

**INFOPESCA**

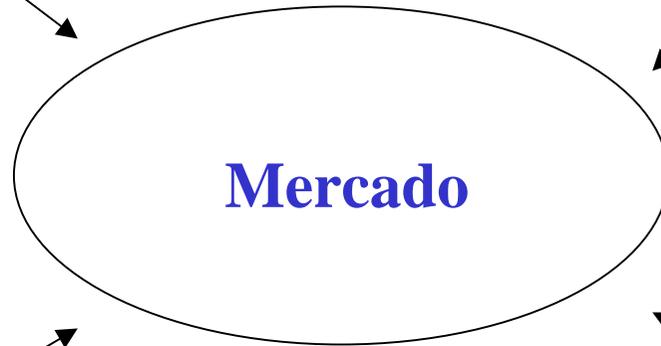
**Demanda internacional y marketing  
de productos de la acuicultura**

## **El Mercado:**

- 6.500.000.000 habitantes en el planeta**
- 580.000.000 habitantes en América Latina**

**Producto**

**Distribución**



**Mercado**

**Precio**

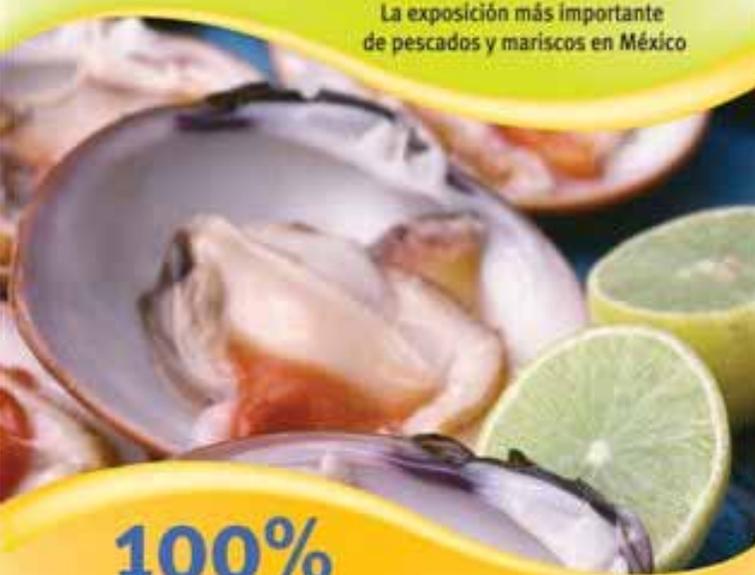
**Promoción**

# El mercado se subdivide en segmentos de mercado

JULIO 4, 5 y 6 2007

WTC

**PESCAMAR**  
La exposición más importante de pescados y mariscos en México



**100% DEDICADO A LA INDUSTRIA RESTAURANTERA**

¡Aprovecha esta oportunidad!

El mejor ingrediente para su negocio

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

EUROPEAN SEAFOOD EXPOSITION

## Fish consumption in schools dining halls



**El consumo de pescado en comedores escolares**

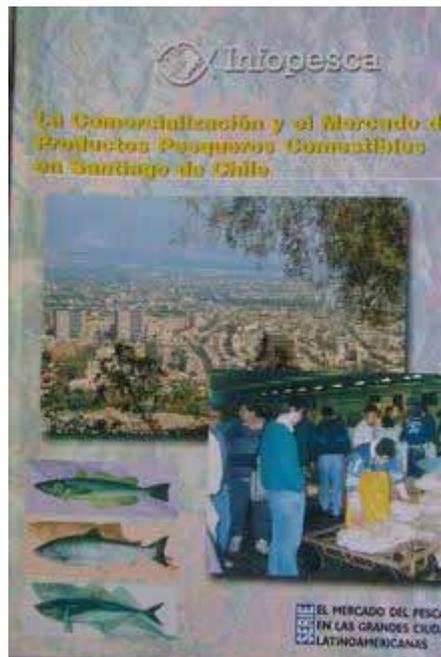
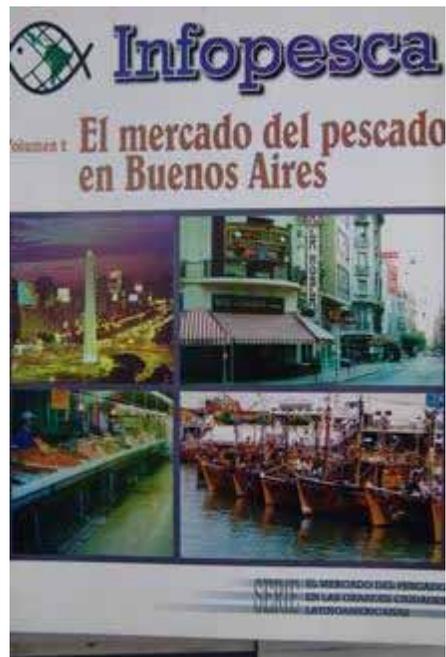
The eating habits a child acquires between the age of 5 and 11, although they may be partially corrected at a later stage, will condition his or her eating habits as an adult, hence, a balanced diet, both at home and in the school, is essential for the child's healthy development and growth.

