

RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN A PRODUCTORES/COMERCIALIZADORES ACUÍCOLAS Y CONSUMIDORES

El estudio consistió en el relevamiento de distintos casos oriundos de las provincias de *Buenos Aires, Santa Fe, Chaco, Misiones, Entre Ríos, Jujuy, Tucumán, La Rioja, Mendoza, San Juan, Neuquén, Río Negro, Chubut y Santa Cruz.*

Lic. Marianela Nazaret Vila

**DIRECCIÓN DE ACUICULTURA
Subsecretaría de Pesca y Acuicultura - MAGYP
2015**

Metodología

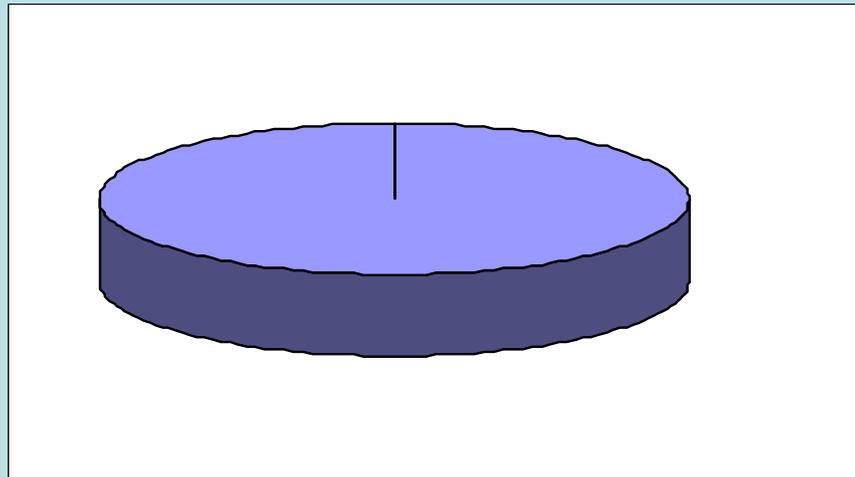
- 1) **Tipo de trabajo:** Investigación descriptiva, cuantitativa y cualitativa.
- 2) **Unidades de análisis:** Sector Acuícola: Desarrollo y Mercado.
- 3) **Procedimiento:** Clasificación y Análisis.
- 4) **Técnicas e instrumentos:** Búsqueda de datos secundarios: Análisis de investigaciones e informes del Ministerio de Agricultura, ganadería y pesca. Relevamiento de datos primarios: A través cuestionarios.
Se realizaron dos cuestionarios: Uno destinado a Productores / Comercializadores y otro a Consumidores. Los mismos resultaron ser cuestionarios mixtos (preguntas abiertas y cerradas), con escalas de respuestas estructuradas, entre otros.
- 5) **Muestra (no estadística):**
 - Productores/ Comercializadores acuícolas: 52 casos.
 - Consumidores: 107 casos.
- 6) **Periodo de recolección de datos:** Junio – Noviembre 2014

Productores/Comercializadores

En la indagación referente a si consideraba que la construcción de una marca sectorial acuícola podría brindar ventajas (productivas, comerciales, imagen, comunicación, entre otras) y por ende impulsar el desarrollo de la Acuicultura de la República Argentina.

RESPUESTA

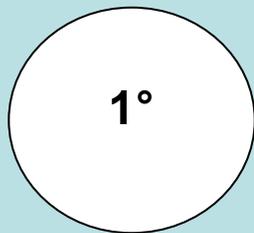
SI: 100%



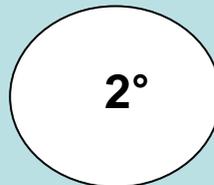
Productores/Comercializadores

Cuando se preguntó acerca de los 4 (cuatro) principales beneficios que dicha marca (ícono de un sistema agroalimentario de diferenciación y generación de valor), podría brindar para el desarrollo del Sector Acuícola de la República Argentina.

RESPUESTAS



Mayor Acceso a mercados.



Contribuir al posicionamiento de la imagen del Sector.



