

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Francisco Vía Díaz	10/12/2013

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	3
IV.	Información Comercial	4
4.1	Panorama del Mercado	4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales	5
4.3	Nuevas Tendencias	6
4.4	Nuevas Tecnologías.....	6
V.	Participación Peruana	6
5.1	Expositores Nacionales	6
5.2	Actividades de Promoción	6
5.3	Resultados	6
5.3.1	Cuantitativos	6
5.3.2	Cualitativos.....	7
5.4	Comentarios de la Competencia.....	7
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	7
VI.	Conclusiones.....	7
VII.	Recomendaciones	7
VIII.	Anexos	8

I. Resumen Ejecutivo

La presentación peruana en la Feria China Fisheries & Seafood Expo 2013 contó con la participación de 12 empresas peruanas expositoras, las cuales presentaron dentro de su oferta exportable productos como la pota precocida en diferentes presentaciones, ovas de pez volador, filete de anguila, calamar congelado, anchoveta congelada, entre otros. Las ventas concretadas durante la feria y proyectadas para los próximos 12 meses superaron los US\$ 22 millones y provinieron principalmente del mercado chino. El producto con mayor demanda fue la pota precocida en presentaciones como aletas y tentáculos, el filete de anguila y el calamar congelado. Adicionalmente a ello algunos productos también vienen presentando una demanda desde hace algunos años, como las conchas de abanico y la anchoveta congelada. Con respecto al primer producto, a pesar de que China cuenta con una producción propia, es también importador de los mismos.

Es importante mencionar que la presentación peruana en este evento viene creciendo año tras año, esto debido a que China representa el segundo mercado como destino de las exportaciones de CHD y tiene un potencial de crecimiento interesante. Adicionalmente, esta feria también congrega a empresarios pesqueros de otros países asiáticos como Tailandia, Corea del Sur, Japón, Taiwán, entre otros. Muchos de estos países se encuentran hoy dentro de los 10 principales mercados de productos pesqueros peruanos.

Si bien es cierto que la pota es el principal producto que se exporta en Asia, poco a poco otros productos peruanos vienen ingresando con éxito a mercados asiáticos, como por ejemplo: langostinos a Corea del Sur, Trucha a Japón y Conchas de abanico a China.

II. Antecedentes y Justificación

La feria China Fisheries & Seafood Expo, constituye el evento comercial especializado en el sector pesquero de mayor importancia en el Asia. El presente año se llevó a cabo la XVIII versión en la ciudad de Dalian al norte China.

China es un mercado que viene incrementando su demanda por diferentes productos pesqueros. Se estima que una de las razones de este rápido incremento de demanda se deba no sólo a la mayor capacidad de compra en el mercado interno, sino también a cambios importantes en los hábitos de consumo que abren nuevas posibilidades a los productos procesados.

Si bien la preferencia continúa siendo por los frescos y vivos, los compradores requieren ahora también de congelados para satisfacer al exigente público chino. Esta dinámica podría incluso ser más marcada en los próximos diez años, por lo que el panorama venidero es incierto y promisorio al mismo tiempo.

El mayor consumo de productos pesqueros importados en China se da en áreas costeras con desarrollo importante, y donde los consumidores poseen mayores ingresos y nivel de educación: Shanghai, Zhejiang, Jiangsu, Shandong y Liaoning; mientras que el consumo en el interior del país es bajo, debido a que los ingresos son relativamente menores, y no existe disponibilidad adecuada de estos productos.

Promperu ha organizado la participación de empresas en este evento en por más de diez años, obteniendo resultados auspiciosos y logrando posicionar la imagen del Perú en el Asia como país proveedor de productos pesqueros.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

China Fisheries & Seafood Expo

3.2 Tipo de Feria

Internacional

3.3 Sector

Productos pesqueros

3.4 Fecha

05 al 07 de Noviembre

3.5 Edición

XVII

3.6 Frecuencia

Anual

3.7 Lugar de Celebración

Dalian, China

3.8 Horario de la Feria

De 10 am a 5pm

3.9 Precio de la Entrada
Los expositores reciben una invitación sin costo

3.10 Organizador
Sea Fare Expositions INC

3.11 Superficie
Aprox. 34,500 metros cuadrados

3.12 Número de Asistentes
17,350

3.13 Fecha de Próxima Edición
05-07 de noviembre 2014

3.14 Productos Presentados en la Feria
Por el lado peruano se presentaron los siguientes productos: Pota precocida en diferentes presentaciones como: filetes, alas, tentáculos. Pejerrey congelado; filete de anguila congelada, anchoveta congelada entera, HG; Huevera de pez volador; calamar congelado entero; perico congelado en filetes.