In this context, the PROM (Fund for Fish and Marine Culture Products Market Regulation and Organization of Spain) highlighted the need for establishing a diagnosis of the present fish consumption situation in schools with a double aim:

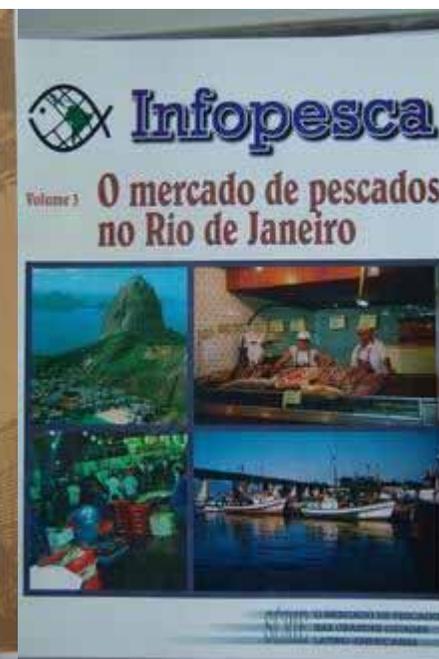
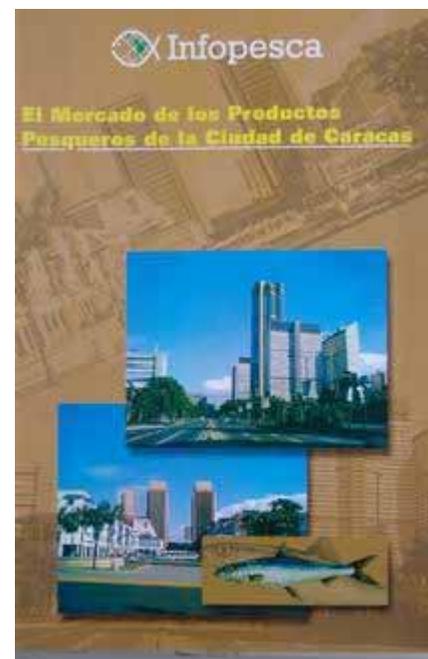
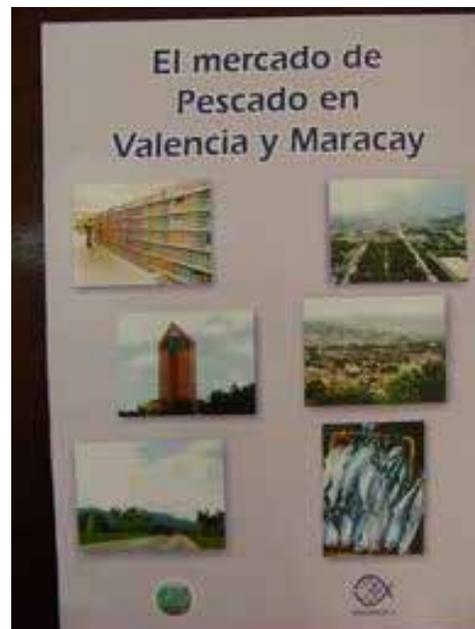
- To explore the present situation regarding the fish consumption determining factors in schools.
- To determine the ideal means for introducing effective promotional measures with the agents involved, as well as detecting attitudes towards collaboration.

So as to obtain these results a double methodology was established:

- Qualitative: directed at the different agents who intervene in determining the presence of fish in school diners.
- Quantitative: aimed at the different agents intervening in the presence of fish in the school dining.



