SAGARPA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN

conapesca comisión nacional de acuacultura y pesca

2018
FORO ECONÓMICO
DE PESCA Y ACUACULTURA

FIRA

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

El comercio de pescados en los mercados de América Latina y el Caribe

INFOPESCA

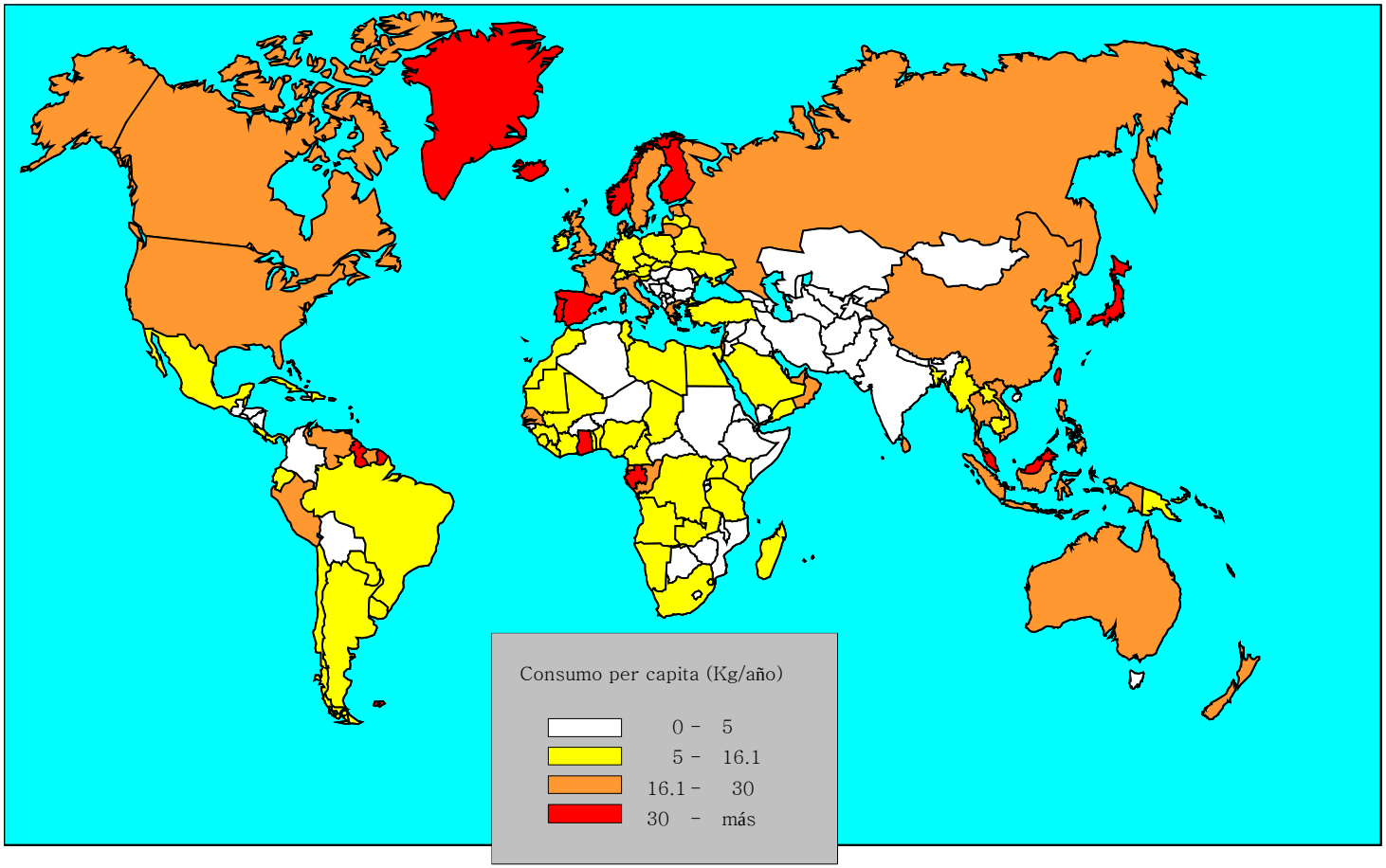
Nelson Avdalov

El Mercado:

