

Estudio de mercado

**Oportunidades para productos
pesqueros procesados en
Centroamérica**

ÍNDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO / ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO	3
II.	ANÁLISIS DE LA OFERTA EN CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE	8
III.	ANÁLISIS DEL MERCADO PESQUERO EN CENTROAMÉRICA	31
IV.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	58
V.	REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO	69
VI.	ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN	84
VII.	CONTACTOS DE INTERÉS	87
VIII.	PERFILES DE COMPRADORES	90

I. RESUMEN EJECUTIVO / ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO

El presente estudio de mercado tiene como objetivos principales (i) identificar oportunidades para la actual oferta peruana de productos pesqueros procesados en Centroamérica e (ii) informar sobre potencial de mercado de nuevos productos que podrían ser desarrollados por las empresas peruanas y que tienen elevados niveles de demanda en la región.

Por ello, es importante comenzar definiendo que, para usos del presente estudio, se denomina *productos pesqueros procesados* a aquellos alimentos derivados de la pesca que han pasado por una serie de procesos de transformación, preparación o conservación antes de llegar al consumidor final. Estos procesos pueden incluir el fileteado, la cocción, el ahumado, el enlatado, el preformado, entre otros. El objetivo de procesar productos pesqueros es básicamente extender su vida útil, mejorar su sabor, textura y seguridad alimentaria, y hacerlos más convenientes para su consumo y distribución, tomando como punto de partida los gustos y preferencias del mercado.

Asimismo, es importante mencionar que el desarrollo de productos pesqueros procesados y la creación del valor agregado en la industria son estrategias clave para mejorar la competitividad, la rentabilidad y la sostenibilidad del sector. En el contexto de la industria pesquera, añadir valor significa crear productos más sofisticados, convenientes o de mayor calidad a partir de materias primas básicas. Esto propicia diversificación de productos, la innovación en el envasado, la mejora de la presentación, la adaptación de acuerdos a las preferencias del mercado y el cumplimiento de estándares de calidad más altos.

El desarrollo de productos pesqueros procesados tiene múltiples beneficios para la industria de un país. En primer lugar, permite que la industria pesquera aproveche al máximo, de manera eficiente, sus recursos al utilizar gran parte del pescado o marisco; por consiguiente, contribuye también a la reducción de desperdicios, lo que es beneficioso desde una perspectiva ambiental y económica. En segundo lugar, los productos pesqueros procesados actualmente resultan alternativas convenientes y atractivas para los

consumidores, lo que amplía el mercado y puede resultar en mayores márgenes de beneficio.

Por otro lado, implementar con éxito una estrategia de desarrollo de productos pesqueros procesados ha ayudado a diversificar e impulsar las exportaciones de múltiples países. Industrias, como la tailandesa o la vietnamita, que hace unas décadas básicamente eran exportadoras de productos hidrobiológicos como materia prima, han capitalizado su experiencia en el procesamiento para expandir su presencia en los mercados internacionales y establecer una reputación como proveedor confiable de productos pesqueros de alta calidad.

En este contexto, Perú actualmente cuenta con una oferta limitada de productos pesqueros procesados, aunque en los últimos años se han realizado esfuerzos desde el sector privado para desarrollar nuevas líneas de producción a base de materia prima importada como gambón argentino, abadejo de Alaska y, en menor medida, salmón salvaje.

Es así que, entre los principales productos pesqueros procesados ,con oferta relativamente estable por parte de las empresas peruanas, destacan:

- (a) Productos procesados derivados de la pota: anillas, tiras y botones
- (b) Productos procesados derivados del mahi – mahi : Filetes c/s piel, porciones, fletchers, steaks, tabletas y hamburguesas.
- (c) Productos procesados derivados de la merluza gayi: Filetes c/s piel, embutidos y medallones
- (d) Productos procesados derivados del langostino: Colas PD & PUD, cortes especiales (butterfly) y, en menor medida, brochetas
- (e) Productos procesados derivados de la concha de abanico: Media valva roe-on / roe-off
- (f) Conservas de pelágicos : Atún, caballa, jurel, anchoveta y bonito en salmuera, aceites vegetales y salsas especiales
- (g) Otros: Filetes de anguila en salsa *kabayaki* y mixturas de mariscos

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Por otro lado, dentro de la oferta “emergente” se toma en cuenta a aquellos productos recientemente incluidos dentro de la propuesta peruana de productos pesqueros procesados y que se encuentran en el portafolio de un reducido número de empresas, dentro de los que se puede citar a:

- (a) Productos procesados derivados de la pota: Anillas empanizadas y en tempura, así como steaks empanizados
- (b) Productos procesados derivados del salmón salvaje: Filetes, porciones, hamburguesas y empanizados (bites)
- (c) Productos procesados derivados del abadejo de Alaska (APO): Filetes al natural, salados, empanizados y preformados (fish fingers)
- (d) Productos procesados derivados del gambón argentino: Colas Easy-Peel, P&D tail-on / tail-off.
- (e) Conservas gourmet: colas ahumadas de langostino en aceite girasol, chunks ahumados de bonito en aceite girasol, tacos ahumados de pota en salsa de ají y aceitunas rellenas de bonito ahumado.