## INFOPECA: Estudios del Mercado de Pescados en 19 ciudades latinoamericanas



- 1 -Montevideo (1997)**
- 2 - Buenos Aires (1997)**
- 3 - Río de Janeiro (1997)**
- 4 - Brasília (1997)**
- 5 - São Paulo (1998)**
- 6 - Ciudad de México (1998)**
- 7 - Santiago de Chile (2000)**
- 8 - Caracas (2000)**
- 9 - Bogotá (2001)**
- 10 - Maceió (2004)**
- 11 - Aracaju (2004)**
- 12 - Maracay (2005)**
- 13 - Valencia (2005)**
- 14 - Recife (2005)**
- 15 - Salvador (2005)**
- 16 – Trinidad(Bolivia) (2006)**
- 17 - Santa Cruz de la Sierra (2006)**
- 18 - Cochabamba (2006)**
- 19 - La Paz y El Alto (2006)**

## **Estudios de mercado en preparación**

### Argentina:

- Buenos Aires
- Córdoba
- Mendoza
- San Miguel de Tucumán
- Resistencia & Corrientes
- Neuquén

### Otros países:

- Uruguay: Montevideo 2007
- Colombia: Bogotá 2007



**Peixes-Mariscos**  
Nota: pratos para 2 pessoas.

MOQUECAS		GRElhADOS FILE À SADEJO	
<i>(Leite de coco e dendê)</i> Acompanha: Arroz/fritas de patata e farofa de dendê.			
40 PESCADA AMARELA.....	26,00	855 VERÃO.....	
<i>Pescado em pasta</i>		Frutas fiambadas com castanha	
41 CARANGUEJO CATADO.....	29,00	Arroz/salsada	
42 ABADEJO FILE.....	35,00	859 COM LEGUMES.....	
43 CAMARÃO PISTOLA FILE.....	42,00	Arroz/purê de batatas e molho alcaparras	
44 À PARATI.....	39,00	860 RECHEADO COM QUEIJO	
<i>File: camarão pistola e abadejo</i>		Arroz/purê de batatas e molho de alcaparras	
47 ARATU CATADO.....	26,00	867 AO MOLHO DE MARIACUÁ	
48 SIRI CATADO.....	29,00	Arroz /salsada	
48 CAMARÃO ESCOLHA FILE.....	32,00	868 AO MOLHO DE CASTANHAS E NOZES	
		Arroz /salsada	
DELÍCIAS		GRElhADOS SALIÃO	
<i>(Leite de coco)</i> Acompanha: Arroz, salada, farofa de castanha.			
49 PESCADA.....	25,00	870 AO MOLHO TANGERINA.....	
<i>Pescado amarelo em pastas</i>		Arroz /salsada	
49 SIRI CATADO.....	27,00	871 AO MOLHO DE CASTANHA E NOZES	
50 CARANGUEJO CATADO.....	27,00	Arroz /salsada	
51 ABADEJO FILE.....	32,00	<b>OUTROS</b>	
52 CAMARÃO PISTOLA FILE.....	42,00	866 FILE CAMARÃO PISTOLA	
53 CAMARÃO ESCOLHA FILE.....	29,00	MOLHO DE CHAMPAGNE	
		Arroz /salsada	
		858 PARATI DE VERÃO	
		File: abadejo e camarão pistola e frutas fiambadas	



Ventas en restaurantes:  
El mayor valor agregado





Productos diversos,  
presentaciones que atraen más...  
y que atraen menos





Nueva Viga – Ciudad de México



Mercado de Coche - Caracas

**Mercados al por mayor con alguna estructura**



Valencia (Venezuela)



Cochabamba (Bolivia)

