

FERIA INTERNATIONAL EUROPEAN SEAFOOD EXPOSITION 2013

Bruselas, Bélgica

Índice	
I.	Resumen Ejecutivo2
II.	Antecedentes y Justificación.....3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....3
3.1	Nombre Oficial3
3.2	Sector3
3.3	Fecha3
3.4	Edición.....3
3.5	Frecuencia.....3
3.6	Lugar de Celebración.....3
3.7	Horario de la Feria3
3.8	Precio de la Entrada3
3.9	Organizador4
3.10	Superficie4
3.11	Fecha Próxima Edición4
3.12	Productos Presentados en la Feria4
3.13	Organización y Expositores4
3.14	Datos Estadísticos de la Feria en General4
IV.	Información Comercial4
4.1	Panorama del Mercado4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales5
4.3	Nuevas Tendencias5
V.	Participación Peruana5
5.1	Expositores Nacionales5
5.2	Resultados6
5.2.1	Cuantitativos6
5.2.2	Cualitativos6
VI.	Conclusiones y Recomendaciones6
VII.	Anexos7

I. Resumen Ejecutivo

Del 23 al 25 de abril se llevó a cabo en Bruselas, Bélgica el encuentro pesquero más grande del mundo, la *European Seafood Exposition* 2013 (ESE). La presentación peruana, ubicada en el Hall 7, estuvo conformada por 29 empresas expositoras ubicadas en el stand de Perú, este grupo conformado por empresas grandes, medianas y pequeñas fue la más grande representación sudamericana en la feria.

La *European Seafood Exposition* (ESE) es reconocida como la feria más importante a nivel mundial para el sector de productos hidrobiológicos de consumo humano directo, a ella asisten compradores y exhibidores de 140 distintos países.

Una característica importante de esta feria es que la calidad del visitante es muy buena, normalmente asiste a este evento la persona que decide la compra. Algunos datos de los visitantes son los siguientes:

- 79% de los visitantes deciden compras
- 84% de los visitantes buscan nuevos productos
- 75% de los visitantes planean comprar productos o servicios como resultado de su participación en la feria

Como todos los años, el mercado de productos pesqueros se mostraba lento para algunos productos peruanos y muy atractivo para otros.

II. Antecedentes y Justificación

La Unión Europea es uno de los principales mercados pesqueros. En el 2012, las exportaciones pesqueras no tradicionales a este destino llegaron a US\$ 251 millones de dólares, lo cual representó el 28% del total no tradicional exportado, con una disminución del 20% en comparación al año anterior. Es importante mencionar que esta disminución se debe principalmente a un menor envío de conchas de abanico a Francia debido a que este mercado estuvo muy stockeado durante el 2012, y los pedidos se atrasaron, adicionalmente hubo una fuerte mortandad de conchas de abanico en Sechura que disminuyó la oferta exportable de este recurso. Con respecto a la pota, producto que principalmente se exporta a España, se apreció durante casi todo el 2012 una tendencia a la baja del precio unitario de exportación lo cual redujo el valor exportado de este producto a dicho mercado.

Con respecto a los países con mayor demanda, destacan España, con una participación de 46%; Francia con una participación de 20%; Italia con una participación de 13% y Alemania con una participación de 8%. Estos 4 mercados suman el 87% del total exportado a la UE. Cabe indicar que el bloque Europeo es bastante diversificado en su demanda; entre los principales productos demandados, destaca la pota congelada en sus diferentes presentaciones, como filete crudo, tentáculos precocidos, anillas y rabas congeladas; conchas de abanico congeladas, langostinos enteros, trucha entera y en filetes congeladas, anchoas envasadas, conservas de anchoveta, merluza congelada, jurel congelado, entre otros.