Aumentar la formalidad de la actividad acuícola.



Generación de valor para los productos acuícolas.

Productores/Comercializadores

En la consulta respecto a que atributos y jerarquización de los mismos, debería resaltar la mencionada marca sectorial, como símbolo del sistema agroalimentario de diferenciación y generación de valor acuícola.

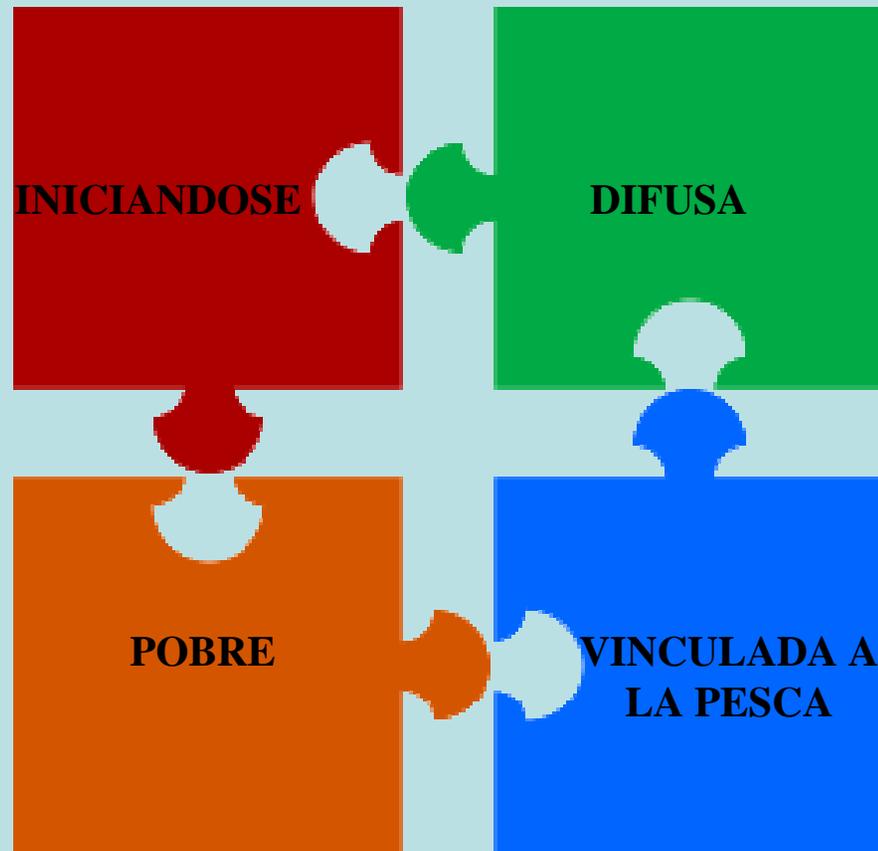
RESPUESTAS

- 1° Calidad**
- 2° Confianza**
- 3° Diferenciación**
- 4° Estandarización**
- 5° Generación y Agregado de valor**
- 6° Sabor/Aroma**
- 7° Información Nutricional**

Productores/Comercializadores

Respecto a la indagación de cómo se considera la imagen del sector acuícola...