## **Mercados al por mayor sin estructura**



## Ventas en pescaderías





Ventas en ferias de calle o informales



*Ventas al por menor:*

*Calidad....*

*y*



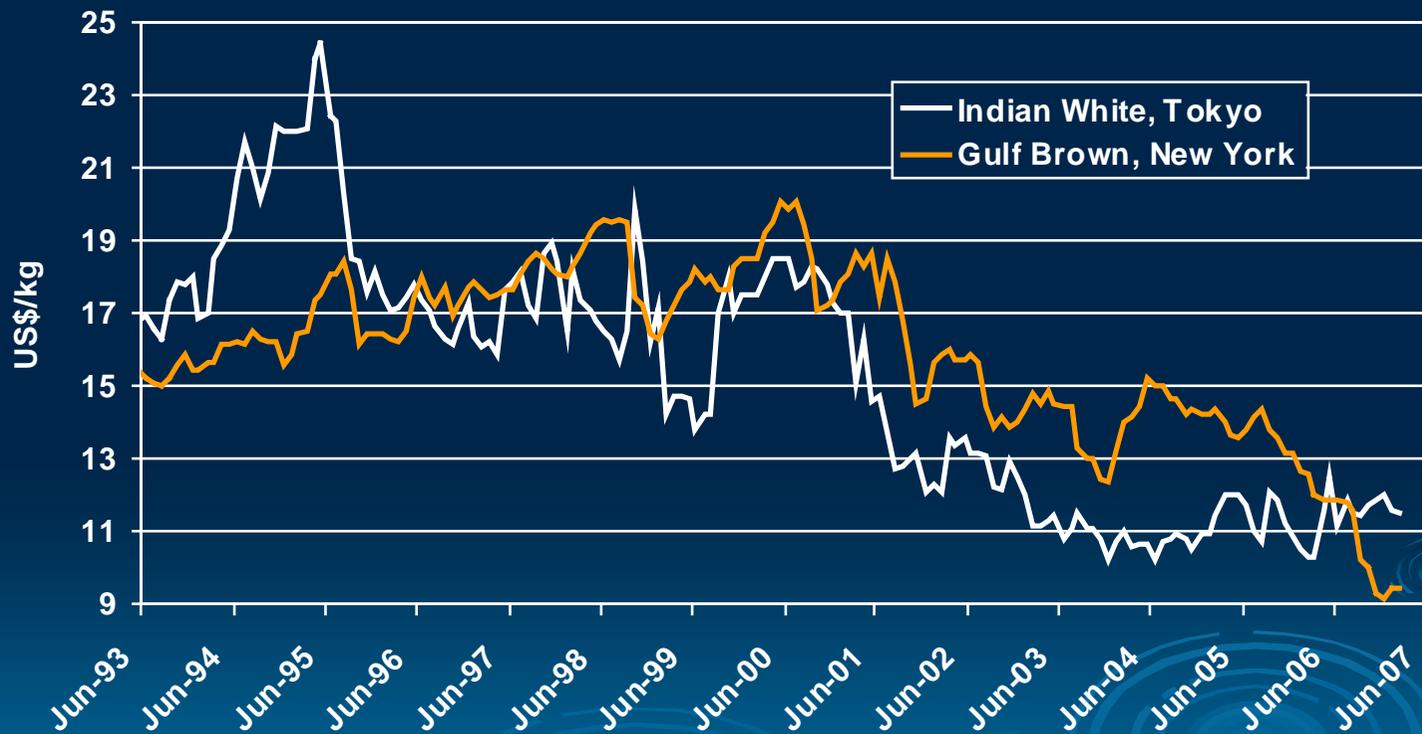
