

Informe Especializado
Oportunidades Comerciales para el Paiche en Europa



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 3 |
| I. PRODUCTO..... | 5 |
| II. POTENCIAL DE MERCADO & ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA..... | 7 |
| III. TRANSPORTE & LOGÍSTICA..... | 11 |
| IV. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN..... | 12 |
| V. PRECIOS..... | 13 |
| VI. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO..... | 14 |
| VII. INFORMACIÓN DE INTERÉS..... | 15 |
| VIII. INFORMACIÓN SOBRE COMPRADORES POTENCIALES | 17 |



Fuente: Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna & Flora – CITES

El paiche (*Arapaima gigas*), conocido también como pirarucu o bacalao amazónico, es una de las especies de agua dulce de mayor tamaño en el planeta, la cual puede alcanzar hasta 3 metros de longitud. Su hábitat natural se encuentra en la cuenca del Amazonas, siendo Brasil (8 387 toneladas) y Perú (1 227 toneladas) los principales productores con un volumen conjunto de 9 614 toneladas en 2015¹ que en su mayoría son destinadas al consumo interno.

Sus características particulares como el color y la textura de su carne, el bajo contenido en grasas equivalente a aproximadamente 1% (2% en tilapia / 7% en trucha) y los altos niveles de proteínas, omega 3 y omega 6, hacen que del paiche un producto con alto potencial sobre todo en mercados sofisticados como la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, si se tiene en cuenta el auge de tendencias como la búsqueda de experiencias sensoriales nuevas/exóticas, las preferencias por el cuidado de la salud y la mayor demanda de productos sostenibles.

Pese a lo expuesto, a la fecha, el comercio internacional de este producto es intermitente y se da en bajas proporciones. De acuerdo al CITES², las importaciones mundiales de paiche y sus subproductos totalizaron 82 toneladas en 2015, siendo las presentaciones con mayores volúmenes de compra las carnes básicamente filetes, porciones y t – bone steaks congelados. Por otro lado, en menor medida existe demanda por especímenes vivos destinados para los mercados de peces ornamentales y pesca deportiva en el Sudeste Asiático; así como otras presentaciones como pieles, productos elaborados a base de cuero y escamas.

En el caso específico de la carne, el principal destino es Estados Unidos cuya demanda alcanzó las 81 toneladas, seguido por España y Bélgica. Pese a ello, el paiche aún cuenta con una presencia reducida en el mercado norteamericano que se ciñe a la venta minorista de filetes y porciones a través de algunas tiendas de la cadena Whole Foods y a la cobertura de unos pocos

¹ IBGE / DIREPRO

² CITES: Convention of International Trade in Endangered Species of Wild Flora & Fauna

operadores HORECA por medio de distribuidores especializados como [Artisan Fish](#) y [Cuisine Solutions](#).

En este contexto es importante continuar planteando esfuerzos en la introducción del paiche en la cadena de valor global por lo cual el presente documento tiene el objetivo de identificar potenciales oportunidades para este producto y sus derivados en mercados clave de Europa en base a la experiencia previa de competidores con mayor presencia en el comercio internacional como la perca del Nilo, el barramundi australiano o el pangasius vietnamita.

I. PRODUCTO**1.1. TRATAMIENTO ARANCELARIO**

El *Arapaima Gigas*, paiche (Perú & Bolivia) o pirarucu (Brasil), habita exclusivamente en la cuenca del río Amazonas en las regiones selváticas de Perú, Brasil, Colombia, Bolivia y Guyana. Es uno de los peces de agua dulce más grandes del planeta por lo cual puede alcanzar 3 metros de longitud y pesar hasta 275 kg.

Debido a que el paiche no cuenta con una partida específica, este se clasifica dentro de dos grandes subpartidas arancelarias. En ambos casos existe desgravación total en el marco de la aplicación del acuerdo comercial Perú – Unión Europea.

Cuadro N° 01**Unión Europea: Partidas Arancelarias para el paiche (*Arapaima gigas*) por presentación**

| Partida HS10 | Descripción | Arancel NMF | Arancel Aplicado a Perú | Otros países |
|--------------|--|-------------|-------------------------|--------------|
| 030489.10.00 | Demás filetes congelados de los demás pescados Filetes de Paiche | 0% | 0% | Brasil - 9% |
| 030389.10.00 | Demás pescados congelados, excl. Hígados y huevas Paiche Entero | 0% | 0% | Brasil - 8% |

Fuente: Aduanas de Brasil / IBGE Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

1.2. REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO**Certificado sanitario**

Las importaciones de productos pesqueros en la Unión Europea están sujetas a una certificación oficial, fundada en el reconocimiento por la Comisión Europea de la autoridad competente del tercer país. En el caso de Perú la entidad pertinente es SANIPES, la cual se encarga de garantizar las inspecciones y controles a lo largo de la cadena productiva cubriendo todos los aspectos de higiene, salud pública y salud animal. Para mayor información con respecto a la obtención de certificados sanitarios se recomienda revisar [SANIPES](#) & [Manual VUCE](#)

