

## FERIA SEAFOOD EXPO GLOBAL 2018

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Karl Berger – Coordinador del Departamento de Productos Pesqueros	10/05/2018

Índice	
I.	Resumen Ejecutivo .....2
II.	Antecedentes y Justificación.....2
III.	Ficha Técnica de la Feria.....3
3.1	Nombre Oficial .....3
3.2	Tipo de Feria .....3

3.3	Sector .....	3
3.4	Fecha .....	3
3.5	Edición.....	3
3.6	Frecuencia.....	3
3.7	Lugar de Celebración.....	3
3.8	Horario de la Feria .....	3
3.9	Precio de la Entrada .....	3
3.10	Organizador .....	3
3.11	Superficie .....	3
3.12	Número de Asistentes.....	3
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	3
3.14	Productos Presentados en la Feria .....	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General .....	4
IV.	Información Comercial .....	4
4.1	Panorama del Mercado .....	4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales .....	4
4.3	Nuevas Tendencias .....	4
4.4	Nuevas Tecnologías.....	4
V.	Participación Peruana .....	4
5.1	Expositores Nacionales .....	4
5.2	Actividades de Promoción .....	5
5.3	Resultados .....	5
5.3.1	Cuantitativos .....	5
5.3.2	Cualitativos.....	5
5.4	Comentarios de la Competencia.....	5
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	5
VI.	Directorio de Contactos .....	5
VII.	Conclusiones.....	6
VIII.	Recomendaciones .....	6
IX.	Anexos .....	6

## 1. Resumen Ejecutivo

La **Seafood Expo Global** es el evento comercial más grande del mundo a donde acuden profesionales de la industria y compradores especializados en un número superior a 28,500, provenientes de 150 países. Para la exposición se despliegan aproximadamente 1,946 stands de empresas que representan a 78 países o delegaciones territoriales. Se realiza desde hace 26 años de forma anual y de manera ininterrumpida en la ciudad de Bruselas, Reino de Bélgica; habiéndose posicionado como el mayor evento continental y global de su naturaleza. El nivel de los contactos que se puede obtener en este evento es excelente.

Este evento no solamente es de utilidad para conocer a los principales compradores especializados de sector, sino también para mantener las relaciones con los clientes actuales, generando confianza y fortaleciendo las relaciones comerciales; además de poder estar en contacto con las novedades de la industria, productos innovadores. Además permite a las delegaciones de países posicionar una imagen como orígenes de productos pesqueros y acuícolas de calidad.

## 2. Antecedentes y Justificación

PROMPERU participa en la feria **Seafood Expo Global** por vigésima segunda vez consecutiva. En la edición anterior, participaron exitosamente 19 empresas del sector, logrando un estimado de ventas de US \$ 85 millones. Además fue importante punto de lanzamiento oficial de la marca sectorial Super Foods Peru; generando gran expectativa e interés en la comunidad pesquera global.

La Unión Europea es el mercado más importante para la pesca y acuicultura de consumo directo, ya que representa el 35% de nuestras exportaciones de productos pesqueros no tradicionales. El año 2017 se exportaron a estos mercados, productos por un valor de US \$ 332 millones; siendo los de mayor demanda la pota congelada en diferentes presentaciones, como anillas, tentáculos, recortes; las conchas de abanico congeladas con coral o en media valva, langostinos enteros, anchoas envasadas, filetes de merluza, pulpo, conservas de atún, entre otros. Una característica importante de este mercado es que el portafolio de productos que demanda es mucho más diversificado que otros mercados como EE.UU. y China, que son otros grandes destinos de las exportaciones pesqueras peruanas.