*Cantidad de establecimientos*

**Mayor producción →**

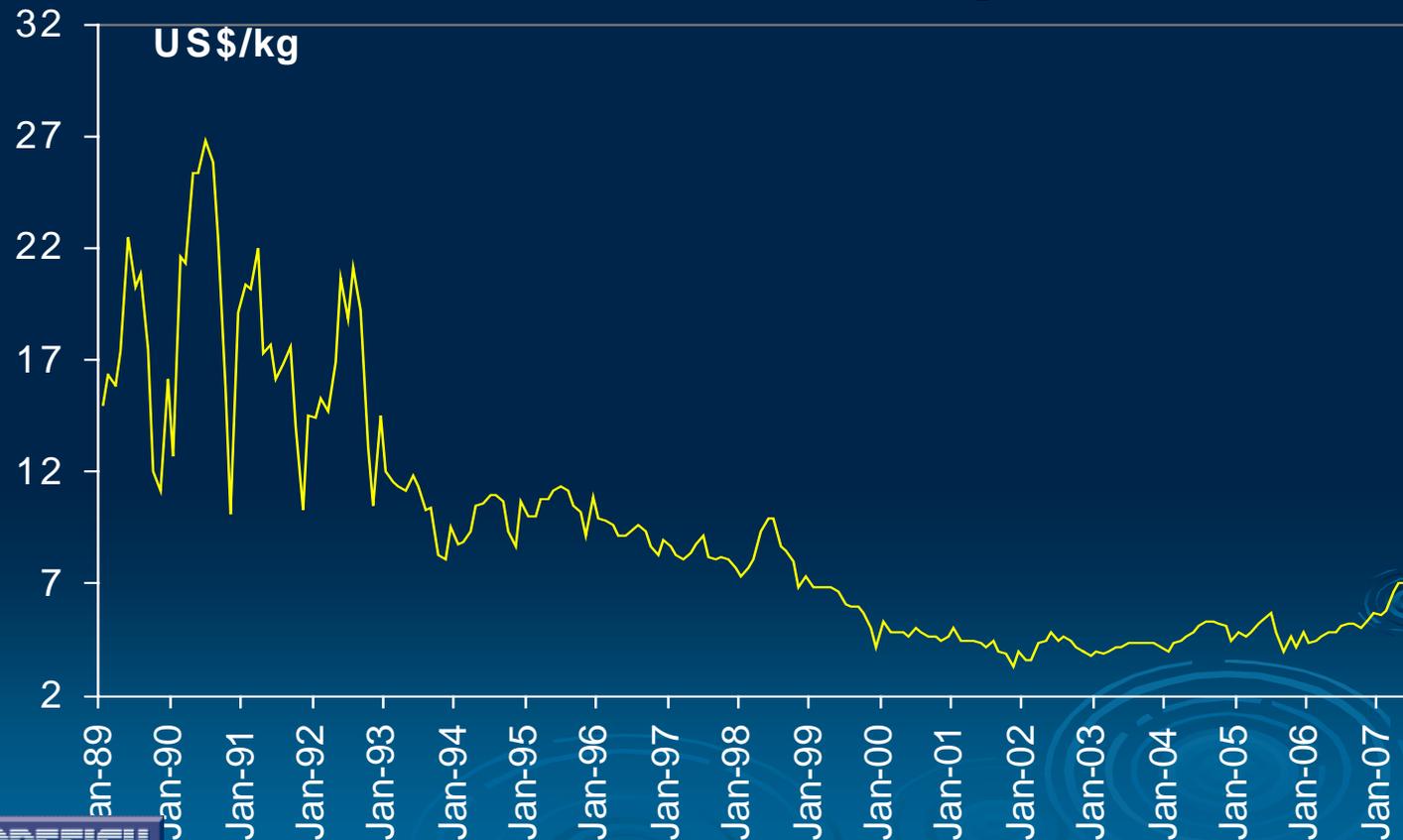
**Reducción de costos de producción**

**Reducción de costos de logística