Es importante agregar que para el caso específico de países que deseen exportar productos de acuicultura, como el paiche, a la Unión Europea necesitan una autorización especial que se da al cumplimiento de los requisitos de control de residuos veterinarios como se indica en los artículos 29 y 30 de la [Directiva 96 / 23 / CE](#). La UE considera a los productos acuícolas desde una perspectiva “agrícola” y no pesquera, por lo que tienen que estar sometidos a un plan anual de control de metales pesados, contaminantes, residuos de plaguicidas y medicamentos veterinarios para verificar el cumplimiento de las exigencias europeas.

Certificado de captura

A través del [Reglamento \(CE\) N° 1005/2008](#), la Unión Europea establece un sistema comunitario para prevenir, desalentar y eliminar la pesca ilegal para lo cual ha establecido que todos los productos de la pesca vayan acompañados por un Certificado de Captura. En Perú, el Certificado de Captura debe ser validado por la Dirección General de Seguimiento, Control y Vigilancia del Ministerio de la Producción. En el caso de las capturas efectuadas por embarcaciones pesqueras artesanales o de menor escala, se validará el Certificado de Captura Simplificado, el que será entregado por las Direcciones Regionales de Producción o las que hagan sus veces, de los Gobiernos Regionales. Para mayor información revisar [Modelo de Certificación de Captura y Certificado de Reexportación de la Comunidad Europea](#).


Normas de etiquetado y envase

De acuerdo al [Reglamento \(UE\) N° 1169/2011](#), el contenido de la etiqueta debe estar en el idioma del país al cual se exporta el producto, asimismo deberá facilitarse la siguiente información:

- Nombre comercial y científico de la especie
- Método de producción: En el caso del paiche debe indicarse que se trata de un producto de acuicultura
- País de origen y zona de pesca o producción
- Presentación: Debe identificarse como se procesa el producto (entero congelado / filetes / eviscerados / HG / HGT / entre otros)
- Peso neto: Únicamente en productos preenvasados
- Fecha de durabilidad mínima en formato (DD / MM / AA) e información nutricional
- Nombre o razón social y dirección del fabricante, embalador o vendedor establecido en la UE
- Número de lote y número de aprobación de la UE

Para mayor información revisar: [Guía de bolsillo sobre las nuevas etiquetas de la UE para los productos de la pesca y de la acuicultura](#)

1.3. ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

| Logo | Nombre de la certificación | Descripción |
|---|--|---|
|  | Acuerdo Internacional de Flora & Fauna - CITES | Toda importación, exportación o reexportación de paiche o sus derivados deben autorizarse por el CITES mediante un sistema de concesión de licencias, lo cual garantiza la sostenibilidad del producto. |

El *Arapaima gigas* es una de las especies que se encuentra listada en el Apéndice II de la [Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestres - CITES](#), lo cual significa que si bien no se encuentra necesariamente en peligro de extinción su comercio debe regularse a fin de evitar una utilización incompatible con su supervivencia. Por ello, para poder exportar e importar este producto, es necesario contar con una licencia otorgada por esta organización, la cual además se ha convertido en una herramienta importante de marketing debido a que garantiza la sostenibilidad de la producción y el cuidado del medio ambiente. De hecho, las dos principales exportadoras mundiales de paiche, [Mar & Terra](#) (Brasil) y [Acuícolas Los Paiches](#) (Perú) manejan estas licencias para el comercio internacional.

Asimismo, otras certificaciones que estas empresas manejan son [IMOSwiss AG](#) (Suiza), la cual certifica el cultivo natural y sostenible bajo los estándares específicos de Whole Foods, la principal cadena minorista que comercializa paiche en Estados Unidos. Además del sello HACCP que certifica la inocuidad alimentaria de los productos.

Sin embargo, en base a los requerimientos del importador europeo, cada vez tienen más cabida otros sellos optativos debido al creciente consumo ético y la búsqueda de una mayor calidad debido, principalmente, a la preocupación por los residuos de antibióticos en pescados de acuicultura. En este contexto, la mayor demanda de pescados “orgánicos³” en mercados como Alemania o Dinamarca, en los cuales ya representan más del 10% del consumo total (2016), ha propiciado que las principales cadenas de supermercados europeas comiencen a demandar productos bajo estos sellos, siendo los más difundidos Naturland (Alemania), Bio Suisse (Suiza), AB (Francia) y Soil Association (Reino Unido). Asimismo, la etiqueta [MSC](#) (Marine Stewardship Council) que tiene como objetivo validar prácticas de pesca responsable se están convirtiendo en un estándar “obligatorio” a nivel de retail como de consumo final.

