

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS
CHINA FISHERIES & SEAFOOD EXPO 2017


Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Karl Berger – Coordinador Departamento de Productos Pesqueros	12/12/2017


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.....	3
3.6	Frecuencia.....	3
3.7	Lugar de Celebración.....	3
3.8	Horario de la Feria	3
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	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.....	6
VI.	Directorio de Contactos	6
VII.	Conclusiones.....	6
VIII.	Recomendaciones	6
IX.	Anexos	6

	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 3 DE 9

I. Resumen Ejecutivo
<p>Por 17ma vez consecutiva, el Perú organizó la participación de una delegación peruana de empresas pesqueras en la feria China Fisheries, principal plataforma comercial en el continente asiático especializada en productos del mundo del mar. Se logró una de las mayores delegaciones con 16 empresas expositoras, además una de los productos más demandados fueron los langostinos, ante la reciente noticia de la apertura del mercado chino.</p> <p>Se observó una de las ferias más concurridas en la historia del evento, con una importante participación de representantes y autoridades del sector pesquero de diversos países.</p> <p>A pesar de las limitantes de materia prima que restan oportunidades a la industria peruana en la actualidad, se percibió una atmósfera positiva de cara al mercado.</p>
II. Antecedentes y Justificación
<p>La feria China Fisheries & Seafood Expo 2017, constituye el evento comercial especializado en el sector pesquero de mayor importancia en el continente Asiático. Esta feria es de frecuencia anual y su alcance abarca todas las categorías de Productos del Mar (congelados, frescos, curados, envasados), además de Tecnologías de transformación y desarrollo para procesamiento. Este evento congrega las más importantes empresas chinas tanto distribuidores de productos finales para el consumidor como importadores de industria de reproceso, así como también importadores de otros países asiáticos como Japón, Corea del Sur, Vietnam, Tailandia, Taiwán, Malasia, Filipinas, entre otros.</p> <p>China ha triplicado sus importaciones de productos de mar en los últimos seis años, totalizando USD 3.200 billones al año, de acuerdo con estudios de United Nation's Food and Agricultural Organization, el consumo de productos acuáticos se incrementará 80% en los próximos cinco años como resultado del crecimiento de la clase media y su incorporación a un mercado que es conocedor de este tipo de productos y cuyo consumo se da un tasas más elevadas que en otros países en desarrollo. De esta manera, China ya no es solo un gran productor y exportador de productos pesqueros, sino también el principal país consumidor y uno de los líderes en importaciones.</p> <p>En resumen, se trata de la cita anual más relevante del mundo pesquero en el Asia. De acuerdo con la información proporcionada por los organizadores del evento, más del 80 por ciento de los expositores retornan anualmente para concretar negocios y desarrollar nuevos productos.</p> <p>PROMPERU ha organizado la participación de empresas en este evento en 17 ocasiones, obteniendo resultados auspiciosos y logrando posicionar la imagen del Perú en el Asia como país proveedor de productos pesqueros de calidad.</p>
III. Ficha Técnica de la Feria
<p>3.1 Nombre Oficial China Fisheries & Seafood Expo</p>
<p>3.2 Tipo de Feria Especializada / Profesional</p>
<p>3.3 Sector Productos de la pesca y acuicultura, servicios, maquinarias</p>
<p>3.4 Fecha 1 – 3 Noviembre, 2017</p>
<p>3.5 Edición XXII edición</p>
<p>3.6 Frecuencia Anual</p>
<p>3.7 Lugar de Celebración Qingdao, Provincia de Shandong, República Popular China</p>
<p>3.8 Horario de la Feria Miércoles 01 noviembre de 10.00 – 17.00 Jueves 02 noviembre de 10.00 – 17.00 Viernes 03 noviembre de 10.00 – 15.30</p>

