

El Sr. Pescado está de regreso

En el segundo semestre del 2006, regresa la campaña para la promoción del consumo de pescados y mariscos en México.



Durante el 2004 y principios del 2005, se sumaron los esfuerzos y voluntades del sector pesquero-acuícola mexicano y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), para realizar la primera campaña de promoción genérica de pescados y mariscos a nivel nacional. Los resultados fueron excelentes y por ello, a partir del mes de septiembre de este año, regresa la renovada imagen del Sr. Pescado con más fuerza y nuevas actividades.

Ponte vivo, come pescado y mariscos mexicanos

La primera campaña 2004-2005 creó al personaje, El Sr. Pescado. La estrategia de comunicación fue utilizar a este personaje como actor principal para mostrar, de manera fresca y divertida, todos los beneficios de consumir pescados y mariscos mexicanos.

Durante la campaña 2004-2005, el tema del consumo de pescados y mariscos regresó a la consciencia colectiva de México, sin embargo la permanencia de este mensaje y el posiciona-

miento en la mente de los consumidores requiere un esfuerzo permanente.

Es por esto que, durante este segundo semestre del 2006 los esfuerzos continúan para alcanzar los siguientes objetivos:

- Fomentar el consumo de pescados y mariscos en la dieta de la población mexicana.
- Coadyuvar a incrementar en consumo per cápita nacional.

La campaña está dirigida a amas de casa nivel socioeconómico medio (C), así como al público infantil. Todo el concepto está sustentado en generar simpatía por El Sr. Pescado, quien comunica los beneficios a la salud otorgados por el Omega 3 y los productos libres de grasa, así como los beneficios al corazón y la importancia de incluir los pescados y mariscos en la dieta diaria.

En esta ocasión se continúa con la promoción genérica de pescados y mariscos mexicanos, añadiendo un énfasis especial a la promoción de la sardina mexicana en sus presentaciones congelada y enlatada.



En contacto con los consumidores en diversos puntos de venta



Nuevas actividades

La campaña consta de las siguientes actividades:

· Estudios de mercado previo y posterior a la campaña.

Con el fin de conocer el comportamiento del consumidor ante los pescados y mariscos

· Participación en eventos relacionados con los sectores de alimentos, restaurantes y autoservicios

Con el fin de reforzar la imagen de El Sr. Pescado directamente con los consumidores en puntos de venta y establecimientos relacionados. Se llevarán a cabo actividades en más de 140 puntos de venta en autoservicios y 40 puntos de venta en cadenas de restaurantes.

· Ferias y exposiciones

La presencia de El Sr. Pescado y de los pescados y mariscos mexicanos en estas ferias es importante. En ellas no solamente refuerza su imagen, también es una excelente oportunidad para entregar a los asistentes información de primera mano, la cual permite el contacto directo de los productores con los principales compradores del país.

· Actividades con escuelas de sector básico

Este sector es de suma importancia para desarrollar una cultura de consumo de estos alimentos. Es vital conscientizar, tanto a padres de familias como a personal docente, sobre los beneficios de estos productos.

· Catas de pescados y mariscos

Estas actividades están dirigidas al segmento de restaurantes y autoservicios. Con la participación de productores nacionales se mostrará lo mejor de los productos y platillos mexicanos, incluyendo también la participación de los medios de comunicación para lograr un impacto publicitario completo.

· **Publicidad en los principales medios de comunicación como radio, transporte público, espectaculares y revistas.**

· **Ruedas de prensa** Complementadas con visitas a la industria pesquera, para que los medios de comunicación puedan conocer más de cerca a la industria mexicana y sus productos.

· **Campaña de nutrición y salud desarrollada especialmente para escuelas, eventos deportivos y congresos médicos.**

Además, la presente campaña se realiza con la colaboración de productores del sistema pesquero y acuícola mexicano afiliados al Consejo Mexicano de Promoción de los productos Pesqueros y Acuícolas (COMEPESCA), así como el Gobierno Federal de México a través de ASERCA (Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria) y CONAPESCA (Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca) dependientes de la SAGARPA.

Seafood Today

¡El Señor Pescado regresa nuevamente a la vida diaria de los hogares mexicanos!