El creciente interés por la pesca certificada en Europa abre oportunidades para que el paiche pueda ingresar como un producto atractivo con un precio por encima del promedio si se tiene en cuenta que sus principales competidores como la perca del Nilo o el catfish vietnamita son capturados en el medio silvestre o se cultivan industrialmente de manera poco responsable.

II. POTENCIAL DE MERCADO & ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para explicar efectivamente el potencial de la carne de paiche en el comercio mundial, especialmente en los mercados desarrollados, se debe tener en cuenta algunas premisas clave:

³ Las certificaciones orgánicas para productos de pesca solo se aplican para especies de acuicultura y están sujetas a rigurosas normas de crianza y bienestar animal. Se exige que las especies en cuestión cuenten con una alimentación natural, además de estar prohibido el uso de productos químicos y antibióticos.

- Actualmente, Brasil y Perú, los dos principales exportadores de paiche a nivel mundial, cuentan con exportaciones mínimas al mercado europeo.
- Debido a sus características biológicas y de producción, el paiche puede posicionarse exitosamente como un producto de nicho de alto valor comercial con oportunidades potenciales el sector HORECA y *Specialty*⁴.
- El mercado europeo de productos de acuicultura es altamente competitivo, entre las especies más comercializadas se encuentran la carpa, trucha, anguila, panga, tilapia, lucio europeo, lucioperca, perca del Nilo y baramundi.
- La producción de paiche para exportación es relativamente pequeña y tiene como destino prioritario los Estados Unidos.
- La demanda de productos pesqueros con certificaciones sostenibles ya representa 14% de las ventas globales de la categoría y se espera que continúe creciendo a largo plazo; sin embargo, la oferta de competidores como la perca del Nilo y la carpa europea es insuficiente por lo cual surgen oportunidades para nuevas especies de similares características como el paiche.

2.1. PRODUCCIÓN MUNDIAL

De acuerdo a estadísticas oficiales, la producción de paiche a nivel mundial en volumen totalizó 9 614 toneladas, siendo Brasil (8 387 TN) y Perú (1 227 TN) los dos principales productores a nivel mundial. Asimismo, también existe producción en países del Sudeste Asiático como Taiwán, Tailandia y Singapur aunque para propósitos ornamentales y deportivos básicamente.

En el caso específico de Perú, en 2015, poco más de 135 toneladas (11% de participación) de la producción de paiche correspondió a la acuicultura, de las cuales el 78% se destinaron a presentaciones congeladas y 22% a frescas teniendo como foco el mercado internacional y la proveduría HORECA local, aunque la penetración en este canal aún es baja. Por otro lado, se tuvieron capturas por casi 1 092 toneladas (89% de participación) de paiche silvestre, el cual posteriormente se procesó mayoritariamente en presentaciones secas – saladas y en salpreso; mientras que solamente 3% de la producción silvestre se comercializó en presentación fresca⁵. Vale la pena agregar que el grueso de estos subproductos se enfoca en el mercado local, especialmente en el consumo de las poblaciones de la Amazonía.

En tanto, Brasil registró una producción 8 387 toneladas y muestra una estructura similar aunque un mercado interno más familiarizado con este producto. De hecho, cada vez es mayor la presencia de la carne de paiche en restaurantes gourmet en las grandes ciudades de Brasil como Sao Paulo, Río de Janeiro y Salvador de Bahía, en los cuales ha encontrado positiva aceptación

⁴ Bienes de consumo con características especiales o identificación de marca para la cual un grupo de consumidores está dispuesto a hacer un considerable esfuerzo, los insumos gourmet caen en esta categoría.

⁵ PRODUCE – Perú: Extracción de Recursos Hidrobiológicos de Origen Continental por Tipo de Utilización según Especie 2015

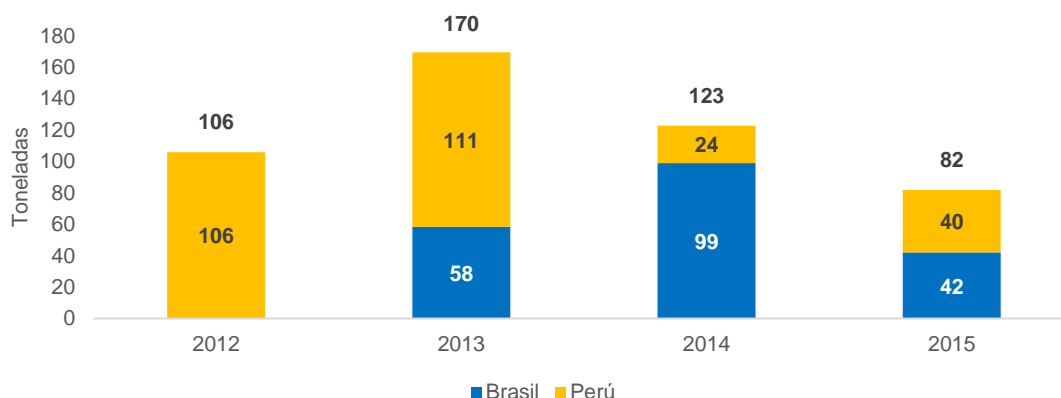
debido a sus características particulares como su sabor suave, textura firme, ausencia de espinas y a su versatilidad para adaptarse a recetas tradicionales como la moqueca (*guiso*) de pescado, a la parrilla o en asado⁶. Además, a diferencia de Perú, el mercado interno de paiche en Brasil se encuentra más desarrollado, lo cual se evidencia en una mayor presencia de sus subproductos en las principales cadenas minoristas del país, tal como se muestra a continuación.