RESPUESTAS

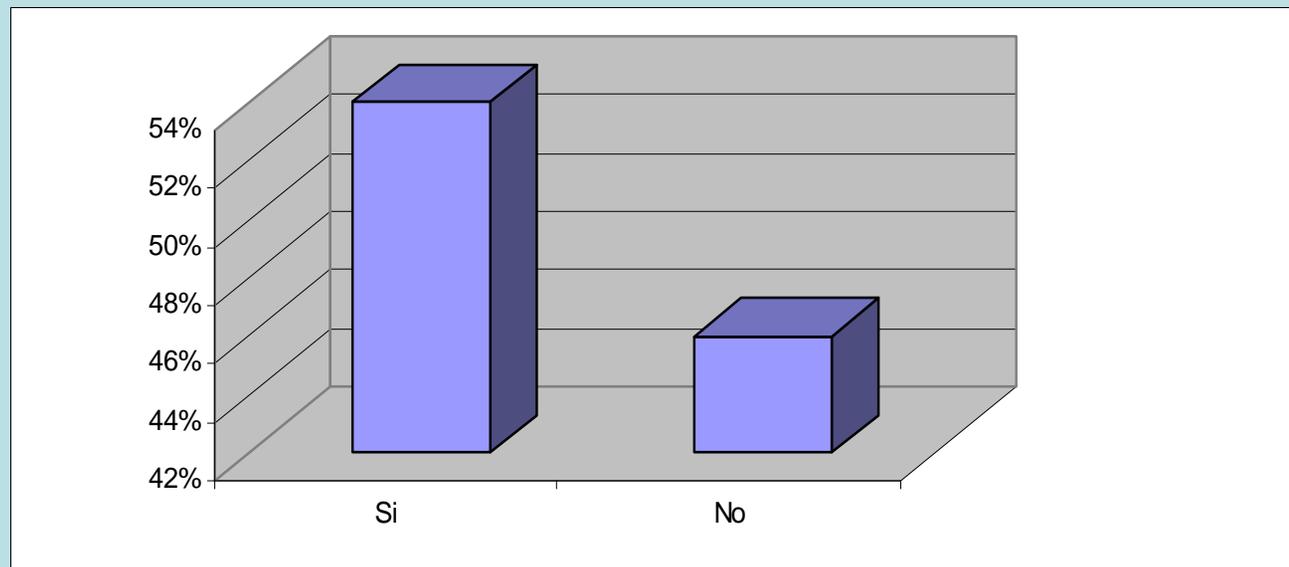


Productores/Comercializadores

En cuanto al nivel de conocimiento de marcas de productos acuícolas presentes en la República Argentina.

RESPUESTAS

Si 54%
No 46%

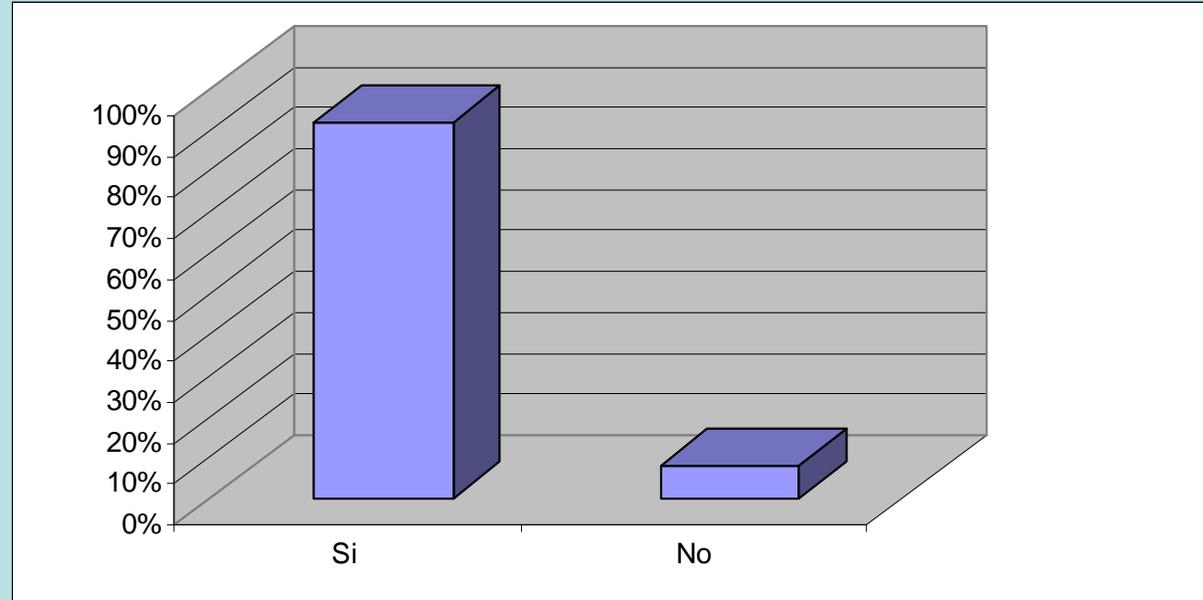


Productores/Comercializadores

En la pregunta respecto a si participaría de eventos comerciales tales como Ferias, Exposiciones, Jornadas técnicas, entre otros.

