



Un gran esfuerzo del Sr. Pescado

Después de un año de gestiones, fue aprobado y firmado por Sagarpa y Comepesca el Convenio para la Promoción Genérica de Productos Pesqueros y Acuícolas de México 2006. Con este logro, cobran nuevos bríos los esfuerzos por incrementar el consumo de pescados y mariscos en México.

En el año 2005, tras varios años de trabajo y preparación, el Consejo Mexicano de Promoción de los Productos Pesqueros y Acuícolas, A.C. (COMEPESCA), lanzó su primera campaña publicitaria para incrementar el consumo de pescados y mariscos bajo el slogan "Ponte vivo, come pescado" para así crear una cultura de consumo.

La época de cuaresma 2005 fue el punto de partida para concientizar a la población. Le siguieron una campaña de nutrición y salud, además de una campaña de Relaciones Públicas sumamente efectiva. También estuvo presente en ferias y exposiciones nacionales e internacionales.

Como resultado de las actividades promocionales de ese año, tiendas de autoservicio (Chedraui, Gigante y Comercial Mexicana, Soriana, HEB, etc.) incrementaron significativamente sus ventas; hasta en un 29% contra el año anterior como es el caso de SAM'S.

Para el año 2006, como parte de esta nueva campaña, especies como la tilapia y la trucha contarán con el sello de "México Calidad Suprema" otorgado por COMEPESCA, el cual asegurará su calidad y procedencia.

Además, el Estado de México, Tlaxcala y Querétaro han sumado esfuerzos con el COMEPESCA, para promover el consumo de pescados y mariscos a nivel estatal durante este año.

El plan de Promoción Genérica de Productos Pesqueros y Acuícolas de México 2006, contemplará lo siguiente:

- Reforzar la imagen del Sr. Pescado haciendo énfasis en consumir "pescados y mariscos mexicanos".
- La campaña de medios abarcará radio, espectaculares, vallas, camiones y revistas especializadas.
- Se realizarán acciones publicitarias con cadenas de restaurantes y autoservicios a nivel nacional.
- Se contemplará la realización de catas de producto con la industria restaurantera y de autoservicios.
- El kiosco de Nutrición y Salud participará en eventos deportivos masivos, congresos médicos y actividades en escuelas.
- Participaremos con un Pabellón de productores nacionales en Abastur Rest-Hotel, que estará abierta a la participación de todos los productores interesados (cupos limitados).
- Actividades del Sr. Pescado en diferentes eventos.
- La campaña estará dirigida a los principales centros de consumo en el país.
- La campaña comprenderá entrevistas en radio y TV con especialistas en el ramo.
- Finalmente se realizará un estudio de mercado para analizar los resultados de la campaña.

Esta importante tarea seguirá en pie hasta lograr un consumo per capita que refleje una verdadera cultura de consumo de pescados y mariscos en México.

¡Ponte vivo, come pescado!