| Filete sin piel congelado en cubos | Filete sin piel congelado |
|--|--|
|  <p>Marca: Peixes da Amazonia Supermercado pão de Açúcar Precio: US\$ 9,1 - Peso: 450 gr.</p> |  <p>Marca: Mar & Terra Supermercado Extra Precio: US\$ 7,4 - Peso: 400 gr.</p> |

Fuente: Supermercados Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

2.2. COMERCIO MUNDIAL

Gráfico N° 1: Exportaciones mundiales de carne de paiche en volumen



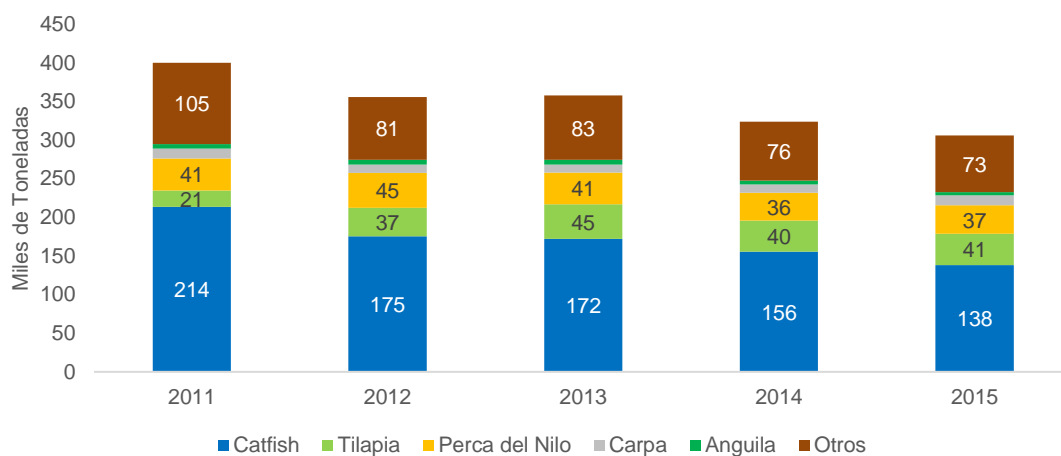
Fuente: CITES Trade Database Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Las exportaciones mundiales de carne de paiche sumaron 82 toneladas en 2015; de las cuales, de las cuales el 52% fueron realizadas por Brasil y 48% por Perú. Si bien es cierto casi la totalidad de los envíos de ambos países tuvieron como destino a Estados Unidos, en los últimos años algunos mercados europeos han realizado importaciones eventuales, tal es el caso de España (328 kg. - 2015), Francia (1 TN - 2014), Reino Unido (5 TN - 2013) y Noruega (4 TN - 2013). Las presentaciones con mayores oportunidades en Europa son los filetes congelados entre 150 y 200 gramos, así como porciones entre 1 y 4 kilogramos.

⁶ Embrapa – Actualización de Estudio de Mercado: Pirarucu da Amazonia 2016

2.3. COMPETIDORES & SUSTITUTOS

Gráfico N° 2: Importaciones de pescados de aguas frescas de la UE por especie



Fuente: EUMOFA Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

En la última década, los consumidores europeos han mostrado un creciente interés por pescados tropicales de carne blanca, siendo las más comercializadas tilapias, pangas y percas del Nilo. Sin embargo, la búsqueda de una mejor calidad se ha abierto oportunidades para nuevas especies que recientemente están siendo introducidas con relativo éxito como la cobia y el barramundi.