de distribución**

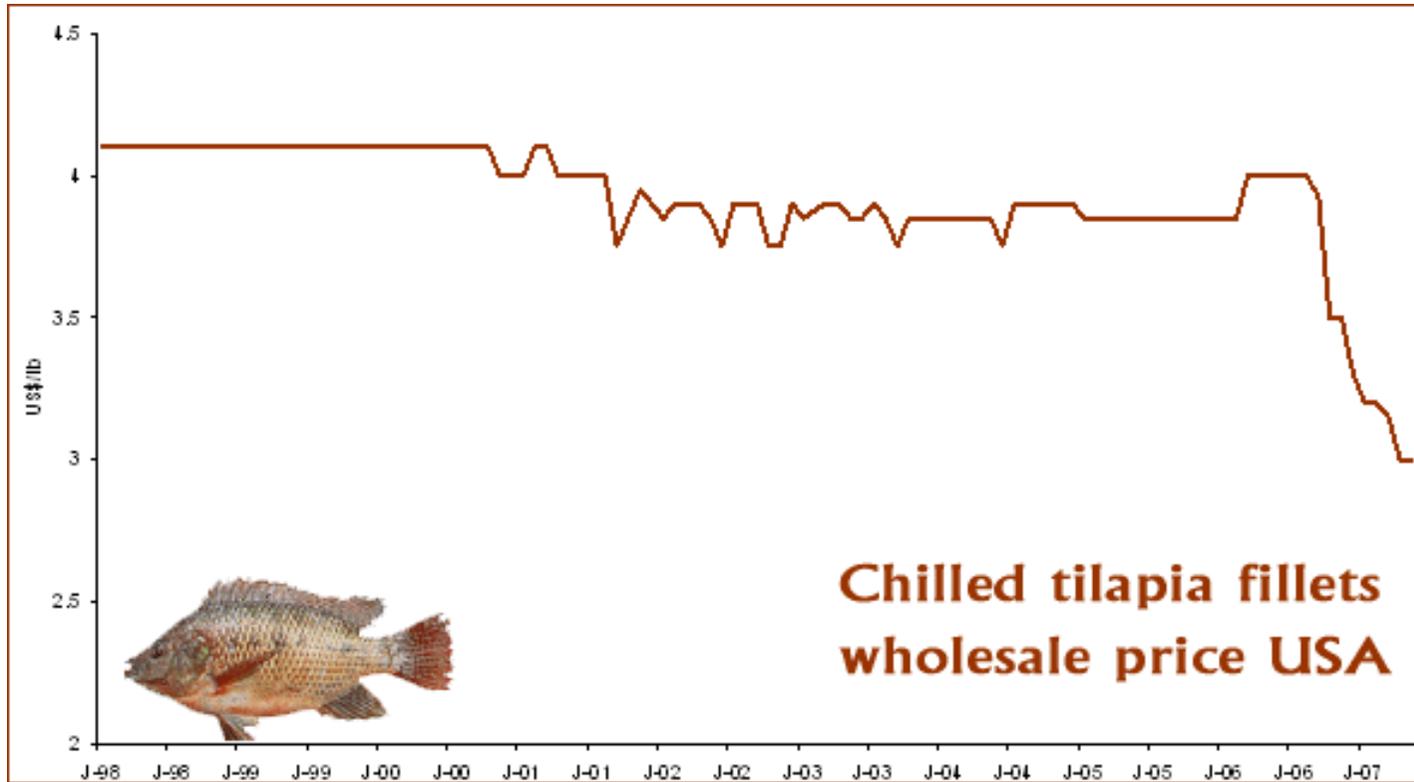
# Shrimp prices Japan and USA



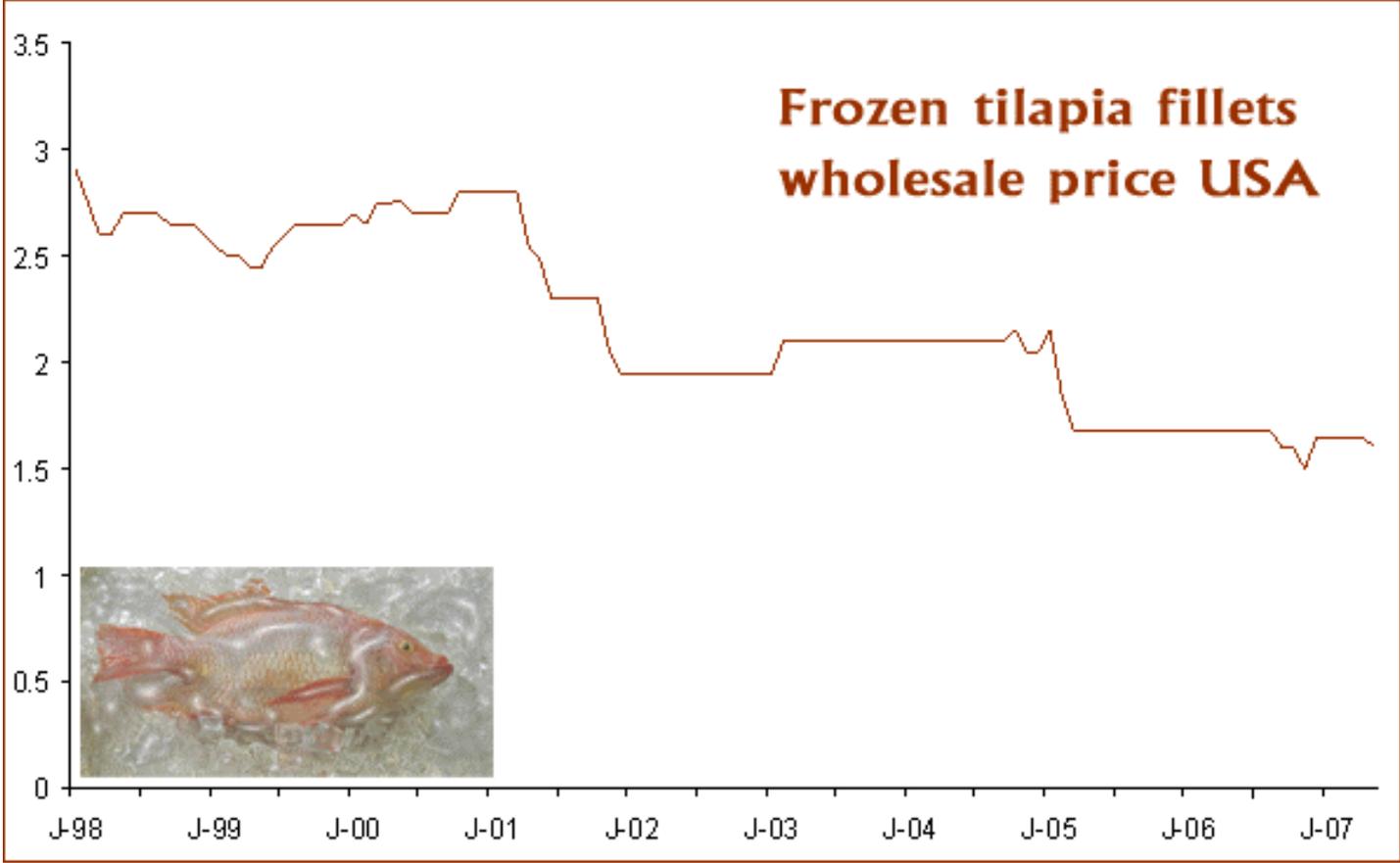
# Seabream Wholesale Prices Mercabarna - Spain