RESPUESTAS

Si **92%**
No **8%**



Productores/Comercializadores

Respecto a aquellos aspectos/variables que deberían ser mejorados tanto en los productos acuícolas como en el Sector.

RESPUESTAS

Productos acuícolas:

- **Eficiencia y mayor desarrollo en la producción con valor agregado.**
- **Accesos a mercados nacionales e internacionales.**
- **Generar una imagen de producto alta calidad y sano para generar la demanda por parte de los consumidores.**
- **Fomentar los beneficios de los productos acuícolas.**
- **Marketing, Publicidad y Promoción.**
- **Difusión de los productos y de las tecnologías en producción.**
- **La alimentación en los criaderos, ya que el alimento es muy costoso.**
- **Mayor estandarización y comercialización.**
- **Mayor conocimiento de los productos acuícolas**
- **Cadena de frío y procesos.**
- **Información de productos.**
- **Mayor preparación del producto.**
- **Posicionamiento de marcas y productos.**
- **Información al consumidor**

Productores/Comercializadores

RESPUESTAS

Sector acuícola :

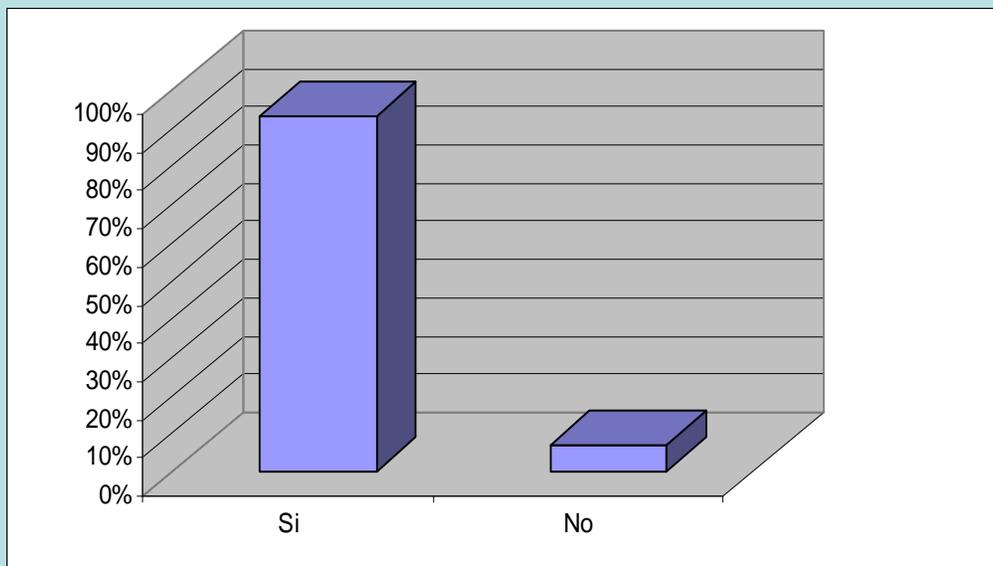
- Difusión de experiencias acuícolas producidas en el territorio Argentino.
- Mayor formalidad.
- Capacitación sobre marketing e industrialización
- Ayudas al sector acuícola que produce de forma artesanal.
- Seminarios, cursos, fortalecimiento de investigaciones y potenciar especies que puede ser promisorias a alternativas de cultivo.
- Mejorar la infraestructura.
- Líneas de financiamiento para PYMES.
- Trabajar el concepto de normas de calidad y comercialización.
- Mejorar interacción entre órganos de control, de investigación, proveedores y productores.
- Fomentar y apoyar pequeños y medianos productores para generar el concepto de “industria acuícola”.
- Mayor estandarización para mejorar la calidad del producto.
- Concientización sobre comercialización y consumo.
- Creación de asociaciones y/o cooperativas.
- Investigación, desarrollo y tecnologías.
- Capacitaciones en cuanto al armado de instalaciones acuícolas.
- Alimentación y sustitución de insumos caros.
- Plantas de faena y procesamiento.
- Más opciones en alimento balanceado.
- Contar con establecimientos procesadores a corta distancia de los centros de producción.
- Trabajar el concepto de normas de calidad y comercialización.