Las importaciones de pescados de aguas frescas⁷ de la Unión Europea totalizaron 306 mil toneladas en 2015 y representaron poco más del 5% del total de compras al exterior. Si bien las especies más demandadas se encuentran el **catfish** (basa o panga) con una participación de 45% sobre el total de importaciones de la categoría; en los últimos años, la demanda de este producto – principalmente proveniente de Vietnam y posicionado como *low cost* en el mercado europeo - ha experimentado un decrecimiento sostenido debido a los problemas medioambientales atribuidos a su producción por lo cual importantes cadenas como Carrefour (España, Bélgica & Francia), Esselunga y Coop (Italia) han decidido retirarla de sus anaqueles, lo cual puede generar oportunidades para otras especies de característica similares como la tilapia y la merluza. Precio promedio de importación 2016: 2,22 EUR/kilogramo.

En segundo lugar, se encuentra la **tilapia** con importaciones equivalentes a 41 mil toneladas en 2015 (13% de participación). El 90% de las importaciones de este producto se realiza en presentaciones congeladas (filetes, porciones y WRF), mientras que el 10% restante se compra en fresco. Los principales compradores son Holanda, Bélgica, España y Francia, mientras que los proveedores más importantes provienen del Sudeste Asiático como China, Vietnam e

⁷ Incluye carpas, anguilas de río, percas del Nilo, tilapias, catfish y otros pescados de aguas frescas a excepción de salmónidos como la trucha y el salmón.

Indonesia; Costa Rica, Ecuador y Panamá son los únicos proveedores Latinoamericanos. Aunque la demanda de este producto se encuentra estancada se espera que para los próximos años se dinamice en respuesta al posicionamiento negativo que está teniendo la basa entre los consumidores europeos. Precio promedio de importación 2016: 5,92 EUR/Kilogramo.

En tercer lugar se encuentra la **perca del Nilo**, un pescado de gran tamaño que habita en ríos y lagos de África siendo el principal centro de cultivo el Lago Victoria, que tiene como principales productores a Tanzania, Uganda y, en menor medida, Kenia. Este pescado, debido a sus características y a la apreciación de diversos importadores, es el producto con mayor similitud al paiche que actualmente se comercializa en el mercado europeo. Sus importaciones alcanzaron las 37 mil toneladas en 2015 (12% de participación) y es demandada principalmente en porciones y filetes frescos (68%) y, en menor medida, presentaciones congeladas (32%). La perca del Nilo es importada por Holanda y Bélgica donde es reexportada a Francia, Alemania y Europa del Este; mientras que otros compradores importantes son Italia y España que cuentan con mercados altamente familiarizados con este producto donde los consumidores lo consideran un pescado de carne blanca de calidad superior. Sin embargo, debido a potenciales problemas de sostenibilidad ligados a su producción y proveeduría, especies similares como el paiche y el baramundi surgen como sustitutos ideales a este producto debido a los bajos niveles de toxinas en sus carnes y mejor manejo sostenible. Precio promedio de importación 2016: 5,09 EUR/kilogramo.

III. TRANSPORTE & LOGÍSTICA

3.1. MEDIOS DE TRANSPORTE

Cuadro Nº 2
Tiempo de Transporte hacia principales puertos de la UE

| Vía | Tiempo de transporte | Puerto de Salida | Puerto de llegada |
|----------|----------------------|------------------|-------------------|
| Aéreo | 20 horas | Callao | Ámsterdam |
| Marítimo | 24 Días | Callao | Rotterdam |
| Marítimo | 24 Días | Callao | Hamburgo |
| Marítimo | 26 Días | Callao | Amberes |
| Marítimo | 32 Días | Callao | Vigo |

Fuente: SIISEX / World Freight Rates Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

3.2. FLETES

Los costos promedio⁸ asignados al transporte desde Perú hacia la Unión Europeo al 10 de marzo de 2017 son los siguientes:

⁸ Sujetos a cargos extras de servicios, impuestos, derechos, etc.

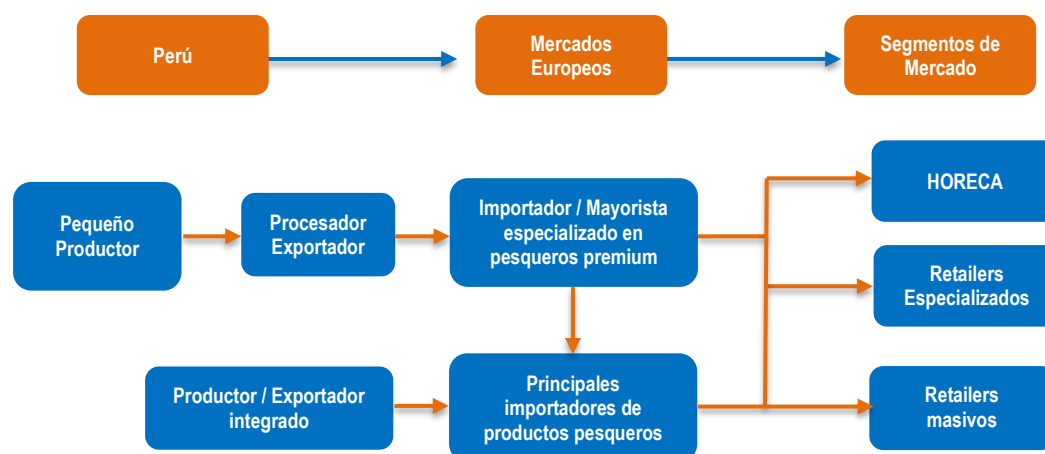
Cuadro N° 3
Costo del Flete Promedio hacia principales puertos de la UE

