



## FERIA SEAFOOD EXPO GLOBAL 2019

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Edgar Hachiya – Especialista del Departamento de Productos Pesqueros	28/05/2019

### Índice

I.	Resumen Ejecutivo .....	2
II.	Antecedentes y Justificación.....	2
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	2
3.1	Nombre Oficial .....	2
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.....	3
3.10	Organizador.....	3
3.11	Superficie.....	3
3.12	Número de Asistentes.....	3
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	3
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.....	5
4.4	Nuevas Tecnologías.....	5
V.	Participación Peruana.....	5
5.1	Expositores Nacionales.....	5
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.....	5
VI.	Directorio de Contactos.....	5
VII.	Conclusiones.....	6
VIII.	Recomendaciones.....	6
IX.	Anexos.....	6

## 1. Resumen Ejecutivo

La **Seafood Expo Global** es el evento comercial más grande del mundo a donde acuden profesionales de la industria y compradores especializados en un número superior a 29,288, provenientes de 155 países. Para la exposición se despliegan aproximadamente 2,020 stands de empresas que representan a 74 países o delegaciones territoriales. Se realiza desde hace 27 años de forma anual y de manera ininterrumpida en la ciudad de Bruselas, Reino de Bélgica; habiéndose posicionado como el mayor evento continental y global de su naturaleza. El nivel de los contactos que se puede obtener en este evento es excelente.

Este evento no solamente es de utilidad para conocer a los principales compradores especializados de sector, sino también para mantener las relaciones con los clientes actuales, generando confianza y fortaleciendo las relaciones comerciales; además de poder estar en contacto con las novedades de la industria, productos innovadores. Además permite a las delegaciones de países posicionar una imagen como orígenes de productos pesqueros y acuícolas de calidad.

## 2. Antecedentes y Justificación

La Unión Europea es el mercado más importante para la pesca y acuicultura de consumo humano directo, ya que representa el 36% de nuestras exportaciones de productos pesqueros no tradicionales. El año 2018 se exportaron a estos mercados, productos por un valor de US \$ 471.1 millones; siendo los de mayor demanda la pota congelada con un crecimiento de más del 50% siendo los principales productos anillas, tentáculos y recortes; otro producto a destacar son las conchas de abanico congeladas con coral o en media valva, observándose un alza de 27% con ventas de más de US\$ 56 millones y por últimos destaca la trucha, en ella se observa un alza del 116% con respecto al año anterior.

## 3. Ficha Técnica de la Feria

3.1. **Nombre Oficial:** Seafood Expo Global 2019

3.2. **Tipo de Feria:** Profesional, especializada

3.3. **Sector:** Productos pesqueros y acuícolas, maquinaria pesquera

3.4. **Fecha:** 07 al 09 de Mayo

3.5. **Edición:** XXVII

3.6. **Frecuencia:** Anual

3.7. **Lugar de Celebración:** Palacio de Exposiciones de Bruselas, Reino de Bélgica

3.8. **Horario de la Feria:** 10:00 – 18:00 (martes, miércoles); 10:00 – 16:00 (jueves)

3.9. **Precio de la Entrada:**

3.10. **Organizador:** Diversified Communications

3.11. **Superficie:** 39,322 m2 distribuidos en 7 halls de exhibición de Seafood Expo Global y 1 hall de exhibición de Seafood Processing Global .  
 Área contratada por Promperu: 252 m<sup>2</sup> en hall 7



3.12. **Número de Asistentes:** 29,200 visitantes

3.13. **Fecha de Próxima Edición:** 21 al 23 de abril 2020

**3.14. Productos Presentados en la Feria:**

**Productos vistos en la feria:**

- Productos Frescos: Salmon, Atún, Ostras, Langosta, Mejillones, Vieiras, etc.
- Productos congelados: Langostinos, corvinas, atún, hamachi, Caballa, Calamares, sepias, pota, pulpo, sardinas, bacalao, tilapia, basa, cobia, trucha, almejas, centolla, salmón.
- Productos en conservas: atún, caballa, sardinas, productos curados
- Productos encurtidos
- Productos con valor agregado: pastas listas para consumo (lasagna marina siendo la pasta echa de surimi), vieiras envueltas en tocino, rodajas de surimi de mar (jamónada marina), embutidos a base de salmón ahumado, brochetas de mariscos, salmones ahumados, algas procesadas (Nori, snacks, aderezos), paella marina, pate y salsas a base de pescado; sopas tipo ramen (instantáneas).

