




**INFORME EJECUTIVO DE FERIAS**

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Octavia Barturén Villanueva	22/03/2016

**Índice**

<b>I.</b>	<b>Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>3</b>
<b>II.</b>	<b>Antecedentes y Justificación .....</b>	<b>3</b>
<b>III.</b>	<b>Ficha Técnica de la Feria .....</b>	<b>3</b>
3.1	Nombre Oficial .....	3
3.2	Tipo de Feria .....	3
3.3	Sector .....	4
3.4	Fecha .....	4
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 .....	5
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General .....	5
<b>IV.</b>	<b>Información Comercial .....</b>	<b>5</b>
4.1	Panorama del Mercado .....	5
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales .....	5
4.3	Nuevas Tendencias .....	5
4.4	Nuevas Tecnologías .....	6
<b>V.</b>	<b>Participación Peruana .....</b>	<b>6</b>
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 .....	8
<b>VI.</b>	<b>Directorio de Contactos .....</b>	<b>8</b>
<b>VII.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>9</b>
<b>VIII.</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>9</b>
<b>IX.</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>9</b>

 <small>COMISION DE PROMOCION DEL PISCO PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</small> <b>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</b>	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 3 DE 10

## I. Resumen Ejecutivo

Estados Unidos de América (EE.UU) según el FMI es la primera economía del mundo en cuando a PBI se refiere, la cual ascendió en 2,4% durante 2015, así mismo durante el año 2015 constituyó el principal mercado de destino para los productos pesqueros de consumo humano directo (CHD), con 23% de participación habiéndose exportado alrededor de con US\$ 210 millones de dólares.

La feria **Seafood Expo North América 2016**, es una de las ferias más importantes del mundo de la industria pesquera y la más importante de EE.UU. y América del Norte, desarrollándose una vez al año en el mes de marzo en la ciudad de Boston. Esta feria congrega más de 20,680 compradores y proveedores de productos pesqueros frescos, congelados, procesados y empacados, de más de 100 países diferentes.

Cabe resaltar el alto grado de especialización de esta feria, lo que la hace un espacio netamente profesional (compradores, cadenas de distribución y proveedores). Asimismo, este evento se constituye como una ventana que permite conocer los avances en innovación en productos pesqueros y nuevas formas de marketing empleadas en este mercado, con el salón de innovación que presentan cada año.

La oferta peruana exportable hacia el mercado norteamericano está basada principalmente en: conchas de abanico, perico y langostinos, además productos como el paiche y la tilapia han experimentado un crecimiento constante en las exportaciones.

## II. Antecedentes y Justificación

A noviembre del 2015, EE.UU. representó el primer destino de las exportaciones peruanas de productos pesqueros no tradicionales. Entre enero y noviembre de ese año, las exportaciones a este mercado alcanzaron 189.5 millones de dólares, representando el 22% de las exportaciones pesqueras no tradicionales totales.

Los principales productos pesqueros peruanos en los Estados Unidos son los langostinos congelados, el filete de perico y las conchas de abanico congeladas. Para nuestro país, los EE.UU. representan el principal mercado para los langostinos y el perico. En el caso de las conchas de abanico, este mercado ocupa el segundo lugar para el Perú. Adicionalmente hay otros productos que se presentan con potencial de crecimiento es este mercado como por ejemplo la pota congelada en presentaciones como anillas, las mixturas de mariscos, el filete de trucha, el filete de paiche, las conservas de anchoa y anchoveta, entre otros.

Este mercado se caracteriza además porque es un mercado de “distribución” es decir, los productos peruanos demandados terminan en un supermercado, restaurante, hotel o empresa de catering. Esta característica del mercado abre la puerta a que muchas empresas peruanas desarrollen productos con mayor valor agregado, pensando en el consumidor final e incrementando el valor de sus exportaciones.

15 empresas del Sector Pesquero participaron en la Seafood Expo North América como expositores.