**3. Ficha Técnica de la Feria**

**3.1. Nombre Oficial:** Seafood Expo Global 2018

**3.2. Tipo de Feria:** Profesional, especializada

**3.3. Sector:** Productos pesqueros y acuícolas, maquinaria pesquera

**3.4. Fecha:** 24 al 26 de abril

**3.5. Edición:** XXVI

**3.6. Frecuencia:** Anual

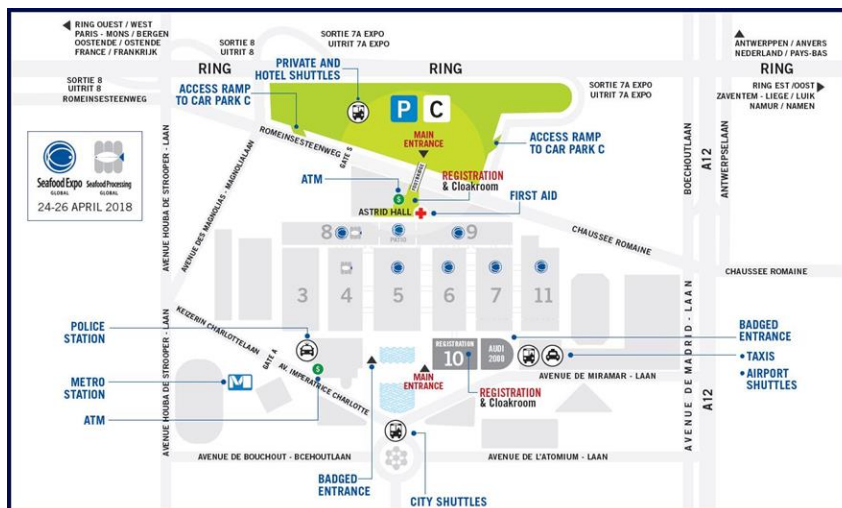
**3.7. Lugar de Celebración:** Palacio de Exposiciones de Bruselas, Reino de Bélgica

**3.8. Horario de la Feria:** 10:00 – 18:00 (martes, miércoles); 10:00 – 16:00 (jueves)

**3.9. Precio de la Entrada:**

**3.10. Organizador:** Diversified Communications

**3.11. Superficie:** 39,322 m<sup>2</sup> distribuidos en 7 halls de exhibición de Seafood Expo Global y 1 hall de exhibición de Seafood Processing Global .  
 Área contratada por Promperu: 252 m<sup>2</sup> en hall 7



**3.12. Número de Asistentes:** 28,500 visitantes

**3.13. Fecha de Próxima Edición:** 07 al 09 de mayo 2019

**3.14. Productos Presentados en la Feria:**

Productos pesqueros congelados:

Pota: anillas, tentáculos, recortes, tiras, botones

Langostinos: enteros y colas, congelados en bloque, IQF

Conchas de abanico: con y sin coral, media valva

Mahi (perico): porciones, filetes con piel

Merluza: filetes

Conservas: atún, caballa, anchoveta

Anchoas envasadas

Valor agregado: surimi, cubos de merluza saborizados, cebiche congelado, langostinos y conchas en salsas especiales, entradas

Otros: pejerrey, pulpo, calamar, anguila, caballa, trucha, paiche.

**3.15. Datos Estadísticos de la Feria en General:** <https://www.seafoodexpo.com/global/>

**4. Información Comercial**

**4.1. Panorama del Mercado:**

- Alta demanda por productos como los calamares (pota), conservas de atún.
- Sobreproducción de langostinos afecta los precios.
- Preocupación sobre restricciones sanitarias que inciden en el acceso a los mercados.
- Importancia de las certificaciones y esquemas de sostenibilidad para ingreso de productos en grandes superficies de venta.
- Discusión acerca del desarrollo e impacto de la acuicultura en aguas abiertas.
- Gran crecimiento en la demanda de alimentos para el mercado chino.
- Incremento del protagonismo del salmón en los mercados globales.

**4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales**

- Productos con certificaciones.
- Productos de conveniencia o de fácil consumo.
- Desarrollo de paquetes de ingredientes con instrucciones de cocina (pack individual de comida)
- Productos que buscan una diferenciación (exclusividad).
- Adaptación a formatos conocidos (sopas, pastas, brochetas).

**4.3 Nuevas Tendencias**

- Consumo de algas en formatos amigables para el mundo occidental (snacks).
- Interés por preparaciones y recetas gastronómicas exóticas (Asia).
- Uso de pescado como materia prima (ingrediente) para el desarrollo de alimentos y formatos conocidos: pastas, embutidos, tapas.
- Uso de empaques al vacío y atmosfera modificada.
- Uso de ingredientes vegetales en recetas: frutas, granos, especias.