Ahora bien, tomando como referencia el modelo de internacionalización Uppsala, PROMPERU ha considerado a los mercados de Centroamérica y El Caribe como una alternativa para expandir su propuesta de productos pesqueros procesados debido a la proximidad geográfica y cultural. Esta cercanía reduce los riesgos y barreras asociados con la internacionalización, permitiendo una entrada más gradual y la posibilidad de aprender de forma efectiva las preferencias y demandas de los consumidores en un entorno más familiar. Además, la región centroamericana, donde Panamá, Costa Rica y República Dominicana muestran mercados emergentes con clases medias consolidadas con una fuerte demanda de este tipo de productos, puede servir como una plataforma de lanzamiento de futuras expansiones en mercados más lejanos, replicando así la experiencia previa mostrada por otros países como Vietnam o Tailandia, cuya oferta de procesados inició a una escala regional para posteriormente expandirse a Estados Unidos, Europa e incluso Latinoamérica.

Los mercados de Centroamérica y El Caribe, en su conjunto, registraron valores de importaciones de productos pesqueros por USD 1.2 mil millones en 2022; lo

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

cual ha significado un crecimiento medio anual de 3.1% en los últimos cinco años. Aunque no existen partidas específicas para la mayoría de pescados y mariscos procesados, se puede evidenciar que gran parte de esta expansión de las importaciones ha sido consecuencia de la mayor demanda de productos de la categoría como secos / salados, filetes congelados de pescados y subproductos congelados de calamares.

En este contexto, países como Panamá, Costa Rica y República Dominicana se perfilan como los mercados más atractivos para productos pesqueros procesados. Dentro de los principales factores para priorizar estos mercados se encuentran

- (a) Tradición en el consumo de pescados y mariscos en su dieta, lo que crea una demanda constante de productos pesqueros procesados: Costa Rica (17.85 kg per – cápita / año), Panamá (13.74 kg per – cápita / año) y República Dominicana (8.37 kg per – cápita / año).
- (b) Importante flujo turístico, lo que aumenta la demanda de productos pesqueros, ya que los turistas suelen consumir este tipo de productos. Los restaurantes, hoteles y resorts suelen incluir en sus menús productos de mar, lo que crea oportunidades para proveedores de productos pesqueros procesados. A nivel de recepción de turistas en 2022 destacan: República Dominicana (7 millones), Costa Rica (2.3 millones) y Panamá (2 millones).
- (c) Escasez de recursos pesqueros. La mayoría de países centroamericanos y caribeños no cuentan con niveles de producción pesquera suficientes para satisfacer la demanda interna. Ello se refleja en los elevados niveles de importación de productos pesqueros, siendo los principales compradores regionales República Dominicana (USD 308 millones), Jamaica (USD 144 millones), Costa Rica (USD 135 millones) y Panamá (USD 103 millones).
- (d) Acuerdos comerciales vigentes. Perú cuenta con una amplia red de acuerdos comerciales vigentes con países de Centroamérica y El Caribe, dentro de los que se encuentran Cuba, Panamá, Costa Rica y Honduras.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Ello facilita el comercio y otorga ventajas arancelarias a la oferta peruana frente a la propuesta de otros exportadores, en particular del Asia.