| Agente de Carga / Línea Aérea | Medio de Transporte | Unidad | Importe |
|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| KLM / LATAM | Aéreo Callao – Ámsterdam | 51 kg. – 1 000 kg. | US\$ 2,9/kg – US\$ 3/kg |
| Greenandes/Maersk/Mol Peru | Marítimo Callao – Rotterdam | Contenedor de 40' Refrigerado | US\$ 5 500 |
| CMA CGM/Maersk/Mol Peru | Marítimo Callao - Hamburgo | Contenedor de 40' Refrigerado | US\$ 6 000 |
| MSC/Maersk/Cosmos | Marítimo Callao - Amberes | Contenedor de 40' Refrigerado | US\$ 6 300 |

Fuente: SIICEX / World Freight Rates Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERÚ

IV. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Gráfico Nro. 3: Canales de Distribución y Comercialización de productos pesqueros premium en la Unión Europea



Fuente: CBI Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Los productos pesqueros premium, como sería el caso del paiche, usualmente se comercializan a través de retailers especializados; sin embargo, en los últimos años, las principales cadenas minoristas europeas han mostrado un fuerte interés por desarrollar líneas de pesca sostenible o certificada. Es así que, por ejemplo, el 100% de la oferta pesquera de Edeka (Alemania) está compuesta por productos sostenibles; mientras que los supermercados Lidl, presente en múltiples mercados europeos, únicamente comercializa productos con el sello MSC en sus líneas de frescos y congelados. De similar modo, Sainsbury (Reino Unido) ha dispuesto que solo venderá pesca sostenible para el 2020.

En muchos casos, las principales cadenas minoristas buscan nuevos productos acuícolas premium en las carteras de productos de sus proveedores actuales, los cuales usualmente se ubican en Holanda y Bélgica.

Los principales importadores europeos de productos pesqueros suelen comprar directamente a un productor de gran escala para asegurar una proveeduría regular o mediante un importador / mayorista especializado para ahorrar costos en el caso de un pedido específico.

Finalmente, los retailers especializados y los operadores de foodservice (HORECA) suelen adquirir sus productos de importadores especializados. Particularmente, los importadores especializados están dispuestos a invertir en relaciones a largo plazo con sus proveedores y productores de terceros países, ya sea a través del financiamiento de proyectos o asesoramiento en la cadena de producción.

V. PRECIOS

5.1. PRECIOS MINORISTAS

En general, los precios de los productos pesqueros premium - como sería el caso del paiche - son considerablemente altos en relación a las presentaciones convencionales. Esto responde básicamente a los elevados costos de la producción certificada, además de los mayores desembolsos en distribución debido a que los volúmenes de comercialización son menores comparados con los productos pesqueros masivos.

Es así que los precios de importación de esta clase de productos pueden ser hasta en 15% - 20% superiores a los de presentaciones convencionales; mientras que a nivel minorista se pueden observar diferencias de entre 20% y 40%⁹. De hecho, en plazas como Suiza, se puede observar que el precio minoristas de los filetes de pangasius orgánicos puede ser hasta el doble del de las presentaciones convencionales.

Cuadro N° 4
Precios Retail de Productos Pesqueros en Europa

| Producto Convencional | Producto Premium - Certificado |
|---|--|
|   <p>Filete de salmón convencional Origen: Escocia / Retail: Coop Precio: US\$ 45,4 / kilogramo</p> |   <p>Filete de salmón orgánico Origen: Escocia / Retail: Coop Precio: US\$ 53,8 / kilogramo (+ 18,5%)</p> |

⁹ CBI

| | |
|---|---|
|   <p>Filetes congelados de pangasius ASC Origen: Vietnam / Retail: Coop Precio: US\$ 10,9 / kilogramo</p> |   <p>Filetes congelados de pangasius orgánicos Origen: Vietnam / Retail: Coop Precio: US\$ 23,0 / kilogramo (+ 110,0%)</p> |
|   <p>Filetes de abadejo de Alaska Origen: EEUU / Retail: Carrefour Precio: US\$ 8,0 / kilogramo</p> |   <p>Filetes de abadejo de Alaska orgánicos Origen: EEUU / Retail: Carrefour Precio: US\$ 10,82 / kilogramo (+35,2%)</p> |

Fuente: Supermercados / Tiendas Online Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

VI. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

De acuerdo a CITES, las importaciones de carne de **paiche** de la Unión Europea sumaron casi 350 kilogramos en 2015, las cuales íntegramente provinieron de Perú y tuvieron como destino mayoritario España y, en menor medida, Bélgica. Sin embargo, en el año 2013, se exportaron poco más de 9 toneladas a esta región, siendo los mercados del norte de Europa (Alemania & Noruega) los que sustentaron este comportamiento.