**Productos peruanos ofertados:**

- Pota: anillas, tentáculos, recortes, tiras, botones
- Langostinos: enteros y colas, congelados en bloque, IQF
- Conchas de abanico: con y sin coral, media valva
- Mahi (perico): porciones, filetes con piel
- Trucha: Entera eviscerada y filete
- Merluza: filetes, HGT
- Conservas: atún, caballa, anchoveta
- Anchoas envasadas
- Valor agregado: surimi, langostinos, conservas en diferentes salsas y conchas en salsas especiales.
- Otros: pejerrey, pulpo, calamar, anguila, caballa.

**3.15. Datos Estadísticos de la Feria en General:** <https://www.seafoodexpo.com/global/>

La Seafood Expo Global 2019 conto con:

- La asistencia de 29,288 visitantes de 155 países.
- Participaron 2,020 empresas expositoras de 89 países.
- La exposición cubrió 40,625 metros cuadrados, 1,303 metros más que en la realizada el año anterior
- Participaron 13 nuevos países expositores: Angola, Fiji, Groenlandia, Guyana, Honduras, Costa de Marfil, Reino de Arabia Saudita, Madagascar, Mozambique, Islas Salomón, Swazilandia, Tanzania y Uganda.

**4. Información Comercial**

**4.1. Panorama del Mercado:**

- Alta demanda por productos como los calamares (pota), conservas de atún y trucha.
- Interés sobre el nuevo panorama que presentara el tratado de libre comercio firmado con el Reino unido.
- Importancia de las certificaciones y esquemas de sostenibilidad para ingreso de productos en grandes superficies de venta.
- Gran crecimiento en la demanda de alimentos para el mercado chino.
- Incremento del protagonismo de la trucha salmonada en los mercados globales.

**4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales**

- Productos con certificaciones.
- Productos de conveniencia o de fácil consumo.
- Desarrollo de paquetes de ingredientes con instrucciones de cocina (pack individual de comida)
- Productos que buscan una diferenciación (exclusividad).
- Adaptación a formatos conocidos (sopas, pastas, brochetas).

#### 4.3 Nuevas Tendencias

- Consumo de algas en formatos amigables para el mundo occidental (snacks).
- Interés por preparaciones y recetas gastronómicas exóticas (Asia).
- Uso de pescado como materia prima (ingrediente) para el desarrollo de alimentos y formatos conocidos: pastas, embutidos, tapas.
- Uso de empaques al vacío y atmosfera modificada.
- Uso de ingredientes vegetales en recetas: frutas, granos, especias.

#### 4.3 Nuevas Tecnologías

- Envases retortables
- Ultra congelado
- Sistemas de trazabilidad
- Equipos de etiquetados
- Equipos para fileteado y deshuesado

### 5 Participación Peruana

#### Expositores Nacionales

1. Acuapesca	9. Fisholg	17. Proanco
2. Altamar	10. Hayduk	18. Produmar
3. Acuacultivos del Pacifico	11. Marfreeze	19. Oceano Seafood
4. Arcopa	12. Pacific Freezing	20. Sabanamar
5. Atisa	13. Peru Naturals	21. Seafrost
6. Coinrefri	14. Perupez	22. Sercosta
7. Dexim	15. Peruvian Pecten	23. Spring Valley
8. Fernandez	16. Prisco	

#### 5.1 Actividades de Promoción

- Organización y desarrollo de la feria
- Branding del stand con motivos de *Superfoods Peru*
- Degustación de productos peruanos (chef Enrique Servan)
- Gestión de reuniones especializadas por parte de la OCEX.
- Inauguración oficial de la feria con presencia del Ministro Consejero del Perú en Bélgica (Sr. David Vergara), representantes de gremios sectoriales, Ocec Bruselas y Promperu.

#### 5.2 Resultados

##### 5.2.1 Cuantitativos

- 23 empresas peruanas participaron como expositoras en la feria logrando un correcto desempeño y presentación.
- Se estimó un total de ventas para los próximos 12 meses de USD 72.2 millones.
- De acuerdo a las encuestas se sostuvieron 2,290 reuniones comerciales, de las cuales 898 fueron con compradores nuevos. Esto es un indicador de la feria como instrumento para captación de nuevos negocios.
- Origen de visitantes: Europa 54%, Asia 25%, América 16%, otros 5%
- 100% de los expositores cumplieron sus objetivos y piensan volver a participar en el evento.
- Promedio de satisfacción respecto al evento: 100%
- Valoración de la organización del evento: satisfacción 94%

##### 5.2.2 Cualitativos

- El posicionamiento de la industria peruana pesquera de consumo humano directo en el mercado europeo. La presencia constante de empresas peruanas en este evento, genera confianza y familiaridad con los compradores.
- Impulso y posicionamiento de la marca sectorial *Superfoods Peru*.
- Nuevas empresas incorporadas en la plataforma de exhibición.

