

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



comisión nacional
de acuicultura y pesca



**FORO ECONÓMICO
DE PESCA Y ACUACULTURA**



Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura

FORO ECONÓMICO DE PESCA Y ACUACULTURA 2018



¿Con que frecuencia consumimos pescados y mariscos en México?



Generar información desde el comportamiento de compra de la población, para identificar y comparar el Indicador de frecuencia de consumo de pescados y mariscos de 1 a 3 veces por mes (2015-2018)

7 mediciones entre agosto del 2015 y marzo 2018

Impactar en las estrategias y programas de **fomento al consumo de pescados y mariscos en todo el país.**



Convivencia de Consumo de Alimentos en el Hogar Hábito de Consumo

		2 a 3 veces a la semana	1 vez a la semana	3 veces al mes	Cada quince días	1 vez al mes	Menos de una vez al mes
Carne res	97%	45%	38%	6%	6%	4%	2%
→ Pescados	96%	10%	18%	8%	20%	27%	17%
Pechuga de pollo	89%	48%	37%	7%	5%	2%	1%
→ Mariscos	87%	7%	11%	9%	17%	33%	23%
Carne de puerco	86%	31%	37%	8%	11%	9%	4%
Pollo otras piezas	83%	46%	35%	9%	5%	3%	1%
Carne de soya	33%	22%	19%	9%	13%	16%	20%

Diciembre 2017

Base: 1319



- Entender y profundizar en el comportamiento de los diferentes segmentos de consumo de pescados y mariscos en México
- Ubicar dónde está el potencial y áreas de oportunidad para fomentar el consumo entre los diferentes segmentos de consumidores
- Aprovechar las bases para comenzar a elaborar diseños de fomento con base en análisis de la información de mercado y consumo



Nuevas preguntas!!!!!!



Bases construidas y nuevas preguntas



- ✓ Estrategias diferenciadas para cada segmento.
- ✓ La estrategia con la población no consumidora tendría que ser congruente con la clase social baja.



NECESIDADES

Economía familiar

Antojo

Practicidad

Seguridad

Acceso





- ✓ Diferenciar estrategias entre pescados y mariscos.
- ✓ Tomar en cuenta estrategias por canal y en especial, puntos de consumo de producto preparado.
- ✓ Desarrollar el potencial informativo sobre las 17 ciudades exploradas, tomando en cuenta que ahí está el 65% de la población.
- ✓ Tomar en cuenta el contexto cultural de la población en cuanto al conocimiento y hábitos de consumo de pescados y mariscos, ya que esto también determina el potencial que se puede tener para fomentar el consumo.

FORO
ECONÓMICO
DE PESCA Y
ACUACULTURA



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



comisión nacional
de acuicultura y pesca



Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura

Gracias.....