650.000.000 habitantes en América Latina lo que representa un consumo de 6.500.000 Toneladas (10 kg per cápita)

Si se alcanza el promedio mundial de consumo (20 k/habitante) es un mercado de 13.000.000 Toneladas lo que representa un aumento de 6.500.000 toneladas

Un consumo mundial de pescado con diversas intensidades



Región Kg./año/habitante	
Japón	66,9
China	26,0
Estados Unidos	12,6
UE –28	22,0
Asia (menos China y Japón)	15,5
América Latina & Caribe	8,8
África	7,7
Otros	6,0

Promedio mundial ***21,0***

La Unión Europea, los Estados Unidos y Japón ya tienen un consumo elevado

La Unión Europea y Japón poseen poblaciones estables o decrecientes.

Conclusión:

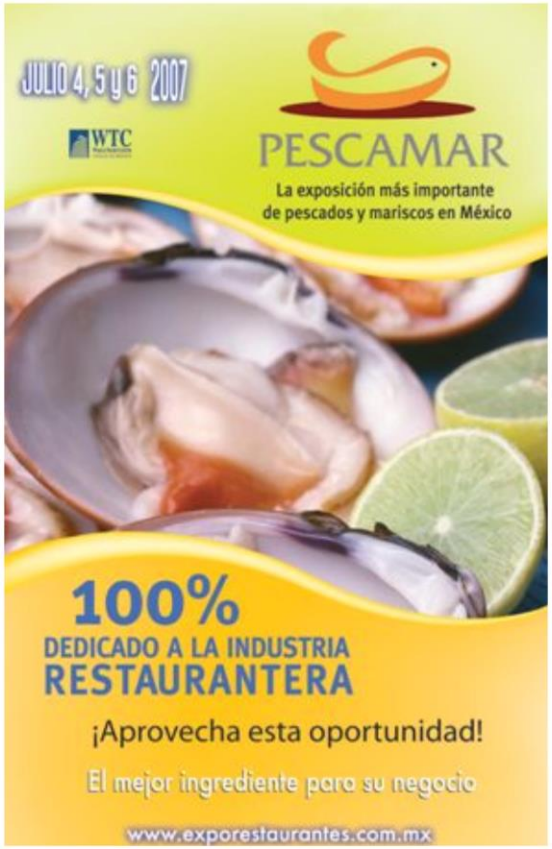
Difícilmente aumentarán mucho el consumo de pescado en estos paíes

Vale la pena invertir en los “mercados emergentes”