Exportaciones(*) UE - US\$ FOB	2008	2009	2010	2011	2012
España	105.483.910	74.683.237	111.518.380	138.530.914	116.862.094
Francia	38.548.325	40.614.906	74.357.119	91.596.729	50.786.202
Italia	25.116.711	20.880.434	21.043.933	27.950.744	31.889.357
Alemania	14.938.430	16.875.574	16.692.094	16.899.898	19.413.693
Portugal	3.600.747	3.402.295	3.699.490	5.764.598	13.815.462
Bélgica	1.249.177	2.179.527	4.446.255	9.529.638	5.325.872
Reino Unido	4.630.262	3.120.028	2.102.427	4.303.413	3.378.470
Países Bajos	4.719.906	4.915.891	13.392.233	5.816.304	3.054.055
Rumania	2.048.120	1.061.738		76.611	1.274.426
República Checa	166.380	130.384	219.936	903.269	1.119.055
Lituania	2.090.811	933.380	1.167.857	2.366.540	977.331
Polonia	2.072.441	1.619.962	544.205	391.038	847.665
Estonia	1.338.838	1.703.926	1.163.855	1.961.743	754.790
Dinamarca	90.492	287.782	290.543	15.670	638.755
Grecia	304.554	783.569	358.360	591.272	588.064
Suecia	424.149	284.138	243.616	446.256	271.384
Bulgaria	3.526.741	1.318.655	257.237	532.662	172.004
Slovenia	1.281.489	1.152.965		552.160	106.639
Slovakia			79.968	95.693	48.360
Irlanda (Eire)	469.033	154.766	218.141	53.727	37.321
Hungría			134.000		
Total General UE	212.100.518	176.103.157	251.929.649	308.378.878	251.360.999

(*) Congelados, curados, frescos y conservas.

Fuente: Aduanas/Sunat

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

European Seafood Exposition

3.2 Sector

Pesca

3.3 Fecha

23 al 25 de abril, 2013

3.4 Edición

21 años de existencia

3.5 Frecuencia

Anual

3.6 Lugar de Celebración

Bruselas, Bélgica

3.7 Horario de la Feria

Martes de 10 am a 6 pm
Miércoles de 10 am a 6 pm
Jueves de 10 am a 4 pm

3.8 Precio de la Entrada

3.9 Organizador

Diversified Business Communications

P.O Box 7437 Portland, Maine – 04112 – 7437
Tel. 207-842-5500 – Fax: 207-842-5503

3.10 Superficie

Superficie neta de la feria: 33,842.5 m²

3.11 Fecha de Próxima Edición

6 al 8 de Mayo, 2014

3.12 Productos Presentados en la Feria

- Productos pesqueros congelados y frescos
- Productos enlatados y envasados
- Productos empanizados y listos para consumo
- Formatos de comidas preparadas
- Productos en base a salsas

3.13 Organización y Expositores

La *European Seafood Exposition 2013*, fue organizada como todos los años, por *Diversified Business Communications*, institución con más de 20 años de experiencia en la organización de este tipo de eventos.

Participaron 1697 expositores provenientes de 76 países. La feria es visitada por compradores especializados, representantes, empresarios o funcionarios de supermercados independientes, cadenas de supermercados, mercados mayoristas, distribuidores, procesadores, minoristas, brokers, etc., que provienen especialmente de países europeos. Aunque cabe indicar que esta feria es internacional y también se pueden hacer contactos con compradores de todos los continentes.

3.14 Datos Estadísticos de la Feria en General

- Asistencia total: 25,845 personas (13,822 visitantes y 12,023 exhibidores).
- Países asistentes: 145 (76 como exhibidores también).
- 1697 empresas exhibidoras.

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

- La *European Seafood Exposition* mantuvo su tamaño en área de exposición y número de expositores con respecto al año anterior, pero en términos generales el mercado europeo se vio afectado por la crisis financiera internacional. De plano se apreció una menor cantidad de clientes españoles visitando el stand peruano y en general en toda la feria. España es una potencia mundial en pesca: sólo como ejemplo, las empresas españolas ocuparon el 2012 un espacio de 4,000 metros cuadrados en la feria; en el 2013, el espacio de las empresas españolas se redujo a 1,000 metros cuadrados, es decir al 25% de lo que ocupaban.
- Los importadores de productos pesqueros europeos están comprando “lo justo”, evitan “stockearse” a fin de reducir al máximo sus costos financieros.
- Desde hace algunos años la presencia de empresas importadoras de países provenientes de Europa del Este (Rusia, Polonia, Ucrania, entre otros) es cada vez más notoria. Las exportaciones peruanas a estos mercados son aún bajas, pero consideramos que estos países representan un buen nicho de mercado para algunos productos que el Perú comercializa, por ello se tiene pensado incrementar la organización de misiones comerciales a dichos mercados.
- Los productos más demandados fueron conchas de abanico congeladas, pota congeladas en anillas, rabas y rodajas; langostino congelado entero, jurel entero congelado, trucha congelada HG, conservas de anchoveta tipo sardina, entre otros. Cada uno de estos productos tiene un presente en el mercado diferente, por ejemplo, si bien es cierto que hay demanda por conchas de abanico, se viene una buena cosecha en Perú para el segundo semestre lo cual probablemente debilite una tendencia al alza en precios. En cambio, algunas presentaciones de pota como las alas y los tentáculos mantienen una buena demanda y buenas perspectivas de precios.
- Es importante mencionar además que, a pesar de que la feria es en Europa, la cantidad de empresarios asiáticos que la

visitan era bastante notoria. En esta oportunidad, además de China y Corea del Sur, que son mercados importantes para algunos productos peruanos, se observa cada vez mayor presencia de importadores de países como Tailandia, Vietnam, Malasia y Filipinas. Esos mercados se presentan bastante interesantes también para desarrollar actividades de promoción.