Consumidores

En la indagación sobre si consume el encuestado o su familia, ya sea pescado, moluscos u otras especies de mar, río u otras fuentes de agua.

RESPUESTAS

Se especificaron que mayoritariamente se consumen la siguientes especies:



Merluza
Calamar
Mejillón
Pacú
Surubí
Salmón
Sábalo
Atún
Dorado
Trucha
Langostinos

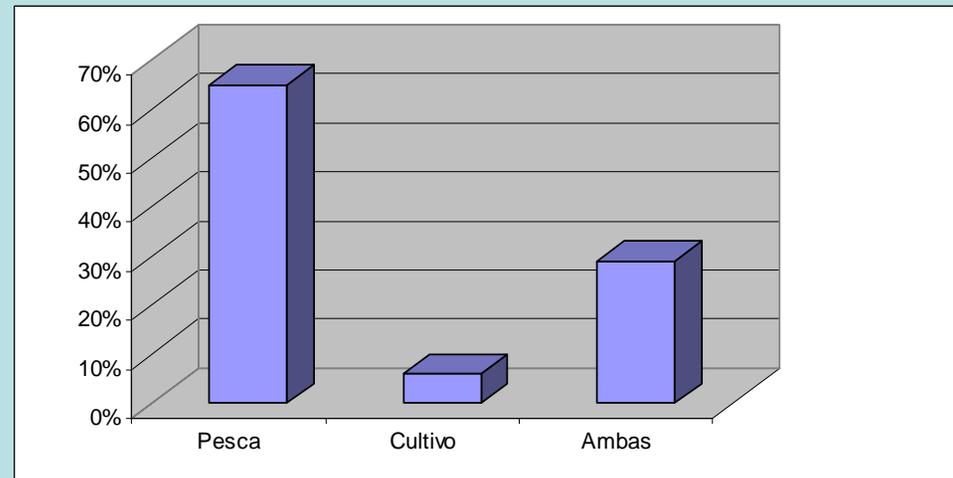
Pejerrey Boga
Lisa
Lenguado
Moncholo
Tilapia
Carpas
Almejas
Sardinas
Yusca,
entre otros ...

Consumidores

Respecto de la pregunta anterior, se indagó según el conocimiento de que si dichos productos provienen de...:

