



INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Octavia Barturén Villanueva	09/05/2016

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación	3
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	4
3.6	Frecuencia	4
3.7	Lugar de Celebración.....	4
3.8	Horario de la Feria	4
3.9	Precio de la Entrada	4
3.10	Organizador	4
3.11	Superficie.....	4
3.12	Número de Asistentes.....	4
3.13	Fecha de Próxima Edición	4
3.14	Productos Presentados en la Feria	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General	5
IV.	Información Comercial	5
4.1	Panorama del Mercado.....	5
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales	5
4.3	Nuevas Tendencias	5
4.4	Nuevas Tecnologías	6
V.	Participación Peruana	6
5.1	Expositores Nacionales	6
5.2	Actividades de Promoción	7
5.3	Resultados	7
5.3.1	Cuantitativos	7
5.3.2	Cualitativos.....	7
5.4	Comentarios de la Competencia	7
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	10
VI.	Directorio de Contactos	10
VII.	Conclusiones	11
VIII.	Recomendaciones	11
IX.	Anexos	12

I. Resumen Ejecutivo

La Seafood Expo Global realizada en Bruselas, Bélgica, se ha consolidado como la primera feria especializada en el sector de productos pesqueros a nivel internacional por lo que se considera un evento ideal para la promoción de productos en dicho mercado.

En el año 2015 participaron más de 26 600 expositores y visitantes de 140 países, con la finalidad de concretar negocios, ampliar cartera de clientes y proveedores, identificar nuevas oportunidades de negocios, apreciar nuevas tendencias en los mercados internacionales, medirse con la competencia, entre otros. La composición por regiones fue la siguiente: Europa (56%), Asia (21%), América (11%) y Otros (12%).

Los principales productos pesqueros peruanos que demanda La Unión Europea son los siguientes: pota congelada en diferentes presentaciones (tentáculos, anillas, filete), conchas de abanico congeladas, anchoas, langostinos congelados (enteros y colas), filete de merluza, calamar congelado entero, caballa congelada, entre otros.

II. Antecedentes y Justificación

A diciembre del 2015, la Unión Europea representó el primer destino de las exportaciones peruanas de productos pesqueros no tradicionales. Entre enero y diciembre de ese año, las exportaciones a este mercado alcanzaron 308 millones de dólares, representando el 34% de las exportaciones pesqueras no tradicionales totales.

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 el mercado asiático, que son otros grandes destinos de las exportaciones pesqueras peruanas. Europa demanda no solo productos congelados, sino también conservas de pescado y productos curados como la anchoa.

30 empresas del Sector Pesquero participaron en la Seafood Expo Global como expositores y se contó también con la participación de SANIPES.

Por lo anterior expuesto, se requirió contar con la participación de la Coordinadora del Departamento de Productos Pesqueros, con el propósito de brindar asistencia a las empresas participantes e identificar potenciales compradores, interesados en la oferta pesquera peruana.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

Seafood Expo Global 2016

3.2 Tipo de Feria

Profesional

3.3 Sector

Productos Pesqueros

3.4 Fecha

25-27 Abril

3.5 Edición

2016

3.6 Frecuencia

Anual

3.7 Lugar de Celebración

Bruselas, Bélgica

3.8 Horario de la Feria

Martes, 25 de Abril: 10:00 am – 6:00 pm

Miércoles, 26 de Abril: 10:00 am – 6:00 pm

Jueves, 27 de Abril: 10:00 am – 4:00 pm

3.9 Precio de la Entrada

Detalle	Antes del 6 de Marzo	Después del 6 de Marzo
Acceso solo al pabellón de exhibición	\$40	\$70
Pasaporte de Conferencias totales	\$395	\$495
Pasaporte de Conferencias Limitadas (4)	\$185	\$285

3.10 Organizador

Diversified Communications
P.O. Box 7437 , 04112-7437 Portland
Phone: +1 207/8425500
Fax: +1 207/8425503
Associations: UFI

3.11 Superficie

18,341 m²

3.12 Número de Asistentes

Más de 26, 652 compradores y proveedores de productos frescos, congelados y de productos pesqueros con valor agregado, equipos y servicios, Los asistentes provienen de más de 140 países para hacer negocios (Estadísticas 2015)

Este año se contó con 1,664 empresas expositoras en un área de 35,862m², así mismo se contaron con 73 pabellones nacionales y regionales y la representación de 80 países.

