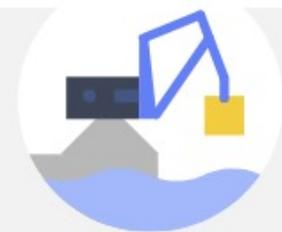


Maritime and coastal tourism
26 %



Maritime equipment
26 %

Health



Port activities
13 %



Industrial fish processing
5 %



Water transport
5 %



Shipbuilding and repair
4 %



Industrial capture fisheries
1 %



Industrial marine aquaculture
< 1 %



Offshore wind
< 1 %

USD 1.5 trillion

value of the ocean economy in 2010
(2.5% of the world's GDP)

Proyecto: Economía de los océanos y estrategias comerciales (OETS)

- **Resultados esperados:**

- Capacidad nacional mejorada para evaluar productos y/o servicios prometedores en sectores de la economía oceánica.
- Mejora de la capacidad nacional para definir opciones de políticas e implementación de acciones para apoyar el comercio sostenible en sectores seleccionados de la economía oceánica.
- Mayor comprensión sobre cómo diseñar e implementar OETS como herramienta para promover el comercio sostenible.

Taller Noviembre 2018

- Se presentó y validó información de cuatro hojas de datos sectoriales:
 - Pesquerías marinas -todos los peces excepto el atún.
 - Pesquerías de atún y pelágicos.
 - Acuicultura.
 - Procesamiento de mariscos.
- Se presentó y validó un estudio legal dentro del marco de CONVEMAR y legislación nacional en los pre-sectores seleccionados.
- Se seleccionaron dos sectores:
 - Pesquerías marinas -todos los peces excepto el atún;
 - Pesquerías de atún y pelágicos;



**OCEAN GOVERNANCE IN COSTA RICA:
AN OVERVIEW ON THE LEGAL AND
INSTITUTIONAL FRAMEWORK IN OCEAN AFFAIRS**

**EVIDENCE-BASED AND POLICY COHERENT OCEANS
ECONOMY AND TRADE STRATEGIES PROJECT**

Segunda fase del proyecto

- Objetivo
 - Proporcionar aportes analíticos necesarios para elaborar una estrategia nacional para promover productos y servicios de comercio sostenible en sectores oceánicos seleccionados.
- Producto
 - Reporte sobre Estrategias de Economía y Comercio para los Océanos en los dos sectores seleccionados: grandes pelágicos y peces costeros.

Trabajo en cadenas de volar

- **Objetivo**

- Incorporar en el reporte OETS información cualitativa enfocada en la implementación de acciones estratégicas, INCOPESCA y COMEX organizarán una reunión de expertos en la cadena de valor de los sectores seleccionados (peces costeros y grandes pelágicos).

Insumos previos

- 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.
- Plataforma Nacional de Pesquerías Sostenibles de Grandes Pelagicos

Resultados

Dos cadenas de valor del Proyecto mapeadas y con planes correctivos para cerrar brechas de competitividad, local e internacional

Ejecución de proyecto como parte de la Estrategia (OETS)

- Costa Rica decide desarrollar una Marca Colectiva para los proyectos acuícolas y pesqueros costarricenses
- **Qué es una Marca Colectiva?**

Es una marca comercial o marca de servicio utilizada, o con la intención de ser utilizada, en el comercio, por los miembros de una cooperativa, una asociación, u otro grupo colectivo u organización, incluyendo una marca que indique membresía en una asociación, u otra organización.

Proceso de conformación de la Marca Colectiva

Con el apoyo de los recursos del proyecto se logró desarrollar lo siguiente:

- Reglamento de uso de la Marca,
- Libro de Marcas,
- Estrategia de Posicionamiento de la Marca
- Proceso de inscripción de la marca ante el registro de la propiedad

Marca colectiva y sus características

Titular de la Marca: Asociación Cámara Nacional De Empresas De Productos Pesqueros y acuícolas (CANEPP).

Quiénes podrán usarla: pescadores, comercializadores, industriales, restaurantes y exportadores.

Qué productos cubre: productos acuícolas y de pesquerías de origen costarricense o de alto valor agregado nacional

Propósito de la marca

Posicionar los productos pesqueros y acuícolas costarricenses en el mercado local e internacional como sostenibles, de alto valor agregado y de excelente calidad.

Los invitamos a conocer

“PURA VIDA COSTA RICAN
SEAFOOD & AQUACULTURE PV”



Valores y atributos de la marca

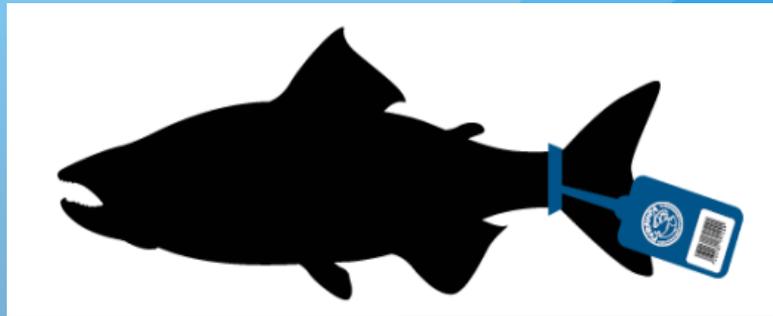
Los valores de una marca son aquellos principios, virtudes o cualidades que identifican a cada uno de los sectores, así mismo los atributos son las características funcionales que describen los aspectos tangibles y medibles por las que la marca se diferencia.

Por tanto y según lo definido en el libro de marca de Pura Vida Costa Rican SeaFood and Aquaculture PV, se señalan los siguientes valores y atributos:

Responsabilidad Social
Sentido de pertenencia
Inocuidad
Sostenibilidad
Innovación
Valor agregado



Formas de uso



EJEMPLO DE MENÚ

ORIGINAL SUSHI		RESTAURANTE	
JAPANESE FOOD		★★★★	
NIGIRI	<ul style="list-style-type: none"> MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 		
DRINKS	<ul style="list-style-type: none"> MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 		
URAMAKI	<ul style="list-style-type: none"> MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 		
DESSERTS	<ul style="list-style-type: none"> MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 MAQUIL 500 		

Coloque el logo junto a sus platos elaborados con mariscos costarricenses.

Para explicar qué especies de su menú son producto costarricense, muestre el logo con una declaración específica que identifica las especies nacionales. "Todas nuestras [especies] son de origen costarricense" Se puede colocar en cualquier lugar del menú.



Formas de uso

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Merchandising:
- Banderín, bolsa de compras, taza para café



ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Merchandising:
- Camisa, llave USB, gorra, lapicero.



Gracias al apoyo UNCTAD- DOALOS,
Costa Rica tiene por primera vez, una
Marca para sus pesquerías y sus
productos acuícolas

PURA VIDAiiii

Muchas Gracias