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General
De acuerdo a información proporcionada por los organizadores, la feria tuvo las siguientes cifras:

- Las empresas expositoras fueron de 44 países.
- Más de 900 empresas expositoras, que ocuparon 2,300 stands, crecimiento del 20% con respecto al año anterior.
- 17,350 visitantes, 22% de crecimiento con respecto al año anterior.
- Considerando exhibidores y visitantes, se tuvo presencia de 84 países participantes.

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado
En el siguiente cuadro se aprecian las exportaciones de productos pesqueros a China, en el cual se destaca la pota precocida o preparada como el principal producto exportado. El 2013, China representó el segundo mercado en importancia luego de Estados Unidos, llegando a comprar aprox. USD 163 millones de productos de Consumo Humano Directo. Cabe indicar que la pota importada por dicho país desde Perú alcanzó los USD 120 millones, es decir el 74%.

El mercado chino viene diversificando sus compras desde Perú, hace unos años atrás la pota representaba más del 90% de sus compras, hoy en día es el 74%. Se vienen exportando a China productos como conchas de abanico, anchoveta congelada y truchas. Incluso el langostino se presenta como un producto interesante para dicho mercado. Por ejemplo Ecuador tiene una participación con más de 8 empresas en la feria, todas exportadoras de langostino. China es un mercado productor de langostinos, pero el langostino sudamericano es más valorado que el local.

Este mercado se muestra muy cambiante, hay meses con mucha demanda y con tendencia de precio al alza y hay otros con poca demanda y con claras tendencias a la baja. En el caso de la pota, este año 2013 durante la feria, el mercado estaba firme y con una ligera tendencia al alza debido a una mala pesca de la flota pesquera China. Sin embargo el año 2012, la demanda era muy baja y los precios de la pota precocida llegaron incluso a los USD1300, precio muy por debajo de los USD2500 que era el precio que se estaba barajando en la feria.

China es un mercado muy grande que siempre hay que seguir explorando. Una característica importante de este mercado es que tiene nichos interesantes para ofrecer productos con mayor valor agregado o producto incluso que China también produce como el caso de los langostinos y conchas de abanico.