RESPUESTAS

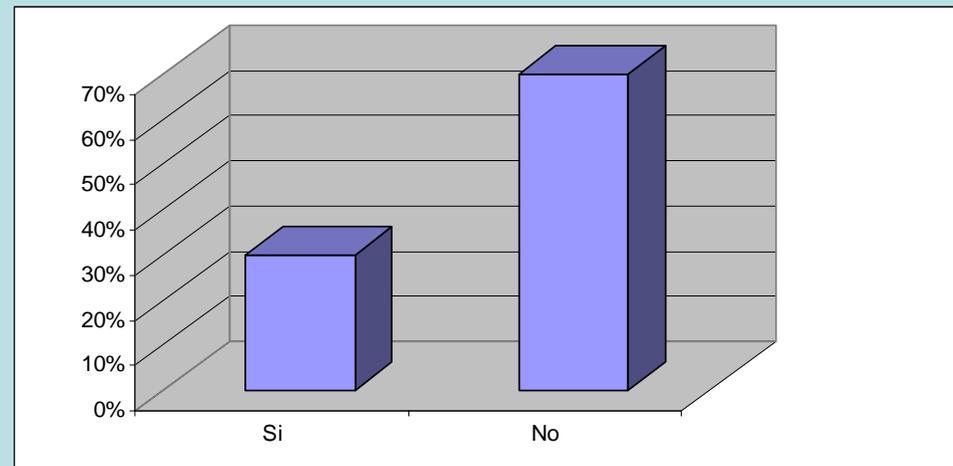
Pesca	65%
Cultivo	6%
Ambas	29%



RESPUESTAS

En la indagación sobre si conoce realmente que es la actividad Acuícola

Si	30%
No	70%

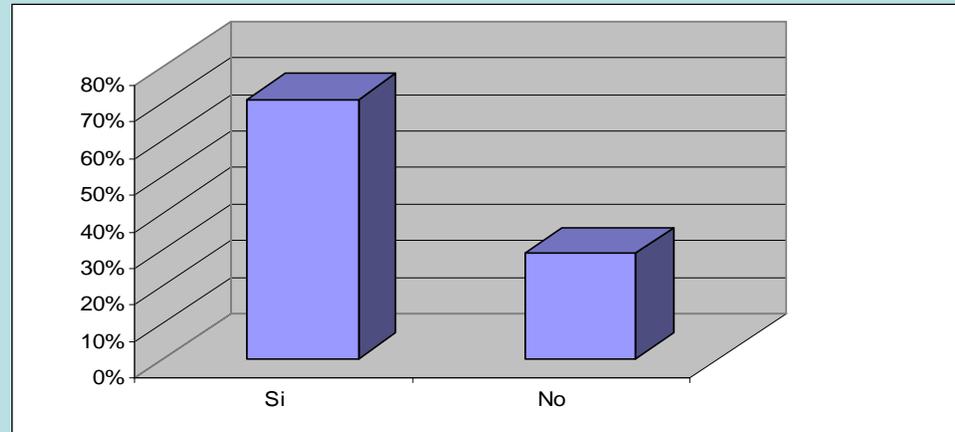


Consumidores

Respecto del conocimiento sobre cuales son las diferencias de calidad y procesos involucrados, entre un producto acuícola y uno de extracción (pesca) de río o mar.

RESPUESTAS

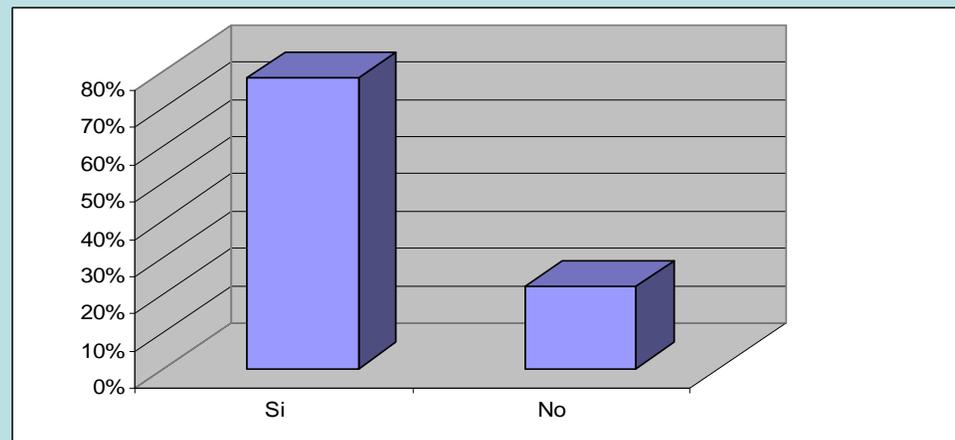
Si **71%**
No **29%**



RESPUESTAS

En la indagación si compraría un producto de cultivo que posea una marca que comunique o inspire calidad en cuanto a dicho producto y beneficios que con la adquisición del mismo podría obtener.

