FINANCIAMIENTO E INVESTIGACIÓN COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO REGIONAL

“TENDENCIAS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR PESQUERO Y ACUÍCOLA DURANTE Y DESPUES DEL COVID 19”

CANACINTRA, MÉX, JULIO 2020

02 Tendencias

Cambios constantes

RETOS

- Desarrollo Sostenible
- Aceso al agua y alimentos
- Economías de Mercado éticas
- Avances tecnológicos dinámico
- Lucha contra enfermedades

03 Tendencias

INDUSTRIA ALIMENTARIA DE PESCADOS Y MARISCOS

Menor desperdicio

Mayor eficiencia

INNOVACION

DIGITALIZACIÓN

AUTOMATIZACION

ADAPTACION A LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

04 Tendencias

¿Que busca?

CONSUMIDOR

- Productos de cercanía
- Marcas que inspiren confianza (sobre todo en salud)
- Productos frescos y procesados listos para servirse o fáciles de cocinar o cocinados
- Accesibles de precio
- Productos nutritivos (libres de aditivos dañinos a la salud
- con certificaciones
- Productos innovadores

05 Tendencias

¿Que hará?

CONSUMIDOR

- Consolida el consumo en casa
- Consumo más racional (enfoque de ahorro)
- El e-commerce y el dilevery se vuelven indispensables para su consumo
- Vuelve la cocina a tomar relevancia en el consumidor
- Regreso a las preferencias por los productos locales

06 Tendencias

07 Tendencias

MERCADO NACIONAL

- CENTRALES DE ABASTO ↓
- TIENDAS DE AUTOSERVICIO ↓
- MERCADOS PÚBLICOS ↓
- RESTAURANTES ↓
- COMEDORES INDUSTRIALES ↑
- FAST FOOD ↑
- E-COMMERCE ↑
- TIANGUIS ↓
- PESCADERÍAS ↑
- FOOD TRUCKS ↑

08 Tendencias

MERCADOS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS

- Disminución drástica de las exportaciones hasta del 48.4 % al mes de abril de pescados moluscos y crustáceos
- Disminución de Importaciones en un 30.5 % en el mismo periodo
- Hay una tendencia de los países importadores a cerrar sus fronteras por la pandemia y en protección a la industria nacional
- El mundo enfrenta una reseción económica reflejada en una contracción de las economías entre el 7 y el 12 % del producto interno anual de los países, lo que provocará una fuerte disminución en el consumo por falta de liquidez
- Fortalecer el mercado interno

09 Tendencias

MERCADOS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS

Estrategias para acceder a los mercados

EMPRESAS ACUÍCOLAS Y PESQUERAS

1. Marketing Digital en redes sociales que incluya estrategia de comunicación; alcance, mensajería en Whatsapp business; Instagram, Messenger, etc.
2. Generación de valor agregado
3. Innovación de productos
4. Automatización de sistemas de producción
5. Contratación de mentoría para procesos de comercialización, valor agregado, e innovación tecnológica
6. Mercados importantes a cubrir: centros de distribución o comisariatos; tiendas de conveniencia; puntos de venta (pescaderías, fast food y comedores industriales;
7. Lanzamiento de productos al mercado a precios accesibles
8. Plataforma digital de información de mercado

Proyectos estratégicos para acceder a los mercados

EMPRESAS ACUÍCOLAS Y PESQUERAS

1. Impulsar la instalación de Pescaderías, Comisariatos y/o Pequeños centros de distribución, que faciliten el acercamiento de los productos pesqueros y acuícolas a los consumidores.
2. Promover la creación de empresas que brinden el servicio de transporte refrigerado mediano y pequeño.
3. Aumentar la demanda de pescados y mariscos en el mercado interno a través de campañas de promoción digitales en redes sociales.
4. Agregar valor a las pesquerías de bajo valor (más del 50% de las pesquerías en México tiene un valor menor a los $20.00/kg a pie de playa
5. Impulsar a la acuacultura, principalmente aquella de mayor potencial como son los peces marinos, moluscos bivalvos, tilapia, algas marinas y especies dulceacuícolas.
6. Impulsar el acceso al mercado asistencial que proporcionan los gobiernos a los grupos vulnerables