3.13 Fecha de Próxima Edición

25-27 de Abril, de 2017 | Bruselas, Bélgica

3.14 Productos Presentados en la Feria

Las ofertas exportables de productos pesqueros consisten en los siguientes recursos: pota (todas las presentaciones); concha de abanico con coral y sin coral, calamar, langostino, pulpo, paiche, perico (filetes y trozos); trucha, merluza, pez espada, aletas de tiburón, atún, sardinas, y anchoveta.

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General - Visitantes por industria:

Industries of Visitors*



IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

- ✓ Respecto a la oferta peruana cabe destacar que los productos que despertaron mayor interés fueron las conchas de abanico, los langostinos, la trucha y la pota.
- ✓ Las exportaciones de productos pesqueros a la Unión Europea durante el año 2015 alcanzaron un total de 308 millones de dólares, experimentando un decrecimiento de 9.7% frente a los resultados del 2014. La UE se presenta como el primer destino de las exportaciones pesqueras peruanas de consumo humano directo con una participación de 34%. Asimismo, en términos de peso exportado, los envíos a este mercado disminuyeron en 1.1% alcanzando las 116 mil toneladas.
- ✓ Los envíos de pota precocida a la Unión Europea representó en el 2015 el 29% de las exportaciones a dicho mercado. Así mismo, los envíos de conchas de abanico representaron el 21%. En el caso de la trucha, el producto no alcanza el 1% de participación en los envíos; sin embargo, después del gran interés prestado hacia dicha especie en la feria, se espera que las exportaciones tengan un aumento significativo.

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Durante la participación en la Seafood Expo Global el producto que llamó poderosamente la atención fue la trucha especialmente por parte de clientes potenciales Rusos, es importante señalar que este mercado se ha triplicado durante el 2015, otros mercados que mostraron interés fueron Canadá, Alemania, Francia, Reino Unido entre otros.

4.3 Nuevas Tendencias

Respecto al **tema de la innovación**, dentro del Seafood Excellence Global Awards se premiaron diversos rubros sin embargo es importante resaltar que los productos provenían de países como Alemania, Francia, Holanda, España, Bulgaria, Finlandia, Malasia, Dinamarca, Irlanda, Bélgica, Canadá, Reino Unido, Estados Unidos, Vietnam e India, de otro lado entre las especies utilizadas en las preparaciones destacan los moluscos marinos, algas marinas, salmón, huevera, ostiones, Alaska pollock, langosta, cangrejos, langostino, atún y trucha.

Así mismo se debe mencionar que los productos easy to go: Comida rápida, y listos para consumo, así como los empaques para productos refrigerados para los canales de distribución, son los que se observan en mayor cantidad por lo que se observa una fuerte tendencia en desarrollar estrategias para atraer a las nuevas generaciones quienes tienen un ritmo de vida bastante activo.

4.4 Nuevas Tecnologías

Además de su posición imbatible como plataforma de negocios, la Seafood Expo Global ha dejado comprobado en la edición del año 2016 su liderazgo también como plataforma de innovación del Comercio Internacional de Productos Pesqueros y Tecnología de Procesamiento.

Para este punto dentro del evento Seafood Excellence Global Awards mostró a 39 finalistas en las siguientes categorías: Mejor nuevo producto *retail*; Mejor producto para el sector HORECA; Salud y Nutrición, Empaque para *retail*, Originalidad; Conveniencia y Línea de productos pesqueros

Los ganadores de este concurso se encuentran en la parte de “Anexos” al final de este informe.