Si **78%**
No **22%**

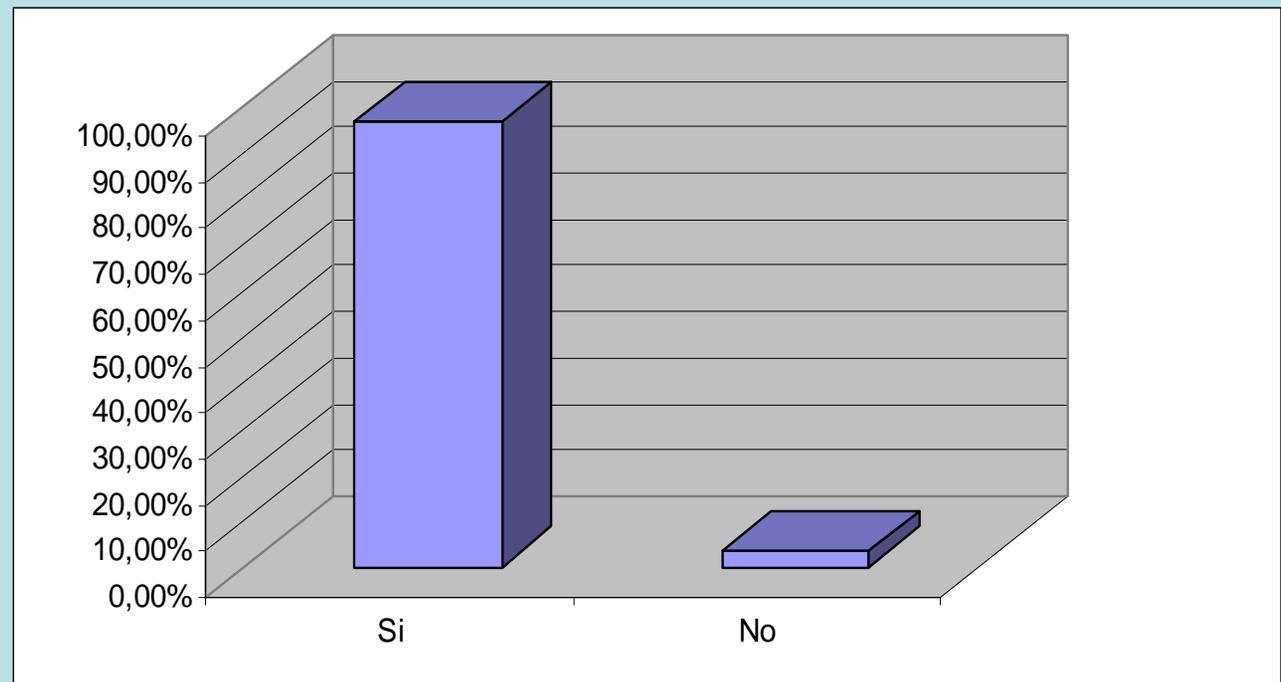


Consumidores

Respecto a si la construcción de una marca sectorial acuícola reflejada en los envases de los productos y material de comunicación, podría brindar ventajas (productivas, comerciales, imagen, comunicación, entre otras) y por ende impulsar el desarrollo de la Acuicultura de la República Argentina.

RESPUESTAS

Si **96,50%**
No **3,50%**



Consumidores

En lo concerniente a marcar con una cruz (X) los 4 (cuatro) principales beneficios que la marca (ícono del sistema agroalimentario de diferenciación y generación de valor), podría brindarle como consumidor.

RESPUESTAS

- 1° Alimentarse de manera mas saludable.
- 2° Mayor acceso a la compra de productos acuícolas.
- 3° Generación de fuentes de trabajo
- 4° Mayor conocimiento en el mercado de marcas privadas acuícolas.

En la pregunta respecto a que atributos debería resaltar la marca sectorial como símbolo del sistema agroalimentario de diferenciación y generación de valor acuícola.

RESPUESTAS

- 1° Calidad
- 2° Confianza/Seguridad
- 3° Diferenciación
- 4° Estandarización
- 5° Sabor/Aroma
- 6° Generación y Agregado de valor
- 7° Combinación del producto acuícola con vegetales, entre otros alimentos.
- 8° Producción en origen.

Consumidores

Finalizando el interrogatorio, se hizo referencia a si conoce marcas productos acuícolas presentes en la República Argentina.

RESPUESTAS

Si **24,56%**
No **75,44%**