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005 VERSIÓN 02 PÁG. 4 DE 9
3.9 Precio de la Entrada		
3.10 Organizador Sea Fare Expositions, Inc.		
3.11 Superficie 36,300 m ²		
3.12 Número de Asistentes 29,250 de 100 países		
3.13 Fecha de Próxima Edición 7 – 9 Nov. 2018		
3.14 Productos Presentados en la Feria Productos congelados: filetes, aletas y tentáculos de pota, langostinos, pejerrey, anchoveta congelada, perico, merluza, bloques de surimi de anchoveta, anguila, caballa.		
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General 8 halls de exposición Participación de empresas internacionales y chinas 1,500 expositores provenientes de 45 países Visitantes de 100 países		
IV. Información Comercial		
4.1 Panorama del Mercado <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del consumo de pescados y mariscos por incremento de la clase media • Mayor demanda por mariscos: langostas, cangrejos, langostinos, bivalvos • Apertura comercial para ingreso de productos y reducciones de aranceles • Búsqueda de materias primas. Zonas industriales se desarrollan rápidamente • Mayor aceptación de productos importados 		
4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales <ul style="list-style-type: none"> • Langostinos en diversas presentaciones • Combinación de materias primas con insumo y sabores locales. • Productos vivos. 		
4.3 Nuevas Tendencias <ul style="list-style-type: none"> • Rápido crecimiento de canal de venta en línea utilizando dispositivos digitales. • Gran demanda para promociones de venta por internet (Singles day 11.11.17). 		
4.4 Nuevas Tecnologías		
V. Participación Peruana		
5.1 Expositores Nacionales 1. Seafrost		

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<h2>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</h2>	<p>CÓDIGO FO-INF-005</p> <p>VERSIÓN 02</p> <p>PÁG. 5 DE 9</p>
<ol style="list-style-type: none"> 2. Coinrefri 3. Perupez 4. Dexim 5. Pacific Freezing 6. Fernandez SRL 7. Criador El Guamito 8. Altamar 9. Spring alley 10. Arcopa 11. Fisholg 12. Axsa 13. Proanco 14. Sabanamar Peru 15. Colan Fish 16. Hayduk Corp. 		
<p>5.2 Actividades de Promoción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustaciones de platos fusión, gastronomía peruana • Pantalla gigante con videos promocionales • Difusión de marca Súper Alimentos del Perú 		
<p>5.3 Resultados</p>		
<p>5.3.1 Cuantitativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • 16 empresas peruanas participaron como expositoras en la feria logrando un correcto desempeño y presentación. • 100% cumplió los objetivos planteados para la actividad. • Se estimó un total de ventas para los próximos 12 meses de USD 48.3 millones. • 1,147 reuniones comerciales, 593 con clientes actuales 554 con nuevos y potenciales clientes. • 65% de los visitantes fueron de países asiáticos, mientras que 25% de Europa, fundamentalmente Rusia. 		
<p>5.3.2 Cualitativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento del sector pesquero peruano, como proveedor de importancia en el mercado chino. • Difusión en Asia de la marca Súper Alimentos del Perú. 		
<p>5.4 Comentarios de la Competencia</p> <p>Principales países con presencia en la feria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canadá, langostas, cangrejos, langostinos, mariscos en general • Ecuador, langostinos, pelágicos • Argentina, langostinos, merluza • Nueva Zelanda: abalones, mejillones, pescados blancos, bivalvos • Chile: salmones, mejillones, algas • Reino Unido: ostras, cangrejos • Irlanda: cangrejos, mejillones, vieiras, pescados blancos • Rusia: pescados blancos y pelágicos, pescados de agua dulce, langostinos, conchas, cangrejos • Japón: productos con valor agregado • Corea del Sur: productos con valor agregado 		