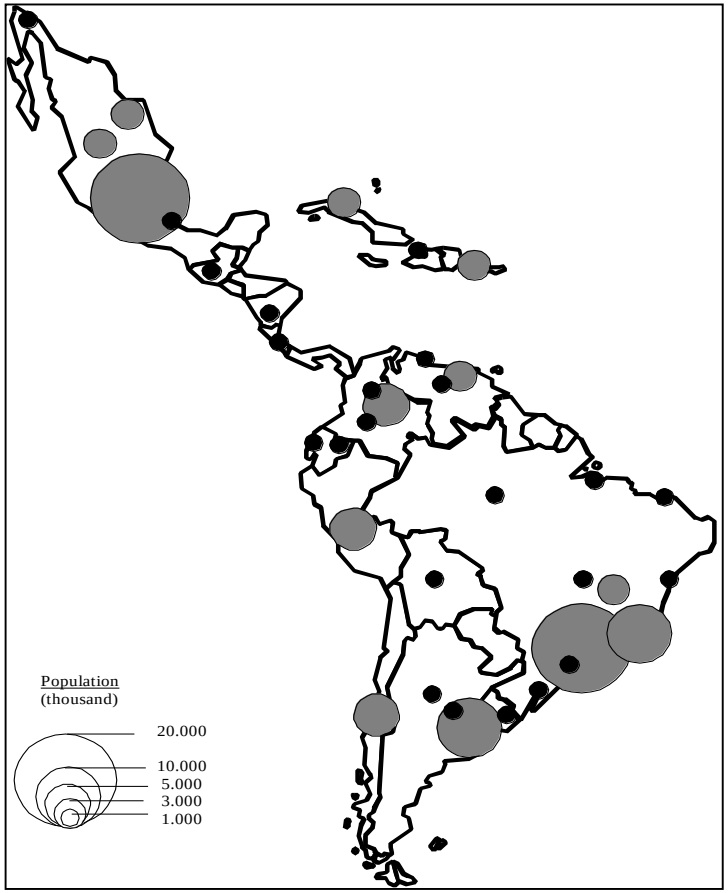
10 FACTORES QUE AYUDARON A AUMENTAR EL CONSUMO DE PESCADO

1 – Desarrollo mundial de las cadenas de frío
2 – Desarrollo de los medios de transporte de pescado
3 – Rápido desarrollo de la urbanización
4 – Equipamiento mundial de los hogares
5 – Desarrollo de la industria procesadora de alimentos
6 – Globalización de las recetas de cocina
7 – “Pescado” = nombre genérico ==> diversidad de la oferta
8 – Desarrollo del sector HORECA
9 – Consumir pescado es reconocido como un hábito saludable
10 – Posibilidad de aumentar la producción

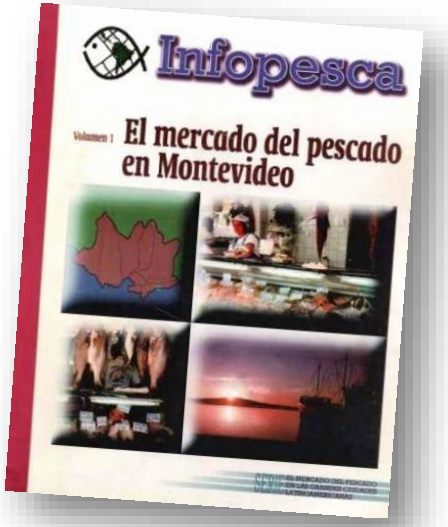
El mercado se subdivide en segmentos de mercado



35 ciudades con más de 1 millón de habitantes



INFOPESCA: Estudios del Mercado de Pescados en 19 ciudades latinoamericanas



1 -Montevideo

2 - Buenos Aires

3 - Río de Janeiro

4 - Brasília

5 - São Paulo

6 - Ciudad de México

7 - Santiago de Chile

8 - Caracas

9 - Bogotá

10 - Maceió

11 - Aracaju

12 - Maracay

13 - Valencia

14 - Recife

15 - Salvador

16 – Trinidad(Bolivia)

17 - Santa Cruz de la Sierra

18 - Cochabamba

19 - La Paz y El Alto

Algunos de los principales problemas identificados

Pocos puestos de venta de pescado ➔ poca disponibilidad para los consumidores

Ninguna capacitación formal de comercializadores de pescado

El pescado llega frecuentemente a los consumidores con mala calidad
(falta de hielo, producto congelado /descongelado, falta de limpieza…)

La relación calidad / precio no logra atraer el consumidor a consumir el resto del año

Hay perdidas relativamente importantes en el circuito de distribución

Los congelados sufren frecuentemente de variaciones de temperatura y
de glazeamiento por veces exagerado

Muchas veces los “salados – secos” no se encuentran particularmente secos.

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

Pescado fresco en supermercados

Una calidad muy variable

Congelados en supermercados

Calidad en franco progreso

Enlatados en supermercados

El principal segmento de distribución de enlatados

Ventas en pescaderías

Ventas en ferias de calle o informales

Ventas en restaurantes

Fast food – Comida rápida

Conclusiones

- América Latina y el Caribe es una región exportadora de productos pesqueros

- Consumo en América Latina es menos de la mitad del promedio del consumo mundial lo que representa una enorme posibilidad de crecimiento

Recomendaciones

- Promover el consumo de pescado, especialmente en países, para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional
- Formular un acuerdo sobre una estrategia común para estimular el consumo de pescado en los países de la región
- Fomentar el comercio justo de pescados y mariscos en la región