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

- Cada vez se aprecian mayores compradores de productos para *retail* o para el sector Horeca. Es muy importante que vean al Perú como un proveedor confiable de este tipo de productos que cuentan con mayor valor agregado.
- Se aprecia una mayor presencia de importadores provenientes de mercados de Europa del Este (Rusia, Polonia, Ucrania, etc) y del Sudeste Asiático (Tailandia, Vietnam, Malasia, Filipinas). Son estos mercados donde se puede diversificar las exportaciones pesqueras.

4.3 Nuevas Tendencias

- Mayores demandas por empaques de productos para *retail* en diferentes tamaños y pesos.
- Presencia de pequeñas empresas importadoras en Europa que buscan comprar contenedores con una gran variedad de productos pesqueros, lo cual va a obligar en algunos casos a las empresas peruanas a asociarse con la finalidad de poder atender estos pedidos.
- Mayor presencia de compradores solicitando certificaciones vinculadas a las sostenibilidad del recurso principalmente.

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales:

Fueron en total 29 empresas peruanas expositoras, las cuales se muestran en el siguiente cuadro.

Empresas	Productos	Tamaño
Coinrefri	Pota en diferentes presentaciones, perico, conchas de abanico	Grande
Proanco	Pota en diferentes presentaciones, conchas de abanico	Grande
Inversiones Prisco	Conchas de abanico congeladas, anchoas, conservas de anchoveta	Grande
Frozen Products Corporation	Perico Congelado, pota congelada, pez espada	Mediana
Maishi Group	Pota congelada, perico congelado	Grande
Iny	Langostinos congelados, concha de abanico, pota congelada	Grande
Seaprotein	Concha de abanico congelada	Pequeña
Sercosta	Perico congelado, pota en diferentes presentaciones, conchas de abanico	Mediana
Seafrost	Pota congelada, conservas de pescado, perico, entre otros	Grande
Andesa	Conservas de anchoveta, tipo sardina	Mediana
Perupez	Pota en diferentes presentaciones, perico, conchas de abanico	Mediana
Freeko Peru	Pota en diferentes presentaciones	Pequeña
Pesquera Exalmar	Pota en diferentes presentaciones, perico congelado, jurel	Grande
Agropesca del Perú	Pota en diferentes presentaciones; perico	Mediana
Galser	Conchas de abanico congeladas, pota en diferentes presentaciones	mediana
Centro Mar	Perico congelado, porta congelada	Pequeña
Consortio Industrial El Pacífico	Perico congelado, porta congelada	Pequeña
Congelados Marinos Tacna	Pota congelada	Pequeña
Seacorp	Concha de abanico congelada	Pequeña
Aquacultivos del Pacífico	Concha de abanico congelada	Pequeña
Langostinera Tumbes	Langostinos congelados	Mediana
Atisa	Langostinos congelados	Pequeña
Propesur	Pota congelada, conservas de anchoveta, anchoas	Pequeña
Piscifactorias de los Andes	Trucha congelada	Mediana
Pesquera Diamante	Jurel, caballa, anchoveta, pota congelada, conservas de pescado	Grande
Tecnologica de Alimentos	Jurel, caballa, anchoveta, pota congelada, conservas de pescado	Grande
Pesquera Hayduk	Pota congelada, conservas de pescado, perico, entre otros	Grande
Austral	Conservas de pescado (jurel, anchoveta, caballa, atun)	Grande
Peruvian Aquaculture	Trucha congelada	Mediana

Fuente: PROMPERU

5.2 Resultados

5.2.1 Cuantitativos

- 29 empresas del sector participaron como exhibidores en el stand peruano en la feria. Este grupo incluye la presencia de 6 empresas pertenecientes a la Sociedad Nacional de Pesquería, las cuales ocuparon un espacio de 91 metros cuadrados.
- Se han proyectado US \$ 58.11 millones como resultado de las ventas concretadas y esperadas para los próximos 12 meses.
- Se registraron 1330 reuniones comerciales, 63% de ellas con nuevos contactos.