Las oportunidades para la carne de paiche en Europa se darán en la medida que se apunte a nichos de mercado específicos debido a que en el segmento masivo otros pescados de carnes blancas como la panga y la perca del Nilo tienen una gran ventaja debido a sus precios bajos. En este contexto, formatos con creciente popularidad como las pescaderías orgánicas / certificadas, así como las tiendas gourmet podrían ser canales interesantes para este producto, especialmente en el norte de Europa donde el paiche podría posicionarse como una alternativa sostenible a las especies tradicionales debido a que los consumidores son más sensibles a las cuestiones sociales y medioambientales. De hecho, plazas como Alemania, Dinamarca y Suecia el consumo de productos pesqueros orgánicos ya representa más del 10% de la demanda interna y se espera que a mediano plazo esta tendencia se mantenga al alza¹⁰.

Asimismo, el paiche es un insumo con alto potencial para la restaurantería y el sector gourmet (HORECA) donde productos de menor calidad como la perca del Nilo ya tienen presencia esto debido a características particulares como su apariencia, sobre todo la parte del lomo que se

¹⁰ Cfr. Euromonitor International – Fish & Seafood in Germany 2016

presenta como un filete grueso de carne blanca comparable con el de mero o bacalao fresco; su textura que hace que el filete a pesar de estar congelado mantenga firmeza y suavidad; así como su sabor delicado y la ausencia de olor. De hecho, como parte de la estrategia de comercialización, se podría utilizar el término *Amazonian Cod*¹¹ o bacalao del Amazonas para asociar al producto a una mayor calidad. Los principales importadores especializados en el canal HORECA en Europa se encuentran localizados en los Países Bajos, Bélgica y Alemania tal cual muestra la tabla de potenciales compradores de la Sección VIII.

Finalmente, en comparación con la mayoría de competidores de acuicultura, como la panga o la tilapia, que ofrecen pocas posibilidades de desarrollar productos de valor añadido más allá del filete; el paiche, gracias a sus dimensiones, puede procesarse en porciones de diferentes tamaños, steaks, collarines, entre otros.

VII. INFORMACIÓN DE INTERÉS

7.1. FERIAS

Cuadro N° 6
Ferias de interés para el sector pesquero en la Unión Europea

| Nombre de la Feria | Web Site | Duración | N° Expositores | N° Visitantes | Ciudad País |
|---|---|----------|----------------|---------------|------------------|
|  Seafood Expo Global 2017 | http://www.seafoodexpo.com/global/ | 3 días | 1 660 | 22 000 | Bruselas Bélgica |
|  TuttoFood 2017 | http://www.tuttofood.it/ | 4 días | 2 838 | 74 493 | Milán, Italia |
|  Conxemar 2017 | http://www.conxemar.com/ | 3 días | 500 | 33 000 | Vigo España |
|  Fish International 2018 | http://www.fishinternational.com/ | 3 días | 270 | 11 000 | Bremen Alemania |

Fuente: Eventseye.com Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

¹¹ Término con el cual se refieren al paiche en medios especializados como el Banco Mundial, Seafood Source & CBS.

7.2. LINKS DE INTERÉS

- Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) - <https://www.cites.org/>
- CBI Ministry of Foreign Affairs - <https://www.cbi.eu/>
- Eurofish International Organisation - <https://www.eurofish.dk/>
- European Market Observatory for Fisheries & Aquaculture Products (EUMOFA) - <http://www.eumofa.eu/>
- Export Help Desk - <http://www.exporthelp.europa.eu/>
- Marine Stewardship Council (MSC) - <http://cert.msc.org/>
- Switzerland Global Enterprise (SIPPO) - <http://www.s-ge.com/global/export/en>