**4.3 Nuevas Tecnologías**

- Envases retortables
- Ultra congelado
- Sistemas de trazabilidad

**5 Participación Peruana**

**Expositores Nacionales**

1. Altamar

8. Seafrost

15. Spring Valley

2. Atisa	9. Dexim	16. Proanco
3. Produmar	10. Inversiones Prisco	17. Arcopa
4. Sabanamar	11. Frozen Products	18. Acuacultivos Pacifico
5. Oceano Seafood	12. Fisholg	19. Mai Shi Group
6. Centro Mar	13. Perupez	20. Fernandez
7. Sercosta	14. Coinrefri	21. Hayduk
		22. Criador el Guamito

### 5.1 Actividades de Promoción

- Organización y desarrollo de la feria
- Branding del stand con motivos de *Superfoods Peru*
- Degustación de productos peruanos (chef Martha Leng)
- Gestión de reuniones especializadas por parte de la OCEX.
- Inauguración oficial de la feria con presencia del Embajador del Perú en Bélgica (Sr. Gonzalo Gutierrez), representantes de gremios sectoriales, Ocec Bruselas y Promperu.
- Celebración de firma de convenio entre **Calamasur** (Perú, Ecuador y Chile) y **Sustainable Fisheries Partnership**, para establecer las bases de la pesquería sostenible de la pota, en el marco del proyecto target 75
- Show cooking: master cebiche a cargo del reconocido deportista peruano en Bélgica, Cristian Benavente

### 5.2 Resultados

#### 5.2.1 Cuantitativos

- 22 empresas peruanas participaron como expositoras en la feria logrando un correcto desempeño y presentación.
- Se estimó un total de ventas para los próximos 12 meses de USD 153.2 millones.
- De acuerdo a las encuestas se sostuvieron 1,273 reuniones comerciales, de las cuales 584 fueron con compradores nuevos. Esto es un indicador de la feria como instrumento para captación de nuevos negocios.
- Origen de visitantes: Europa 35%, Asia 32%, América 21%, otros 11%
- 100% de los expositores cumplieron sus objetivos y piensan volver a participar en el evento.
- Promedio de satisfacción respecto al evento: 94%
- Valoración de la organización del evento: satisfacción 92%

#### 5.2.2 Cualitativos

- El posicionamiento de la industria peruana pesquera de consumo humano directo en el mercado europeo. La presencia constante de empresas peruanas en este evento, genera confianza y familiaridad con los compradores.
- Impulso y posicionamiento de la marca sectorial Superfoods Peru.
- Nuevas empresas incorporadas en la plataforma de exhibición.
- Presentaciones y exhibición de productos con valor agregado muestran una nueva imagen de la industria procesadora peruana.
- Calidad y especialización de compradores que acuden al stand peruano va mejorando.
- Compradores tienen ya una referencia de la gastronomía peruana ligada a productos del mar (familiaridad con productos, preparaciones).

### 5.3 Comentarios de la Competencia

- Entre los países latinoamericanos expositores, como es habitual en esta feria, las representaciones de Chile, Ecuador y Argentina son de las más numerosas junto con la peruana. Existen además stands más pequeños que albergan delegaciones como las de Uruguay, Colombia y Panamá. El salmón chileno, los camarones del Ecuador y el gambón argentino son los protagonistas de estas delegaciones.
- Otras delegaciones importantes de países que se encontraron presentes en la feria fueron las de Japón, Corea del Sur, Turquía, Grecia, India, Islandia, Escocia, Irlanda, Portugal, China, Taiwán, Indonesia, Canadá, Noruega, Holanda, Vietnam, Italia, Francia, Rusia, Polonia, Estonia, Dinamarca, India. Además se presentan por regiones las delegaciones de Flanders (Bélgica) y las comunidades autónomas españolas (Galicia, Cataluña, Asturias, Andalucía, País Vasco).