5.2.2 Cualitativos

- La presentación peruana viene mejorando año tras año, Perú dentro de esta feria tiene cada vez una mayor importancia y es considerado un "ancla" dentro del Hall 7.
- Todas las empresas asistentes al evento cumplieron con sus objetivos planteados y comentaron su interés para exhibir nuevamente el próximo año en esta feria.
- Algunas empresas han avanzado en su proceso de inserción al mercado, llegando a determinar pautas para el inicio de actividades de distribución.

VI. Directorio de Contactos

(No aplica)

VII. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Desde un punto de vista personal, el mercado pesquero europeo está sufriendo las consecuencias de la crisis. En especial se sintió la crisis por la ausencia de compradores españoles, normalmente varias decenas de ellos visitan año tras año el stand peruano, pero este año se sintió la ausencia de estos compradores. Actualmente los compradores de productos pesqueros se "stockean" lo menos posible para evitar incurrir en altos costos de almacenamiento.
- Es importante destacar además que la cantidad de compradores de Europa del Este que visitan el stand peruano es cada vez mayor, en esta oportunidad las empresas peruanas tuvieron reuniones con empresas rusas, polacas, ucranianas, entre otras.
- La feria en comparación a años anteriores, se ha mantenido en área de exposición. El pabellón español ha disminuido de 4000 metros cuadrados a 1000 metros cuadrados, pero hay otros pabellones que han crecido como Noruega, Vietnam y en América Latina Chile y Perú.
- La delegación peruana estuvo compuesta por 29 empresas expositoras, convirtiéndose en la más grande de Sudamérica. Dentro de esta delegación habían 6 empresas (21%) que exhibieron en la feria por primera vez. El área total del pabellón peruano fue de 315 metros cuadrados.
- Es importante mencionar que dentro del grupo de empresas peruanas, 6 de ellas fueron convocadas por la Sociedad Nacional de Pesquería (SNP), estas empresas asumieron el 100% de los costos de diseño y alquiler de espacio en la feria. Esta iniciativa de las empresas de este gremio ha sido muy importante para poder lograr una mayor presencia peruana en este evento.
- Con respecto a las ventas concretadas y estimadas para los próximos 12 meses, las encuestas llenadas por los exportadores peruanos arrojaron cifras de US\$ 3.6 millones de ventas concretadas durante la feria y US\$ 54.475 millones en estimaciones de ventas para los próximos 12 meses. Estos dos valores hacen un total de US\$ 58.112 millones de ventas concretadas y estimadas.
- Durante la feria se realizaron 1330 reuniones de negocios, 844 de esas reuniones (63%) fueron con clientes nuevos o potenciales. Asimismo el 65% de los contactos generados fueron con importadores directos de productos pesqueros.
- Del total de reuniones concretadas durante la feria, el 63% fueron con empresarios europeos, dentro de este bloque se destacan países como Francia, Rusia, España e Italia. El 19% de las reuniones fueron con empresarios asiáticos, destacando China, Tailandia y Corea del Sur como los principales mercados.
- Con respecto a los productos demandados, se destacan algunas presentaciones de pota congelada destinadas al mercado europeo como las anillas y las rodajas hechas del tentáculo de la pota. Las conchas de abanico fueron muy demandadas. El jurel congelado cuenta también con una demanda muy firme, por parte de *traders* europeos que comercializan este producto principalmente en mercados africanos.
- Otros productos demandados fueron los langostinos enteros, los filetes de trucha y las conservas de anchoveta tipo sardina.
- Se contó con el apoyo de los Consejeros Comerciales de España y Bélgica quienes visitaron la feria por primera vez, lo cual ha sido muy positivo porque han podido conversar con empresarios peruanos y conocer sus inquietudes sobre el mercado europeo en general.
- Con respecto al stand peruano, en términos generales la presentación fue muy buena, se recibieron buenos comentarios por parte de las empresas expositoras, algunas de ellas presentaron algunas observaciones con el diseño de los stands (como que se deben permitir más mesas adicionales), lo cual se analizará posteriormente. El stand peruano se vio amplio y bien iluminado. Incluso los consultores del CBI que hicieron una capacitación en ferias internacionales en Promperu hace aproximadamente 3 años, visitaron el pabellón peruano y nos felicitaron por el buen diseño empleado.

Recomendaciones

- Seguir mejorando la presentación del catering, apoyar a las empresas en la degustación de sus muestras.
- Para el año 2014, se recomienda mantener la participación peruana de 315 metros cuadrados y fomentar la participación nuevamente de la SNP, la cual ha sido muy positiva este año.

VIII. Anexos

Fotos de la feria