Cuadro N° 7
Compradores / Importadores potenciales para la carne de paiche en la UE : Especialistas en HORECA

| Empresa | Web | Nombre Contacto | E-Mail | País |
|---|---|---------------------------|--|-------------|
| Anova Seafood B.V | http://www.the-sea-and-we.com/ | Dorianne Verra | dverra@anovaseafood.nl | Holanda |
| Ashford – Enterprise House | https://www.brake.co.uk/ | Gillian Wallace-King | gillian.wallace-king@brake.co.uk | Reino Unido |
| ATL Seafood B.V. | http://www.atlseafood.nl/ | D. Nienhuis | info@atsleafood.nl | Holanda |
| Direct Seafoods | http://seafoodholdings.co.uk/ | Tina Hinds | mcouchman@seafoodholdings.co.uk | Reino Unido |
| DelixL | https://www.delixl.nl/ | Annemarike Toepoel | Annemarike.toepoel@delixl.nl | Holanda |
| Fisch Hagenah GmbH | http://www.hagenah-hamburg.de/ | Christin Bösel | christin.boesel@hagenah.com | Alemania |
| Fishco Midlands Ltd | http://www.fishcomidlands.co.uk/ | Colin Wright | colin@fishcomidlands.co.uk | Reino Unido |
| Fix Fisch BV | http://www.fixfisch.nl/eng | Arie van der Plas | info@fixfisch.nl | Holanda |
| Fresh Food Service GmbH & Co KG | http://www.fresh-food-services.de/ | Gerhard Driessen | gerhard.driessen@ffs-team.de | Alemania |
| FrischeParadies GmbH & Co. KG | https://frischeparadies.de/ | Susanne Prangen | suprangen@frischeparadies.de | Alemania |
| Frosta Foodservice GmbH | http://www.frosta-foodservice.de/ | Corinna Johansson | foodservice@frosta.de | Alemania |
| Kagerer & Co. GmbH | http://www.kagerer-seafood.de/ | Beatrice Rottmair | beatrice.rottmail@kagerer.de | Alemania |
| Levenstond Seafood NV | http://www.levenstondseafood.be/ | Marnix Vandermaesen | marnix@vandermaesen.be | Bélgica |
| Marine Harvest Pieters NV | http://www.pieters.be/nl | Philip Verduyn | philip.verduyn@marineharvest.com | Bélgica |
| Mostell Seafoods Ltd | http://mostellseafood.com/ | Steve Hemming | Steve.hemming@mostell.co.uk | Reino Unido |
| Northcoast Seafoods Ltd | http://northcoastseafoods.co.uk/ | Fridrik Mar Thorsteinsson | fridrik@northcoastseafoods.co.uk | Reino Unido |
| POMONA SA | http://www.groupe-pomona.fr/ | Mathilde Derbez | m.derbez@groupe-pomona.fr | Francia |
| Profish Food BV | https://www.profish.nl/ | Freddy Kappert | f.kappert@profish.nl | Holanda |
| Schneider Fine Food GmbH | http://www.schneiderhamburg.de/ | Andreas Hinsch | ahinsch@schneiderhamburg.com | Alemania |
| Sea Products International | http://www.seaproductsint.com/ | Tom Hansen | info@seaproductsint.com | Reino Unido |
| Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG | http://www.transgourmet.de/ | Lassen Thomas | lassen.thomas@transgourmet.com | Alemania |

Fuente: MSC Supplier Directory Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Cuadro N° 8

Compradores / Importadores potenciales para la carne de paiche en la UE: Especialistas en Sostenibles / Certificados

| Empresa | Web | Nombre Contacto | E-Mail | País |
|------------------------------|---|-----------------|--|-------------|
| Amacore BV | http://amacore.nl | Jeroen Robben | jeroen@amacore.nl | Holanda |
| Nortrade Foods Limited | http://nortrade.co.uk/ | Rob Greig | rob@nortrade.co.uk | Reino Unido |
| Dan Lachs GmbH | http://danlachs.de/ | Petersen | hgp@danlachs.de | Dinamarca |
| Dayseaday Frozen BV | http://dayseaday.com/ | Henk van Veen | henk@dayseaday.nl | Holanda |
| Esro Seafood B.V. | http://esro.com/en/ | Ben Sanders | ben@esroseafood.com | Holanda |
| Fastnet Fish Ltd | http://www.fastnetfish.com/ | Andy Weightman | andy@fastnetfish.com | Reino Unido |
| Fiskano BV | http://www.fiskano.nl/ | Gerrit Boersma | gerrit@fiskano.nl | Holanda |
| Flamingo Fisch GmbH & Co. KG | http://www.flamingo-gv.de/ | Susanne Loges | mail@flamingo-fisch.de | Alemania |
| Isolafish BV | http://www.isolafish.nl/ | K. Kramer | kkramer@isolafish.nl | Holanda |
| Hoogendijk Import Export BV | http://www.hoogendijk.com/en | J. Hoogendijk | information@hoogendijk.com | Holanda |
| NV Thalassa Seafoods | http://www.thalassa-seafoods.com/ | Charles Pecher | c.pecher@thalassa-seafoods.com | Bélgica |
| Oromar BV | https://www.oromar.nl/ | J. Pasterkamp | info@oromar.nl | Holanda |
| Rassau Seafood GmbH | http://www.rassau-seafood.de/ | Schroeder | schroeder@rassau-seafood.de | Alemania |

Fuente: MSC Supplier Directory Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