Partida	Descripción	Peso neto	Valor FOB USD
1605540000	JIBIAS (SEPIAS) Y CALAMARES	52,893,722.00	91,821,722.91
1212290000	LAS DEMÁS ALGAS	30,727,412.00	35,935,264.24
3074900000	DEMÁS JIBIAS, GLOBITOS, CALAMARES Y POTAS, CONGELADAS, SECAS, SALADAS O EN SALMUERA	28,046,344.00	27,973,239.28
3039000000	HÍGADOS, HUEVAS Y LECHAS	191,260.00	1,399,780.00
3038900000	LOS DEMÁS EXCEPTO LOS HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS DE CAZONES Y DEMÁS ESCUALOS, RAYAS (RAJIDAE), AUSTROMERLUZA ANTÁRTICA Y AUSTROMERLUZA NEGRA (MERLUZA NEGRA, BACALAO DE PROFUNDIDAD, NOTOTENIA NEGRA)* (DISSOSTICHUS SPP.), RÓBALOS (DICENTRARCHUS SPP.).	807,644.00	1,202,558.72
3046900000	LOS DEMÁS FILETES CONGELADOS EXCEPTO DE TILAPIAS (OREOCHROMIS SPP.), BAGRES O PEZ GATO (PANGASIUS SPP., SILURUS SPP., CLARIAS SPP., ICTALURUS SPP.), PERCAS DEL NILO (LATES NILOTICUS).	125,100.00	1,034,841.40
3048900000	LOS DEMÁS FILETES CONGELADOS DE LOS DEMÁS PESCADOS EXCEPTO DE SALMONES DEL PACÍFICO, SALMONES DEL ATLÁNTICO Y SALMONES DEL DANUBIO, TRUCHAS, PESCADOS PLANOS, PECES ESPADA (XIPHIAS GLADIUS), AUSTROMERLUZA ANTÁRTICA Y AUSTROMERLUZA NEGRA (MERLUZA NEGRA, BACALAO DE PROFUNDIDAD, NOTOTENIA NEGRA)* (DISSOSTICHUS SPP.), ARENQUES (CLUPEA HARENGUS, CLUPEA PALLASII), ATUNES (DEL GÉNERO THUNNUS), LISTADOS O BONITOS DE VIENTRE (THERAGRA CHALCOGRAMMA), BACALADILLAS (MICROMESISTIUS POUTASSOU, MICROMESISTIUS AUSTRALIS).	113,678.00	935,616.98
2301209000	HARINA, POLVO Y PELLETS, DE CRUSTACEOS, MOLUSCOS U OTROS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS	363,000.00	725,605.00
3052000000	HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS, SECOS, AHUMADOS, SALADOS O EN SALMUERA	46,500.00	466,355.00
3031400000	TRUCHAS (SALMO TRUTTA, ONCORHYNCHUS MYKISS, ONCORHYNCHUS CLARKI, ONCORHYNCHUS AGUABONITA, ONCORHYNCHUS GILAE, ONCORHYNCHUS APACHE Y ONCORHYNCHUS CHRYSOGASTER)	80,670.00	350,578.00
3036900000	LOS DEMÁS EXCEPTO LOS HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS DE BACALAO (GADUS MORHUA, GADUS OGAC, GADUS MACROCEPHALUS), EGLEFINOS (MELANOGRAMMUS AEGLEFINUS), CARBONEROS (POLLACHIUS VIRENS), MERLUZAS (MERLUCCIIUS SPP., UROPHYCIS SPP.), ABADEJO DE ALASKA (THERAGRA CHALCOGRAMMA), BACALADILLAS (MICROMESISTIUS POUTASSOU, MICROMESISTIUS AUSTRALIS).	147,720.00	299,029.00
3072910000	VENERAS (VIEIRAS, CONCHA DE ABANICO)	20,016.55	264,812.22
3011100000	DE AGUA DULCE	7,746.00	153,040.32
3079990900	DEMÁS MOLUSCOS, INC HARINA, POLVO Y PELLETS DE INVERT. ACUÁTIC. APTOS P' ALIM. HUMAN. CONG	149,000.00	137,160.60
3048200000	TRUCHAS (SALMO TRUTTA, ONCORHYNCHUS MYKISS, ONCORHYNCHUS CLARKI, ONCORHYNCHUS AGUABONITA, ONCORHYNCHUS GILAE, ONCORHYNCHUS APACHE Y ONCORHYNCHUS CHRYSOGASTER)	18,560.00	107,011.00
1605400000	DEMÁS CRUSTACEOS PREPARADOS O CONSERVADOS	51,639.00	80,741.03
1604132000	SARDINAS, SARDINELAS Y ESPADINES ENTERO O EN TROZOS, EXCEPTO PICADO, EN ACEITE PREPARA. Y CONSERVAS DE SARDINAS EN SALSA DE TOMATE, ENTERO O EN TROZOS EN ENVASE TIPO OVAL	14,700.00	50,530.20
1604131010	LOS DEMÁS FILETES DE LOS DEMÁS PESCADOS, FRESCOS O REFRIGERADOS EXCEPTO TILAPIAS (OREOCHROMIS SPP.), BAGRES O PEZ GATO (PANGASIUS SPP., SILURUS SPP., CLARIAS SPP., ICTALURUS SPP.), PERCAS DEL NILO (LATES NILOTICUS).	14,700.00	47,275.20
3043900000	DEMÁS PESCADOS PLANOS CONGELADOS, EXCEPTO HIGADOS, HUEVAS Y LECHAS	52,000.00	43,000.00
3033900000	MOLUSCOS EXCEPTO OSTRAS, VIEIRAS, MEJILLONES, JIBIAS Y CALAMARES, PULPOS, ALMEJAS,	23,024.00	42,670.45
1605599000	ABULONES, CARACOLES NO DE MAR, LOCOS Y MACHAS	26,124.00	40,517.00
3073900000	DEMÁS MEJILLONES (MYTILUS SPP, PEMA SPP) CONGELADOS, SECOS, SALADOS O EN SALMUERA	27,000.00	26,375.00
3036600000	MERLUZAS (MERLUCCIIUS SPP., UROPHYCIS SPP.)	27,000.00	24,300.00
3019919000	LOS DEMÁS PECES PARA REPRODUCCIÓN O CRÍA INDUSTRIAL EXCEPTO TILAPIA.	375	4,530.00
5119120000	DESPERDICIOS DE PESCADO, IMPROPIOS PARA LA ALIMENTACION HUMANA	0.4	12
		113,974,934.95	163,166,565.55

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Como se ha indicado anteriormente, China es un país que no solo está demandando pota precocida, también se detectan cada vez un mayor interés por otras especies. Por ejemplo el langostino, se sabe que China es un gran productor de langostino, sin embargo ellos producen sobre todo tallas pequeñas, y están interesados en importar algunas tallas grandes de este producto. Ecuador se presentó en la feria con un stand de gran tamaño, el doble de Perú, y su producto estrella fue el langostino. China se presenta como un mercado interesante para el langostino. En el caso de otros mercados como el Coreano, se aprecia interés también por langostino peruano, es mas, ya se registran importaciones de este producto desde Perú.