GLOBEFISH

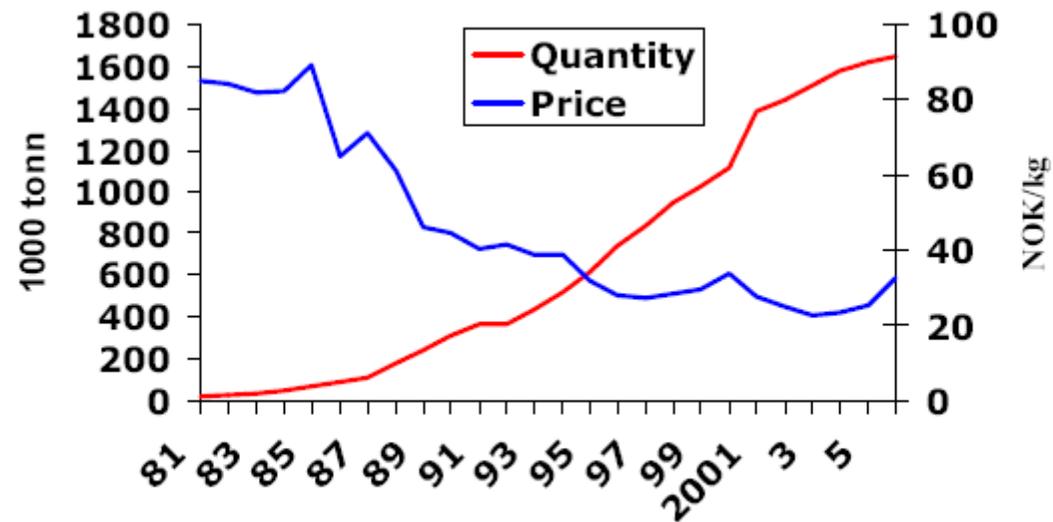


*Fuente: Globefish*



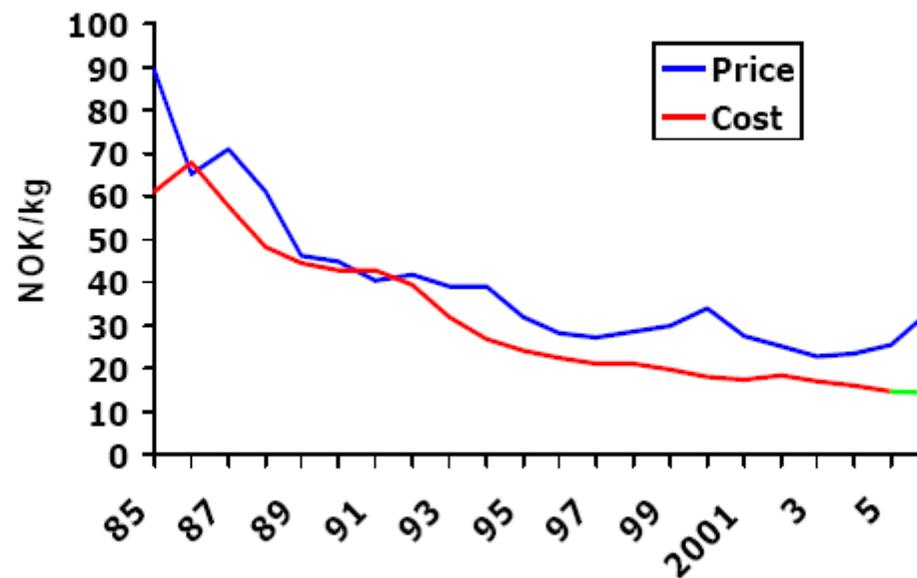
*Fuente: Globefish*

## Evolución de la producción acuícola mundial de salmón y de los precios de exportación del salmón noruego



Fuente: prof. Frank Asche  
Universidad de Stavanger

## Evolución de los precios de exportación del salmón noruego y de los costos de producción



*Fuente: prof. Frank Asche  
Universidad de Stavanger*

**El aumento de la demanda puede contrabalancear la tendencia a la baja de precios provocada por el aumento de la oferta**



# Instituciones oficiales para la promoción del consumo de pescado

En España: el F.R.O.M.