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

La participación de la delegación peruana contó con un total de 30 empresas y el SANIPES, el número máximo de participantes que se ha registrado para este evento, las cuales se detallan a continuación:

1. Acuicultura Técnica integrada
2. Amazon Harvest
3. Altamar Foods Peru
4. Acuicultura del Pacifico
5. Armadores y Congeladores del Pacifico
6. Axxa Pesquería
7. Coinrefri
8. Colanfish
9. Consorcio Acuicola Junin
10. Consorcio Industrial El Pacifico
11. Dexim
12. Fernández
13. Frozen Products Corporation
14. Galser
15. Gervasi Peru
16. Inversiones Perú Pacifico
17. Inversiones Prisco
18. Inversiones Silma
19. Mai Shi Group
20. Perupez
21. Pesquera Diamante
22. Pesquera Exalmar
23. Pesquera Hayduk
24. Piscifactoría De Los Andes
25. Proanco / Comex Andina
26. Proveedora De Productos Marinos
27. Refrigerados Fisholg & hijos
28. Seafrost
29. Sercosta
30. Spring Valley Fruit

El 100% de las empresas manifestaron su interés en participar en la siguiente edición de la feria y se puede adicionar que en relación al año 2015, el 67% de las empresas renovaron su participación para esta edición.

5.2 Actividades de Promoción

Las actividades de promoción realizadas se mencionan a continuación:

- ✓ El diseño del stand peruano se realizó de acuerdo a los estándares de la Marca País para aprovechar los atributos de la misma.
- ✓ Se realizaron brochures con la información de contacto de cada empresa participantes (Directorio) bajo los lineamientos gráficos de la Marca País.
- ✓ Se distribuyó a los visitantes material publicitario respecto a la oferta de productos pesqueros (catálogos de la oferta nacional) y otros.
- ✓ Se ofreció un servicio de catering con gastronomía inspirada en el Perú para los visitantes al stand y a las empresas internacionales que eran atendidas por los empresarios peruanos.
- ✓ Cabe mencionar que los representantes de las Oficinas Comerciales del Perú en Bruselas, Lisboa, Hamburgo, Londres y Estambul estuvieron presentes en el Stand brindando información a los exportadores respecto a sus mercados e invitando a compradores a conocer a oferta peruana.

5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

Las ventas concretadas durante la feria alcanzaron un total de USD 5.05 millones, mientras que las ventas proyectadas por los próximos 12 meses fueron de USD 77.95 millones.

Respecto al total de 1065 reuniones comerciales, se generaron 387 citas comerciales con clientes actuales y 678 con nuevos contactos generados en el evento. Debe destacarse que el 57% de las reuniones se realizaron con importadores interesados en la oferta pesquera peruana, seguido por un 13% de contactos exportadores, así como un 9% para intermediarios y traders.

5.3.2 Cualitativos

De acuerdo a la información proporcionada por las empresas encuestadas se obtuvieron los siguientes resultados:

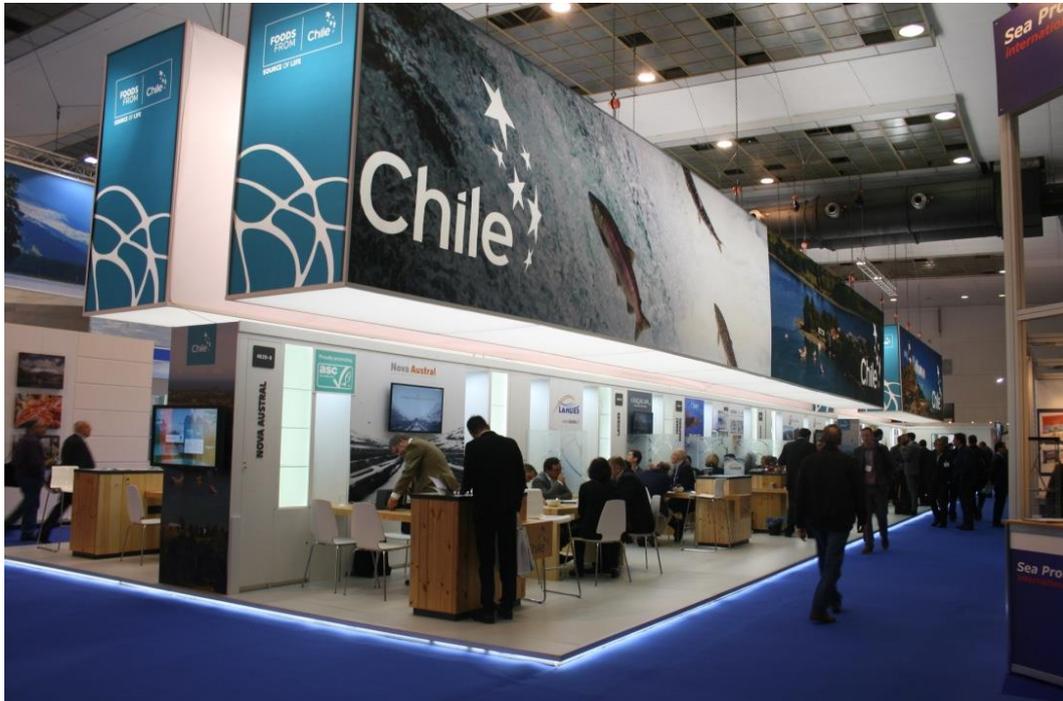
- El 100% de los expositores manifestó que gracias a la feria cumplieron sus objetivos planteados
- El 100% de empresas peruanas participantes piensa participar en la próxima edición del evento
- El 89% considera a la feria como una herramienta muy buena para la captación de nuevos negocios.

5.4 Comentarios de la Competencia

Se realizó una visita a los stands de Chile, Ecuador, Argentina, Brasil y México para conocer a sus representantes y a la vez poder observar sus presentaciones de forma tal que pudieran servir como benchmarking para las nuestras y obtener ideas para futuras participaciones en ferias ya que representan una competencia directa a nuestra oferta en el mercado europeo.

Chile

Este año contó con 21 stands y 20 empresas exportadoras (8 más que el año pasado). El diseño es el mismo de los últimos 3 años. Los productos exhibidos fueron: Salmón, pota (anillas, rodajas), mejillones y conservas entre otros.



Ecuador

Se ubicaron en el (Hall 6, 8 y patio) participando 20 empresas en total con una oferta exportable de langostinos, perico, atún, merluza y conservas entre otros



Argentina

Ubicada en el patio, el stand se compone de 11 empresas expositoras, las cuales ofrecieron merluza, langostino y calamar entre otros



Brasil

El pabellón de Brasil se ubicó en el Hall 11 con 4 expositores, se promocionaron diversos productos como pez cinta, corvina, palometa, y el paiche (pirarucu en portugués)



México

De manera independiente, 3 empresas mexicanas se hicieron presente en el evento. Cada una se encargó de la decoración propia de cada stand ofreciendo productos tales como pulpo, atún, langosta, pepino de mar, aletas de tiburón, mix de mariscos, entre otros.



5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

Dentro del pabellón Perú se ofreció un catering con degustaciones elaboradas a base de los productos en exhibición, recibiendo comentarios positivos de los visitantes.

Agendas de reuniones organizadas con las Oficinas Comerciales para los expositores.

VI. Directorio de Contactos

Para acceder a la información de los expositores peruanos que asistieron, revisar el siguiente link.

<http://www.sicex.gob.pe/sicex/resources/sectoresproductivos/Directorio%20Seafood2016.pdf>

Para acceder a la información de los expositores del evento, revisar el siguiente link.

<http://www.seafoodexpo.com/global/exhibitor-list/>

Para acceder a la información de una muestra de los clientes que asistieron, revisar el siguiente link.

<http://www.seafoodexpo.com/global/wp-content/uploads/2016/04/Key-Buyer-List-SEG.pdf>

VII. Conclusiones

El SEG 2016 dio oportunidad una vez más a las empresas del sector de participar de la feria más importante a nivel de pesca, acuicultura y tecnología de procesamiento del mundo afín de que concretaran reuniones comerciales, mantener contacto con sus comparadores habituales y encontraran nuevos clientes. Así como actualizarse de primera mano las novedades del sector.