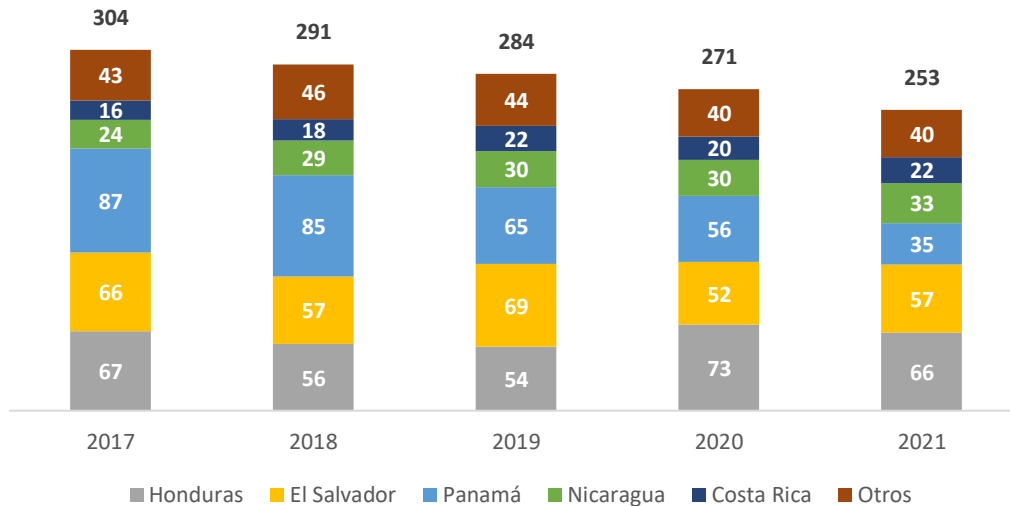
- (e) Crecimiento de la clase media. Países como Costa Rica y Panamá cuentan con clases medias consolidadas y con elevados niveles de vida, lo cual se refleja en índices de desarrollo humanos muy altos, incluso por encima de algunos países europeos.

En conclusión, si se tiene en cuenta lo expuesto, el presente estudio de mercado desarrollará un detallado análisis de las distintas aristas que intervienen en las dinámicas comerciales que actualmente se vienen desarrollando en Centroamérica y El Caribe para así identificar oportunidades reales y potenciales para la oferta exportable peruana priorizada por la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial de PROMPERÚ.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

2.1. PRODUCCIÓN DE LA REGIÓN DE DESTINO

GRÁFICO N°01: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS EN CENTROAMÉRICA & EL CARIBE 2017 – 2021 (MILES DE TN)



Fuente: FISHSTAT

De acuerdo con la FAO, la producción de productos pesqueros y acuícolas procesados en Centroamérica y El Caribe ha mostrado una tendencia decreciente en los últimos cinco años, hasta totalizar 253 mil TN en 2021. Asimismo, es importante mencionar que alrededor del 46% de la producción de la categoría se concentra alrededor de subproductos derivados del langostino vannamei, especie que es cultivada y dirigida mayoritariamente a la exportación en países como Honduras, Nicaragua y Guatemala.

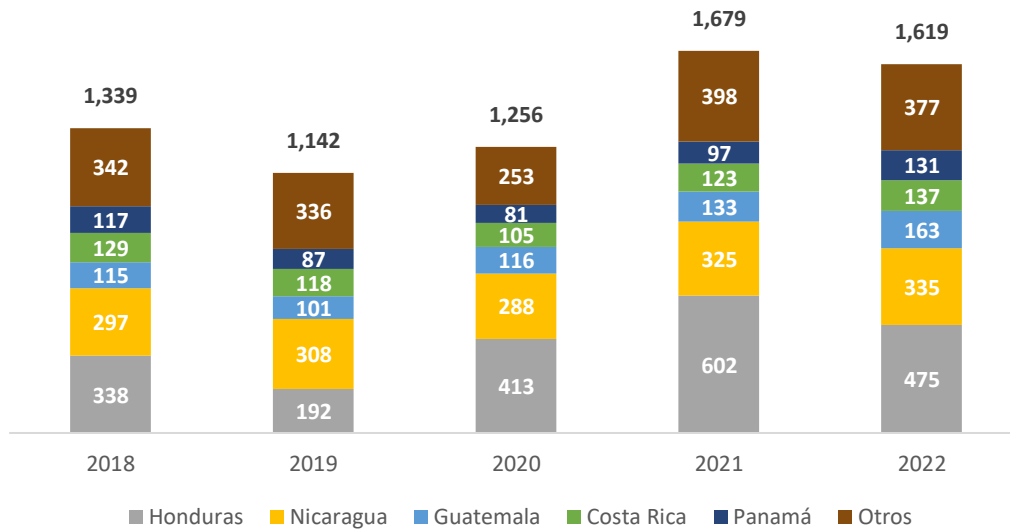
En tanto, poco más del un quinto de la producción regional corresponde a atunes congelados y lomos precocidos, donde el principal actor es El Salvador; sin embargo, la industria conservera es mínima y se limita a Costa Rica y Guatemala.

En líneas generales, la industria de procesados en Centroamérica y El Caribe puede considerarse incipiente y de bajo valor agregado, con un claro enfoque en la producción de materias primas congeladas y productos semi-terminados dirigidos a la exportación. Ello explica, en parte, la fuerte dependencia de los

mercados regionales con respecto a los productos pesqueros procesados importados, lo cual genera oportunidades para la exportación de presentaciones con mayor valor agregado.