- Presentaciones y exhibición de productos con valor agregado muestran una imagen dinámica de la industria procesadora peruana.
- Calidad y especialización de compradores que acuden al stand peruano va mejorando.
- Compradores tienen ya una referencia de la gastronomía peruana ligada a productos del mar (familiaridad con productos, preparaciones).

### 5.3 Comentarios de la Competencia

- Entre los países latinoamericanos expositores, como es habitual en esta feria, las representaciones de Chile, Ecuador y Argentina son de las más numerosas junto con la peruana. Existen además stands más pequeños que albergan delegaciones como las de Uruguay, Colombia y Panamá. El salmón chileno, los camarones del Ecuador y el gambón argentino son los protagonistas de estas delegaciones.
- Otras delegaciones importantes de países que se encontraron presentes en la feria fueron las de Japón, Corea del Sur, Turquía, Grecia, India, Islandia, Escocia, Irlanda, Portugal, China, Taiwán, Indonesia, Canadá, Noruega, Holanda, Vietnam, Italia, Francia, Rusia, Polonia, Estonia, Dinamarca. Además se presentan por regiones las delegaciones de Flanders (Bélgica) y las comunidades autónomas españolas (Galicia, Cataluña, Asturias, Andalucía, País Vasco).

### 5.4 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

N/A

### 6 Directorio de Contactos

Consultar: [ehachiya@promperu.gob.pe](mailto:ehachiya@promperu.gob.pe)

### 7 Conclusiones

1. En esta edición de la Seafood Expo Global, el stand de Promperu, enfoca su oferta de exportable básicamente en productos congelados, utilizados como materia prima para la elaboración de productos con valor agregado, como presentaciones de pota. Si bien existe una demanda importante para este segmento del mercado, vemos que en la feria hay muchas otras empresas de diversos países que ofertan productos innovadores, con tendencia a la salud, la conveniencia y nutrición, así como con empaques atractivos a la vista y acondicionadas para un consumo casi inmediato. Estos aspectos hacen ver la necesidad de que las empresas peruanas puedan ir incluir dentro de sus objetivos, la elaboración de productos con alto valor agregado.
2. El mercado europeo desde hace algún tiempo otorga la preferencia a productos con certificaciones como el ASC o MSC, FOS; debido a la importancia y la necesidad de los consumidores en conocer aspectos de impacto sobre el origen, el buen manejo de procesos productivos, entre otros. Estas exigencias han convertido algunos nichos de mercado en inaccesibles de no contar con dichas certificaciones. Si bien algunas empresas de la oferta peruana ya cuenta con estos signos distintivos, vemos también como el mercado alemán por ejemplo muestra oportunidades de negocios no concretadas para trucha y langostino, en espera de recibir ofertas con estas características.
3. Se observa la cada vez mayor presencia de China tanto en exhibición de su oferta más diversa, como por las demandas. Las delegaciones de China ofrecen desde maquinarias y equipos hasta toda una gama de productos para CHD que incluyen desde productos frescos, hasta los más elaborados como tobiko.
4. Aun sin un acuerdo para el Brexit, la industria se pregunta cómo se van a adecuar las regulaciones para afrontar las oportunidades y restricciones que se podrían generar con este mercado. El sector pesquero productivo de las islas británicas es el más escéptico de lograr acuerdos antes de la división.

### 8 Recomendaciones

1. Impulso y trabajo para el desarrollo de programas de certificaciones con productores.
2. Desarrollo de nuevos conceptos de exhibición en stand, para lograr que algunas empresas puedan tener un mayor tamaño y de esta manera atender sus necesidades y estrategias de posicionamiento en el mercado.
3. Lograr interesar e incentivar a las empresas de Perú a participar en el salón de innovaciones Seafood Prix de Elite.
4. Enfocar los productos ofertados en la feria con una tendencia a la salud, nutrición y origen.

### 9 Anexos

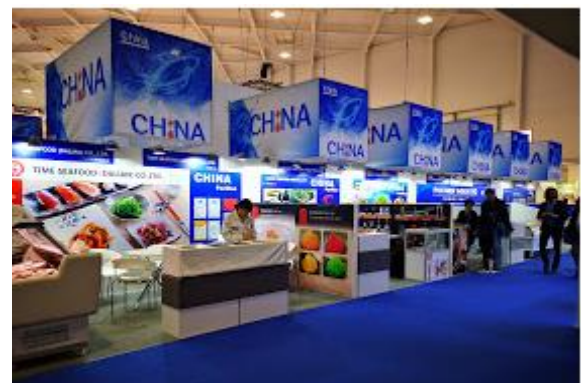


**Fotos:**

**Imágenes del stand peruano**



**Visitas de otros stand**





**Zona de nuevos productos**