Es importante destacar que la demanda europea sobre la oferta peruana estuvo caracterizada por los productos no tradicionales como las conchas de abanico, los langostinos, la trucha y la pota.

El 100% de los expositores de esta edición manifestaron su interés en participar en la edición del 2017 confirmando la importancia de participar en esta feria. Sólo una empresa indicó que no logró los objetivos planteados, indicando que esperaba a un mayor número de visitas a su stand, una de las causas podría ser que los eventos sucedidos el 22 de marzo (atentado al aeropuerto y al subterráneo en Bruselas) originaron cancelaciones de algunos expositores y visitantes a la feria.

Las empresas peruanas que participaron en el evento cerraron un total de ventas por 77.95 millones de dólares.

El nuevo diseño del Stand peruano recibió comentarios positivos en general, lo más importante de destacar es la fuerte presencia del pabellón como se observa en las fotografías adjuntas.

Las Oficinas Comerciales presentes en la feria fueron: Alemania, Bélgica, Francia, Holanda y Portugal, las cuales tomaron especial interés por desarrollar agendas para los expositores, así mismo conversaron con las empresas peruanas con el fin de actualizarse de la situación del Sector y visitaron a las empresas de sus mercados presentes en la feria con la finalidad de estrechar las relaciones con ellos y propiciando que visiten el stand peruano.

La Asociación de Exportadores (ADEX) participó dentro del pabellón peruano, con la presencia de 4 empresas y con el Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES) quienes buscaron estrechar relaciones con sus pares internacionales, cabe destacar el apoyo brindado por parte de PROMPERU que con la finalidad de promover la oferta peruana, busca alianza estratégicas con gremios del sector, para ampliar el número de expositores dentro del pabellón Peruano y así mostrar la diversa oferta exportable con la que contamos.

VIII. Recomendaciones

Se recomienda replicar la organización de reuniones con clientes previa agenda como lo coordinado con las OCEX de Portugal y Alemania para esta feria.

La convocatoria para la Global Seafood se debe cerrarse en la quincena de Enero en lugar de fines de enero para que las empresas puedan prepararse con la debida antelación a esta feria.

Con la finalidad de que las empresas participen en el Seafood Excellence Global Awards se podría otorgar algún reconocimiento por parte de Promperu para fomentar su participación.

De realizarse un nuevo convenio de cooperación con algún gremio pesquero para la participación en la feria debe concretarse el acuerdo hasta diciembre del 2016.

Finalmente, se propone contratar publicidad en el website para el posicionamiento y recordación de la marca Perú.

IX. Anexos

Ganadores del Premio de Excelencia Seafood Expo Global 2016

Las siguientes imágenes corresponden a productos seleccionados que participaron en el Premio de Excelencia de la Seafood Expo Global 2016

Ganador Mejor Nuevo Producto Retail



Origen: Alemania

Preparación: Una combinación de tres tipos de bolas de masa asiática que pueden ser rápidamente cocidos al vapor o en microondas y servidos con su propia salsa.

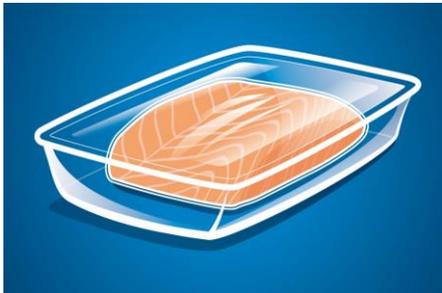
Ganador Mejor Producto Sector HORECA



Origen: Francia

Preparación: La pulpa del cangrejo rey sellada a presión pasa por un proceso de extracción en el cual las patas crudas del cangrejo son completamente extraídas de su caparazón usando dicha tecnología, luego son individualmente selladas al vacío, empaçadas y congeladas

Ganador Mejor Empaque Retail



Origen: Francia

ASC Salmon Traiteur Loin in Double Protection Packaging Marina Harvest France

Ganador de la Categoría Innovación



Origen: Francia

Gold Special Oysters "Ostra Regal" La Famille Boustrais

Fotos Pabellón Perú