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PISCO PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<h2>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</h2>	<p>CÓDIGO FO-INF-005 VERSIÓN 02 PÁG. 6 DE 9</p>
<ul style="list-style-type: none"> Noruega: salmones, pelágicos 		
<p>5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria</p> <ul style="list-style-type: none"> Se realizó una misión comercial en la zona norte de la Provincia de Shandong, en las localidades de Weihai y Rongsheng. Participaron 3 empresas: Seafrost, Coinrefri, El Guamito Se realizaron visitas a empresas y una rueda de negocios con empresas locales. 		
<p>VI. Directorio de Contactos</p>		
<p>Solicitar a kberger@promperu.gob.pe / ehachiya@promperu.gob.pe</p>		
<p>VII. Conclusiones</p>		
<ol style="list-style-type: none"> Durante los 17 años que Promperú organiza la participación a este evento, se trata de una de las delegaciones más importantes, con 16 empresas co-expositoras. Lo interesante es que poco a poco se vienen incrementando la variedad de productos promocionados, y desde esta edición ha exhibido una empresa exportadora de langostinos. De hecho, el tema de los langostinos concita la mayor atención actualmente, pues la reciente apertura del mercado chino significa una oportunidad excelente para que el sector diversifique sus envíos al Asia. La respuesta de los importadores chinos no se ha hecho esperar, y la expectativa que se ha generado permite pensar en un rápido crecimiento de este mercado. Las expectativas de negocios de acuerdo con las encuestas, han superado los US \$ 48 millones, cifra superior en US \$ 5 millones a la reportada el año anterior. Se han contabilizado además casi 600 reuniones con clientes actuales, y 550 con nuevos potenciales importadores. La mayor parte de estas citas fueron con importadores, seguido de intermediarios y procesadores. Es evidente que la oferta peruana en China, está direccionada a la industria de procesamiento, que termina por darle valor a nuestros recursos. Parte de estos productos con valor agregado se comercializan en el mercado chino, mientras que otra parte significativa es exportada a Japón, Corea del Sur y Rusia fundamentalmente. Si bien la intención por generar valor agregado es una prioridad para las empresas, está claro también que la industria china va a buscar siempre en Perú a un socio por su potencial pesquero y sus recursos. A pesar de la mala situación de la pesca durante los últimos 3 meses, la expectativa de las empresas participantes ha sido positiva respecto al mercado. Existe una confianza generalizada de que todo irá mejor en el futuro próximo, y lo más importante es la visión de mediano y largo plazo, pues no se ha descuidado la participación y por consiguiente presencia en el mercado. Esto genera un vínculo fuerte con los clientes y una imagen de confianza. Asimismo, la asistencia masiva de importadores al stand de Perú, confirma que nuestra exposición es parte importante de la feria y la oferta internacional, pues se ha logrado posicionar gracias a un trabajo de muchos años. En cuanto a la exhibición en sí, el stand de Perú se presentó llamativo, bien iluminado y ordenado, mostrando una imagen profesional. Fue un acierto la inclusión de una pantalla gigante donde se presentaron videos tanto de la industria como de las empresas, siendo un atractivo y captando la atención de los visitantes. El apoyo y las coordinaciones tanto con OCEX Beijín, como OCEX Shangháí han dado buenos resultados y se ha comprobado un compromiso para el apoyo del sector pesquero y acuícola. El mercado chino de productos pesqueros va a continuar su expansión y los cambios que se perciben son notables, tanto en volúmenes, productos, presentaciones, inclusive en los precios de compra, China es un mercado en evolución permanente donde ya somos conocidos y por ello se generarán oportunidades de negocio diversas a futuro. Por tanto se debe seguir de cerca nuevas formas de consumo como el comercio electrónico orientado especialmente a la población joven y de clase media que es el motor del crecimiento de la economía de este país. 		
<p>VIII. Recomendaciones</p>		
<ol style="list-style-type: none"> En vista del crecimiento del mercado chino, la oferta peruana debe procurar diversificarse, mas allá de la pota como insumo, debemos sumar otros productos que puedan ser incluidos en los próximos años en nuestro portafolio de exportaciones a este mercado, como los langostinos y el surimi. Complementar la actividad de la feria con otras de promoción que ayudaran a posicionar los productos peruanos, como las campañas de promoción en línea y en supermercados. 		
<p>IX. Anexos</p>		