### 5.4 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

N/A

 <small>COMISION DE PROMOCION DEL PISCO PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</small> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 6 DE 9

## 6 Directorio de Contactos

Consultar con [kberger@promperu.gob.pe](mailto:kberger@promperu.gob.pe)

## 7 Conclusiones

1. El presente año la feria ha mostrado una dinámica muy interesante, con el mercado activo de un lado, y por otro con una recuperación de los desembarques de pota, por lo que los exportadores cuentan con oferta para empezar a atender demandas. Asimismo, ha concitado el interés de los compradores de pota la firma del convenio entre la Calamasur y la SFP, estos son puntos positivos para el ordenamiento de una pesquería de vital importancia y que a partir de este año cuenta con una cuota de 609,000 toneladas establecida en función a un análisis científico por la primera vez. Las presentaciones más demandadas de este recurso son las anillas congelados, y los tentáculos congelados en bloque.
2. Además, en lo que corresponde a la oferta de las conchas de abanico, existe expectativa que este año se mejoren los volúmenes de cosecha en parte, quedando para la campaña del segundo semestre una producción que permita retomar algunos programas de venta orientados de los supermercados. El mercado francés es el de mayor interés, aunque se ha podido apreciar importadores belgas también en busca del producto.
3. Mientras que en el caso de los langostinos, parece haber una sobreproducción a nivel global, circunstancia que viene ejerciendo una presión hacia la baja de precios, que aún no se estabiliza. Sin embargo, la producción peruana continúa su tendencia de cosechas creciente, buscando algunos nichos de mercado, y para ello se vienen desarrollando algunos programas de certificaciones. Llama la atención la presencia de compradores de China indagando por los permisos sanitarios para poder empezar a importar el producto a ese mercado.
4. Es interesante ver como algunas empresas presentan cada vez más en sus stands productos con valor agregado como surimi, tabletas de pescado saborizadas, platos preparados para calentar, cebiche, conservas, entre otros.
5. Algunas empresas utilizan la feria para buscar proveedores de materia prima, además de vender; con la finalidad de importar productos para darles valor agregado y que sean re exportados o distribuidos en el mercado local.
6. A pesar de haber explorado otras ferias y plataformas comerciales dentro del sector pesquero, es la opinión de los empresarios y la propia que no existe un evento comercial que pueda igualarse a la Seafood Expo Global.

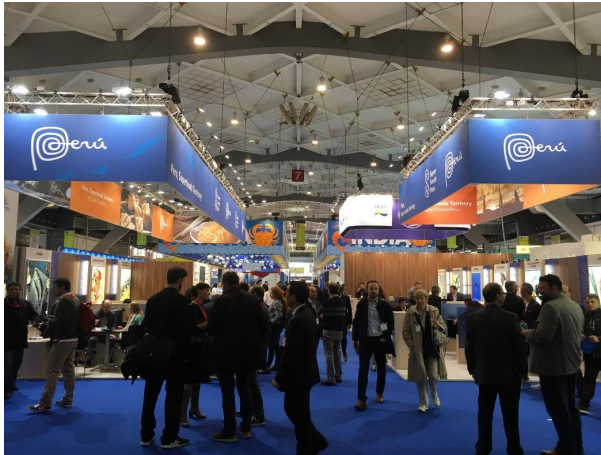
## 8 Recomendaciones

1. Gestionar con DIVCOM el incremento del área de exhibición sin perder la ubicación actual.
2. Para próximas ediciones se introducirá un nuevo concepto de stand, de 12m2 para aquellas empresas que por sus necesidades y estrategia requieran de un mayor espacio.
3. Incentivar a las empresas de Perú a participar en el salón de innovaciones Seafood Prix de Elite.

## 9 Anexos

**Fotos:**

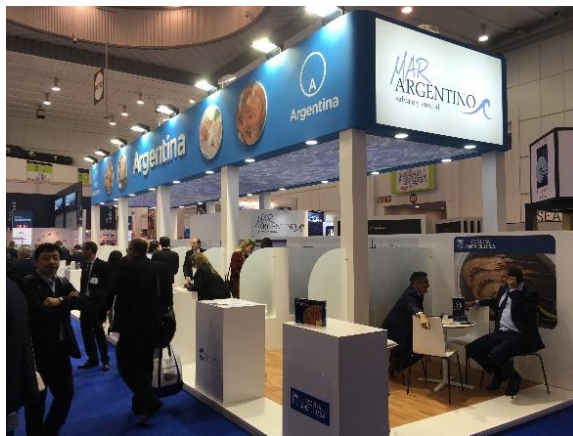
**Imágenes del stand peruano**



**Inauguración**



**Visitas de otros stand**





**Zona de nuevos productos**