Las conchas de abanico también cuentan con un interés creciente por parte de algunos empresarios asiáticos, mercados como Taiwán, Hong Kong, Corea de Sur, Japón y China se presentan como mercados potenciales para este producto.

4.3 Nuevas Tendencias

En los supermercados, la presencia de las conservas de pescado es cada vez mayor (aunque todavía pequeña), se observan además productos congelados preformados como hamburguesas o nuggets, asimismo mixturas de productos pesqueros. Esta tendencia nos indica que dentro de China se pueden detectar varios nichos de mercado que, al ser China un país con alrededor de 1,400 millones de personas, estos nichos pueden significar importantes cantidades de productos.

Al ser un mercado que cuenta con nichos compuesto por personas con alto poder adquisitivo, se aprecian cada vez en el mercado productos de alto valor como el Seabass, Cod, Halibut, entre otros. Podría ser interesante explorar la posibilidad del Paiche peruano en este mercado.

4.4 Nuevas Tecnologías

No se apreciaron en esta ocasión.

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

Nombre de la empresa	Productos o destinos a promocionar	Tipo de empresa (Micro, Pequeña, Mediana, Grande)
Ocean Frost	Pota precocida congelada en diferentes presentaciones, calamar congelado.	Pequeña
Pesquera Hayduk	Pota precocida congelada en diferentes presentaciones, jurel, caballa, perico, anchoveta congelada.	Grande
Galser	Pota congelada en diferentes presentaciones, concha de abanico, ovas de pez volador.	Mediana
Agropesca del Perú	Presentaciones de pota, perico,	Pequeña
Perupez	Anguila congelada, Pota congelada en diferentes presentaciones.	Mediana
Coinrefri S.R.L.	Presentaciones de pota, calamar, caballa, jurel, perico, merluza, pejerrey, pulpo, anchoveta	Grande
Seafrost	Pota en diferentes presentaciones, conchas de abanico, conservas de pescado, entre otros	Grande
Proanco	Pota en diferentes presentaciones, conchas de abanico	Grande
Colan Fish	Pota en diferentes presentaciones.	Pequeña
Pesquera Exalmar S.A.	Jurel, Caballa, pota, perico, anchoveta. Todo congelado	Grande
Refrigerados Fisholg & Hijos	Pota congelada en diferentes presentaciones, perico congelado	Mediana
Altamar Foods	Pota congelada en diferentes presentaciones, perico congelado, calamar congelado	Grande

5.2 Actividades de Promoción

Para la presentación en la feria China Fisheries 2013 se diseñó el stand peruano siguiendo los conceptos de la marca país. Adicionalmente se elaboraron brochures con la información comercial de las empresas exhibidoras y un video institucional donde se apreció las características generales del Perú, sus fortalezas, destacando el crecimiento de su economía; asimismo en ese video se agregaron los videos de cada empresa expositora.


Adicionalmente, es importante destacar que durante la feria el funcionario de Promperu destacado realizó algunos contactos comerciales con empresarios interesados en la oferta peruana, dichos contactos fueron derivados a las empresas expositoras en la misma feria.

5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

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

- Ventas cerradas durante la feria: US\$ 1.427 millones.
- Ventas esperadas en los próximos 12 meses: US\$ 21 millones.
- Reuniones concretadas: 337 en total

 <small>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PISCO PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO</small> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 7 DE 8

5.3.2 Cualitativos

Con respecto a los datos cualitativos, los resultados fueron los siguientes:

- El 100% de los expositores manifestó que gracias a la feria cumplieron sus objetivos planteados.
- El 100% de los exhibidores peruanos considera a la feria como una herramienta muy buena para conseguir nuevos contactos.
- El 100% de empresas exhibidoras peruanas piensa participar en la próxima edición del evento.

