



Minuta: reunión de trabajo del Proyecto de Mejora Pesquero: México Campeche – Peces óseos, palangre vertical y de fondo.

Fecha: jueves 30 de enero de 2025, 11:00 AM hora CDMX

Lugar: Virtual, plataforma zoom.

<https://us02web.zoom.us/j/9550690393?omn=82847414337#success>.

Objetivo: Dar seguimiento a las actividades generales del plan del trabajo del FIP y acordar los tiempos para las aportaciones económicas dentro de la estrategia financiera.

Participantes: Chico Suarez, Joe Nagle (John Nagle C.), Iván Zetina, Jair Zetina (B-Fish), Nicolás Cordero, Iván Cordero (Cooperativa Pescadores de Nuevo Campechito), Francisco Morales (NF Pescados marinos), Alesa Flores, Gabriela Ehuan, Lorena Rocha (COBI).

Orden del día		
Hora	Tema	Participante
11:00	Bienvenida Retroalimentación de la propuesta financiera Aporte monetario del mercado para la implementación del plan de trabajo del FIP	Gabriela Ehuan Lorena Rocha General
11:30	Consulta de la integración de Caribbean Garden y Netuno USA al FIP. <ul style="list-style-type: none"> Exposición de los principios de gobernanza del FIP 	Nicolas Cordero Presidente de la mesa directiva
12:00	Avisos generales <ul style="list-style-type: none"> Reporte anual Fishery progress Identificación de muestras de otolitos Avances del plan de acción social Avances Community Catch Avances con INPESCA Calculo de costeos 	General
12:30	Despedida y acuerdos	Gabriela Ehuan

Asuntos

- John Nagle señala que su empresa busca comercializar la producción del FIP con minoristas que lo demanden. No obstante, para introducir y posicionar el producto, es fundamental obtener credenciales mediante un programa de



mercadeo que garantice la aceptación del cliente. Solo entonces será posible establecer una referencia de precio y lograr mejoras en su valorización. Dado que el precio de comercialización depende de la oferta y la demanda, es clave proyectar la producción futura del FIP y, en función de ello, ampliar la base de clientes. Solo bajo estos principios se podrá evaluar el impacto del FIP en la mejora de los precios.

- B-Fish señala que, actualmente, el producto del FIP no cuenta con un marketing diferenciado para el consumidor. A largo plazo, el objetivo es desarrollar un valor distintivo basado en calidad, sabor y sostenibilidad, que impulse la demanda en nuevos mercados como Costco y Walmart, por ejemplo. Además, enfatiza la importancia de definir una visión estratégica entre aumentar el volumen de producción y/o mejorar la calidad para saber hacia dónde dirigir la integración de nuevos miembros al proyecto.
- NF pescados marinos hace hincapié en que la mejora en el precio debe verse reflejada tanto en el comercializador como en los pescadores, para ello se requiere cuadrar ingresos entre todas las partes para hacer una diferenciación en nuestro FIP.
- Nicolas Cordero (presidente de la cooperativa pesquera) mantuvo comunicación con el comisionado estatal de CONAPESCA y se va a retomar el tema del cambio del arte de pesca. Fue invitado como representante de la cooperativa y de la península. Respecto a colaboración con INPESCA se reunirá con Ulises Durán Vallejos (director de programas), y pide el acompañamiento de COBI.
- A manera de recordatorio, se presentaron los principios de gobernanza del FIP, con énfasis en el proceso de adhesión de nuevos miembros. Durante la discusión, se destacó la importancia de ser cautelosos al integrar nuevos clientes, ya que, en la actualidad, la producción del FIP es completamente absorbida por los comercializadores. Es fundamental evaluar la producción esperada de los pescadores que se sumen al proyecto para determinar si existe un excedente y, con base en ello, considerar la incorporación de nuevos miembros, evitando así posibles disputas dentro del grupo. En este sentido, aunque reconocen que NETUNO es un posible buen aliado, se discutirá su integración una vez que se asegure la producción necesaria para todos los socios del mercado.
- Conviene corroborar que en los principios de la gobernanza del FIP, son suficientes los requisitos de integración para los productores, y especificar los requerimientos para el mercado, por ejemplo, solicitar: constancia de situación fiscal ante el SAT, Kilos que comercializa, expectativas de consumo, consumidor final.



Acuerdos

1. Se enviará el documento de la estrategia financiera para que los socios lo firmen, confirmando su acuerdo con los lineamientos propuestos.
2. En cuanto al aporte financiero de los socios comercializadores, se propone que el grupo de trabajo desarrollará una estrategia comercial para posicionar en el mercado el producto obtenido a través del FIP. Esta estrategia podría incluir proyecciones de volumen, mejoras en los precios, identificación de consumidores finales y exploración de opciones de valor agregado. Además, se recomienda que en la propuesta de expansión se integre una proyección que permita evaluar la capacidad de producción de los pescadores y la demanda de los comercializadores, con el objetivo de determinar la viabilidad de sumar nuevos socios comercializadores. Se sugiere ir poco a poco con la integración de mercados y proveedores.
3. Se analizará la pertinencia de unirse a Community Catch. Para ello, se convocará una reunión en la que CC presentará su propuesta de plan de trabajo, permitiendo que la asamblea evalúe los pros y contras de esta colaboración y tome una decisión al respecto.
4. COBI compartirá el listado de requisitos propuestos para la adhesión de nuevos socios comerciales en futuras colaboraciones y los miembros revisarán los requisitos establecidos para los productores según los principios de gobernanza, con el fin de fortalecer los criterios en caso de ser necesario.
5. COBI se contactará con los miembros del FIP para desarrollar el ejercicio de análisis de costeos.
6. Se establece que se evaluará la conveniencia de mejorar la programación de las reuniones o en su caso hacer reuniones con más frecuencia para reducir los tiempos de los encuentros.