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 North America 2016

**3.2 Tipo de Feria**  
Profesional

**3.3 Sector**

Productos Pesqueros

**3.4 Fecha**

06-08 Marzo

**3.5 Edición**

2016

**3.6 Frecuencia**

Anual

**3.7 Lugar de Celebración**

Boston, Estados Unidos de América

**3.8 Horario de la Feria**

Domingo, 6 de Marzo: 10:00 am – 5:00 pm

Lunes, 7 de Marzo: 10:00 am – 5:00 pm

Martes, 8 de Marzo: 10:00 am – 3:00 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 m<sup>2</sup>

**3.12 Número de Asistentes**

Más de 20, 680 compradores y proveedores de productos frescos, congelados y de productos pesqueros con valor agregado, equipos y servicios. Los asistentes provienen de más de 100 países para hacer negocios aquí. Siendo 70% de los asistentes de los Estados Unidos, 9% de Canadá, 8% Asia, 6% Europa y 4% de Centro y Sur América, mientras que el 3% restante es de los demás países.

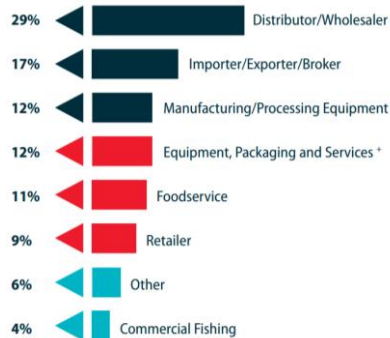
**3.13 Fecha de Próxima Edición**

19-21 de Marzo, de 2017 | Boston, USA

### 3.14 Productos Presentados en la Feria

La oferta exportable de productos pesqueros consisten en los siguientes recursos: pota(todos los derivados); concha de abanico con coral y sin coral, calamar; langostino, pulpo paiche, perico(filetes y trozos); anguila, merluza, y anchoveta.

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



## IV. Información Comercial

### 4.1 Panorama del Mercado

- ✓ Respecto a la oferta peruana cabe destacar que los productos que despertaron mayor interés fueron los langostinos, el perico y las conchas de abanico;
- ✓ El perico, durante el 2015 hubo un incremento del 47% en valor y volumen debido a los stocks iniciales del recurso y a una baja rotación por especulación de mayor disponibilidad del recurso por el fenómeno del niño, durante la feria los expositores nos manifestaron que esta situación no se repetiría para el 2016 debido a que las capturas de la temporada no fueron mayores y a que los stocks iniciales del 2016 han sido bajos, los precios han sido buenos sin embargo para determinar el comportamiento de este recurso dependerá del inicio de la temporada en octubre, también es importante señalar que la tendencia a porciones sigue creciendo
- ✓ Respecto a las Conchas de Abanico, la baja disponibilidad del recurso determina que los exportadores tengan como prioridad los mercados que pagan mejores precios, durante la feria no se reportaron cierres de este recurso a pesar de tener numerosos clientes interesados.
- ✓ Acerca de los langostinos, las colas son el principal producto que han estado buscando y se puede observar una tendencia de compra de la cola despielada y desvenada y de preferencia en empaques finales para supermercados.
- ✓ Otros productos comercializados fueron pota, trucha, anchoas y anguila entre otros

### 4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Así mismo, la trucha llamó poderosamente la atención de los clientes potenciales, debemos recordar que durante el mes de enero las exportaciones de este pescado en la presentación de filetes frescos al mercado estadounidense crecieron en 120% con respecto a enero del año 2015, de igual manera el mercado norteamericano sigue manteniendo su preponderancia para las exportaciones de colas de langostino envíos también crecieron durante los primeros meses con respecto al año anterior.

### 4.3 Nuevas Tendencias

Respecto al tema de la innovación, se pudieron observar los productos que participaban en el Seafood Excellence Awards independientemente de la especie con la que se realizaba el tema resaltante es que los productos se enfocan en una presentación easy to go. Comida rápida, y listos para consumo, así como los refrigerados para los canales de distribución. De otro lado existe una fuerte tendencia en desarrollar estrategias para atraer a las nuevas generaciones.