5.4 Comentarios de la Competencia

El principal producto que se exporta a Asia es la Pota precocida. Actualmente el principal competidor es Chile que cuenta con materia prima más barata pero el mercado chino reconoce que el producto peruano es de mejor calidad. Otros productos como el langostino, Ecuador viene trabajando con éxito ese mercado, aun no se registran primeras ventas peruanas en China de langostino, se está trabajando para ello.

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

Luego de la feria se organizó una misión comercial a Tailandia, donde participaron 10 empresas peruanas y tuvieron contacto con los mas importantes importadores de productos pesqueros en dicho país. La misión comercial se llevó a cabo del 8 al 13 de noviembre en la ciudad de Bangkok.

VI. Conclusiones

- En líneas generales la feria contó, como en años anteriores, con una gran afluencia de compradores internacionales (aprox. 25 mil personas), sobre todo de países asiáticos como China, Corea, Japón, Taiwán, Filipinas, Tailandia, Vietnam, entre otros. El pabellón peruano se ubicó en el Hall internacional, junto con países como Chile, Ecuador, EEUU, Canadá, España, Reino Unido, Australia, entre otros.
- 12 empresas peruanas exhibieron en la presente edición de China Fisheries 2013 (20% mas que el año anterior), esas empresas fueron: Proanco, Colan Fish, Pesquera Hayduk, Pesquera Exalmar, Refrigerados Fisholg & hijos, Agropesca del Perú, Perupez, Coinrefri, Seafrost, Altamar Foods, Galser y Ocean Frost. Las 12 empresas participantes indicaron que están dispuestas a participar nuevamente de esta feria y otras tantas empresas peruanas que visitaron la feria nos comentarios su interés en exhibir el próximos año.
- Con respecto a las ventas, cabe indicar que, de acuerdo a lo reportado por las empresas las ventas concretadas durante la feria fueron de USD 1.427 millones, y las ventas esperadas para los próximos 12 meses fueron de USD 21 millones. En total las ventas en la feria sumaron USD 22.427 millones.
- En total se registraron 337 reuniones comerciales, siendo casi el 50% con importadores interesados en los productos peruanos.
- Con respecto al mercado de productos pesqueros en China, hay que destacar que todos los años se presenta diferente, este año en particular la demanda de pota precocida congelada se encontraba firme y con tendencia al alza, debido a las pescas irregulares en Perú y a que las embarcaciones chinas que pescan en El Pacífico, no habían tenido unos buenos desembarques en China. Todos los productos derivados de la pota tuvieron buena demanda. Productos como las aletas, nucas y tentáculos de pota se cotizaron durante la feria a 100 o 200 dólares por encima de los precios que tenían días previos al evento. Cabe indicar que el consumo de China es básicamente de aletas de pota precocido. Productos como el filete precocido es reexportado a mercados como Corea del Sur, Japón y Rusia; y otros productos como las nucas de pota son exportadas a Tailandia.
- Asimismo, también se apreció demanda por conchas de abanico, es más, una empresa norteamericana que compra conchas de abanico como Eartern Fish, estaba exponiendo en la feria conchas de abanico peruanas. Dentro de la presentación peruana también habían exportadores de concha de abanico por lo que esas demandas fueron recibidas por las empresas. A pesar de que China es un productor de estos productos, se aprecia que hay nichos de mercado dentro de China que prefieren productos de otros países, y es así donde pueden ingresar nuevos productos peruanos.
- Es importante destacar además la presencia en la feria de los consejeros comerciales de Beijing y Shanghai, así como el asistente del Consejero de Taiwán. Ellos en la feria tuvieron un rol que consistió en identificar a potenciales compradores chinos y taiwaneses interesados en la oferta peruana. En el caso de la OCEX de Beijing hubo también mucho apoyo en la logística del montaje del pabellón peruano.
- En la feria también estuvo presente el personal de Adex, quien promocionó la Expoalimentaria 2014 que se llevará a cabo a fines de agosto.
- Con respecto al stand peruano, en términos generales la presentación fue buena, se recibieron buenos comentarios por parte de las empresas expositoras con respecto al diseño. Este año fue la primera vez que se contó con un catering, lo cual fue recibido positivamente por los expositores aunque se recibieron comentarios variables con respecto a la comida que se servía. +

VII. Recomendaciones

- Seguir organizando misiones comerciales luego de la feria, este año se organizó una misión comercial con la participación de 10 empresas pesqueras a la ciudad de Bangkok.
- Con respecto a la degustación de productos, se debe explorar y capacitar a varias empresas de catering que puedan atender evento en China y en otros países asiáticos.

VIII. Anexos