<http://from.mapa.es/>

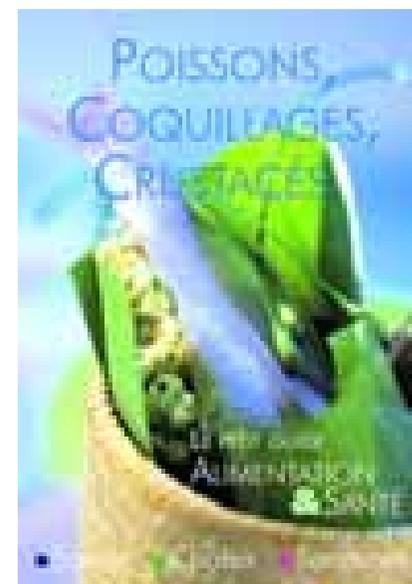
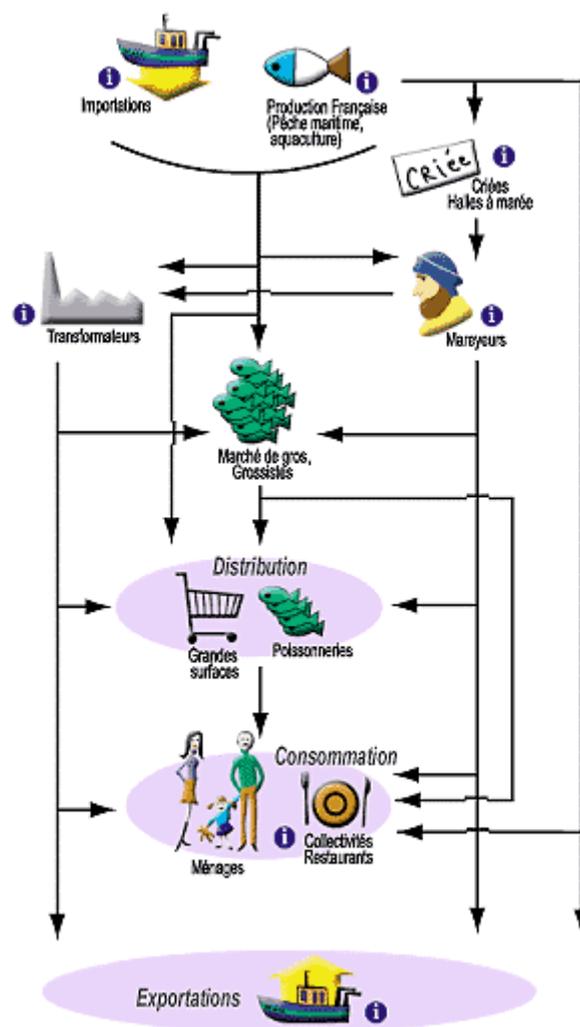




[www.ofimer.fr](http://www.ofimer.fr)

## En Francia:

Office National Interprofessionnel des Produits de la Mer et de l'Aquaculture



En los Estados Unidos:

National Fisheries Institute

[www.avouuseafood.com](http://www.avouuseafood.com)

*The Shrimp Council*  
[www.eatshrimp.com](http://www.eatshrimp.com)

**Get Healthy with Fish Twice a Week**

Eating fish twice a week is good for your heart, your brain and your entire body! Health experts from around the world are touting the benefits of a seafood diet rich in Omega 3 fatty acids. So have fish for dinner tonight!

Flavor Texture	Mild	Moderate	Full
Tender	Clams Oysters	Blue Crab Herring Snow Crab	
Medium	Crawfish Flounder Haddock Orange Roughy Perch Pollock Rainbow Trout Rockfish Striped Bass Whiting	Arctic Char Chilean Sea Bass Dungeness Crab Mussels Salmon Sea Bass Snapper	Mackerel Sea Bream
Firm	Catfish Cod Dory Grouper Halibut Lobster Octopus Shrimp Sole Squid Surimi Tilapia	King Crab Mahi Mahi Scallops Swordfish Tuna	Eel

Table based on information from The Pocket Seafood Guide Book and The Seafood Handbook.

October is Seafood Month—Catch the Wave!

**En México:**

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

**COMEPESCA**

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



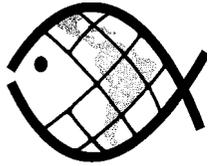
**EL SR. PESCADO CUIDA  
TU PRESIÓN ARTERIAL.**

**Parte viva, 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)





INFOPECA

## Denominación de origen



En Brasil



En Venezuela

*Hasta donde puede llegar la promoción del pescado...*





## Proyecto de desarrollo de los mercados domésticos latinoamericanos

- Capacitación de técnicos gubernamentales en aspectos de comercialización
- Preparación de un manual de comercio doméstico de pescado
- Diseminación de resultados a niveles nacionales
- Cursos demostrativos de capacitación de operadores comerciales
- Banco de datos WEB con informaciones de mercado

*Inicio: junio de 2007*

*Duración: 16 meses*

*Beneficiarios: los 11 países miembros de INFOPECA*

*Argentina, Belize, Brasil, Colombia, Costa Rica, Honduras, México, Nicaragua, República Dominicana, Uruguay, Venezuela*