#### 4.4 Nuevas Tecnologías

Además de su posición imbatible como plataforma de negocios, la Seafood Expo North America 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. Los focos de SEAFOOD EXCELLENCE AWARDS, han estado orientados hacia los productos y servicios lanzados al mercado en los últimos dieciocho meses.

Los nuevos productos son juzgados en base a diversos criterios, entre ellos la singularidad y la adecuación al mercado, perfil de sabor, potencial de mercado, la conveniencia, el valor nutritivo y la originalidad. Los 8 finalistas de 2016 fueron seleccionados de aproximadamente 60 participantes en New Product Showcase.

Las empresas ganadoras fueron French Creek Seafoods ganó el premio "Best New Retail" " por su Kickin' Seafood Chili y Trident Seafoods ganó el premio "Best New Foodservice" por su Pacific Cod Bites



##### Kickin' Seafood Chili

Sopa con sabor de sudoeste norteamericano con abundantes frijoles blancos pequeños, maíz amarillo, chiles verdes en cubitos, y halibut salvaje capturado con cordel con una pizca de comino y tomatillos.

Disponible en Ready to eat en bolsa para calentarse al microondas directamente, su envase indica que se encuentra libre de gluten, no contienen organismos modificados genéticamente, y se hacen con ingredientes naturales.

##### Pacific Cod Bites

Mariscos congelados en salsa Sriracha (salsa asiática ligeramente dulce) que cuenta con una apariencia casera y se ve apetitoso al consumidor contemporáneos para bocadillos calientes y raciones.



## V. Participación Peruana

### 5.1 Expositores Nacionales

La participación de la delegación peruana contó con un total de 15 empresas, el número máximo de participantes que se ha registrado para este evento, las cuales se detallan a continuación:

1. FERNANDEZ S.R.L.
2. ACUICOLA LOS PAICHES S.A.C
3. ILLARI S.A.C.
4. LANGOSTINERA BORSALINO S.R.L
5. SPRING VALLEY FRUIT S.A.C.
6. REFRIGERADOS FISHOLG & HIJOS S.A.C.
7. ARMADORES Y CONGELADORES DEL PACIFICO S.A. / ARCOPIA S.A
8. CORPORACION DE INGENIERIA DE REFRIGERACION S.R.L.-COINREFRI
9. PERUPEZ S.A.C.
10. PACIFIC FREEZING COMPANY S.A.C.
11. PROVEEDORA DE PRODUCTOS MARINOS S.A.C. - PRODUMAR
12. INVERSIONES PRISCO S.A.C.
13. PRODUCTORA ANDINA DE CONGELADOS S.C.R.L. / PROANCO
14. PESQUERA EXALMAR S.A.
15. SEAFROST S.A.C.

El 100% de las empresas manifestaron su interés en participaren la siguiente edición de la feria y se puede adicionar que en relación al año 2015, el 66% de las empresas renovaron su participación para esta edición.

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 7 DE 10

## 5.2 Actividades de Promoción

Promperu organizó una de las mayores delegaciones de expositores que se han tenido respecto a años anteriores en esta feria.

Cabe destacar que, dentro de la delegación de las 15 empresas peruanas, participaron cuatro pymes, tres de las cuales formaron parte de la Ruta Exportadora, y dos de ellas tuvieron su primera experiencia ferial internacional en este evento.

En el pabellón peruano se atendieron a cerca de 1000 asistentes entre compradores, productores, mayoristas, operadores portuarios, consultores, representantes de gremios de importadores y agencias de promoción, revistas especializadas, empresas logísticas, etc.; procedentes principalmente de Estados Unidos y Canadá entre otros países. El primer día se notó una fuerte presencia de visitantes. Así mismo se realizó la entrega de merchandising a los visitantes del pabellón peruano.

PROMPERU estuvo a cargo de la administración de las áreas abiertas y la atención de visitantes y potenciales compradores en el pabellón peruano, entre ellos agencias de cooperación, importadores.

Se contó con el apoyo de las Oficinas Comerciales de Perú en los Estados Unidos: Nueva York (Conrado Falco) y Los Ángeles (Ricardo Romero), quienes estuvieron presentes en el pabellón. En el caso puntual de la OCEX de LA varios de los expositores manifestaron su interés en participar en la Misión que se pueda organizar este año.

Se visitó los pabellones de los países competidores de la región americana para identificar su oferta exportable (Chile, Argentina, Ecuador y México).

## 5.3 Resultados

### 5.3.1 Cuantitativos

Respecto al total de 652 reuniones comerciales, se generaron 246 citas comerciales con clientes actuales y 406 con nuevos contactos generados en el evento. Debe destacarse que el 58% de las reuniones se realizaron con importadores interesados en la oferta pesquera peruana, seguido por un 13% de contactos de distribuidores, así como un 11% para intermediarios y procesadores respectivamente.

### 5.3.2 Cualitativos

Las ventas concretadas durante la feria alcanzaron un total de USD 1.69 millones, mientras que las ventas proyectadas por los próximos 12 meses fueron de USD 49.11 millones.

Así mismo se logró incrementar la satisfacción de los participantes de 74.7% a 86%

## 5.4 Comentarios de la Competencia

Se realizó una visita a los stands de Argentina, México, Chile, Brasil y Ecuador 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.

Así mismo cabe resaltar que el tamaño y el diseño de los stands muestra la importancia del sector pesquero dentro de la industria de exportación de cada uno de los países y la importancia que tiene esta feria dentro de las estrategias de promoción para las agencias de los países.

Es importante remarcar la importancia de mantener un estilo de presentación constante en estos tipos de feria debido a que es importante como imagen y como reconocimiento de marca.

A continuación, el pabellón de Chile quienes mantuvieron el diseño del stand sin embargo realizaron una variación en el color del mismo.



2015



2016

Con respecto al Pabellón Argentino se encontró que se realizaron pequeños cambios, básicamente en la aplicación de frisó aéreo evocando las olas del mar en sus colores tradicionales resaltando su nacionalidad, así se mantuvo el tamaño del pabellón, así como los counters para que cada empresa atendiera a sus visitantes sin congeladoras de exhibición.



2015



2016

En cuanto al Pabellón de Ecuador, en el año 2016, los tamaños de los stands fueron más grandes y las paredes mucho más, respecto al frisó aéreo, se puede señalar que se mantuvo sobrio.



2015



2016

### 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.

### VI. Directorio de Contactos

[http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/DIRECTORIO%20SEAFOOD\\_EXPO2016.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/DIRECTORIO%20SEAFOOD_EXPO2016.pdf)



## VII. Conclusiones

La SENA 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 de Norteamérica 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 oferta peruana estuvo caracterizada por los productos no tradicionales más representativos: Congelados, conservas y curados.

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.

## VIII. Recomendaciones

- ✓ Se sugiere que los expositores identifiquen empresas con las que les gustaría concretar reuniones de manera que se pueda solicitar las OCEX correspondientes contactarlas y organizar reuniones en el marco del evento.
- ✓ Se sugiere que las OCEX envíen una relación de clientes potenciales para que se puedan reunir con los expositores durante el evento.
- ✓ La convocatoria para la Seafood North America se debe lanzar en noviembre al igual que en el 2015 para que las empresas puedan prepararse con la debida antelación a esta feria.
- ✓ Se invita los exportadores a participar de la Seafood Excellence Awards, debido a que resultaría una vitrina muy beneficiosa, dado que contamos con una gastronomía reconocida internacionalmente.

## IX. Anexos

### Salón de Innovación Seafood Expo North America 2016

Langostinos en diferentes salsas listos para consumir envasados en bolsas retortables.



Bacalao chileno cocido y bañados en s salsa listos para consumir envasado en bolsas recortables con abre fácil.

Hamburguesas premiun de salmón en cajas pensadas para consumirse a la parrilla.