2.2. EXPORTACIONES DE LA REGIÓN DE DESTINO

GRÁFICO N°02: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE CENTROAMÉRICA & EL CARIBE 2018 – 2022 (MILLONES DE USD)



Fuente: COMTRADE

En líneas generales, las exportaciones centroamericanas de productos pesqueros han mantenido una tendencia creciente desde el año 2019, hasta totalizar USD 1 619 millones en 2022.

Honduras representa alrededor del 30% de las exportaciones regionales de productos pesqueros, siendo los langostinos congelados el producto más relevante. Es importante mencionar que los langostinos hondureños se encuentran posicionados globalmente como productos con altos niveles de calidad y sostenibilidad; de hecho, casi la totalidad de su producción se encuentra certificada con el sello ASC. Por otro lado, la tilapia es el segundo producto con mayor relevancia dentro de la economía y las exportaciones hondureñas. De hecho, Honduras es el segundo exportador mundial de filetes frescos y el cuarto de filetes congelados de tilapia, con ventas combinadas valorizadas en USD 78 millones en 2022.

Nicaragua es el segundo mayor exportador de Centroamérica y ha registrado un crecimiento sostenido en sus envíos en los últimos tres años hasta alcanzar USD 335 millones en 2022. A nivel de productos, la estructura de las ventas nicaragüenses no suelen distar a las de sus pares regionales, ya que los langostinos vannamei congelados suelen representar al menos la mitad de sus exportaciones anuales. Otros productos relevantes son las langostas congeladas, producto del cual es el sexto exportador del mundo; pescados frescos / refrigerados y atunes aleta amarilla congelados.

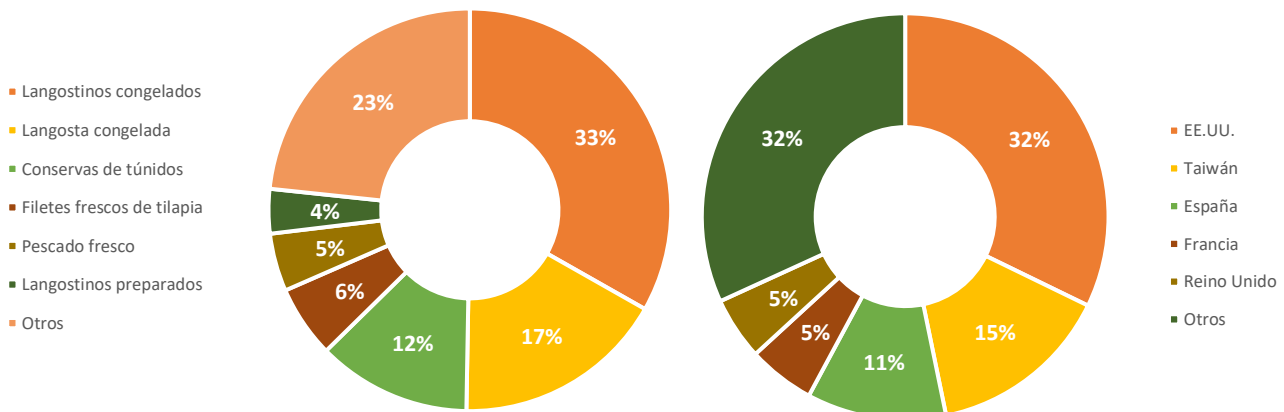
Guatemala, el tercer exportador centroamericano con ventas valorizadas en USD 163 millones en 2022, también es un productor importante de langostinos vannamei sostenibles, los cuales representan alrededor del 42% de los envíos. Asimismo, es uno de los pocos países relevantes de la región que registran exportaciones de preparaciones y conservas de túnidos, así como de atunes aleta amarilla congelados.

Costa Rica ha registrado un crecimiento sostenido en sus exportaciones por cuatro años consecutivos, incluidos los de pandemia, hasta sumar USD 137 millones en 2022. La estructura de la oferta costarricense es poco diversificada y los principales productos más relevantes, a nivel de envíos, son las conservas de atún y los filetes frescos de tilapia.

Finalmente, **Panamá** es el quinto mayor exportador de la región con ventas equivalentes en USD 131 millones en 2022. Similar a la mayoría de sus pares regionales, los langostinos vannamei representan el grueso de sus ventas, con una participación de 45% en el último año. El segundo producto panameño de interés es el atún aleta amarilla fresco / refrigerado, el cual se coloca básicamente a Estados Unidos.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

GRÁFICO N°03: PRINCIPALES PRODUCTOS PESQUEROS DE EXPORTACIÓN Y MERCADOS DE DESTINO DE CENTROAMÉRICA & EL CARIBE EN 2022



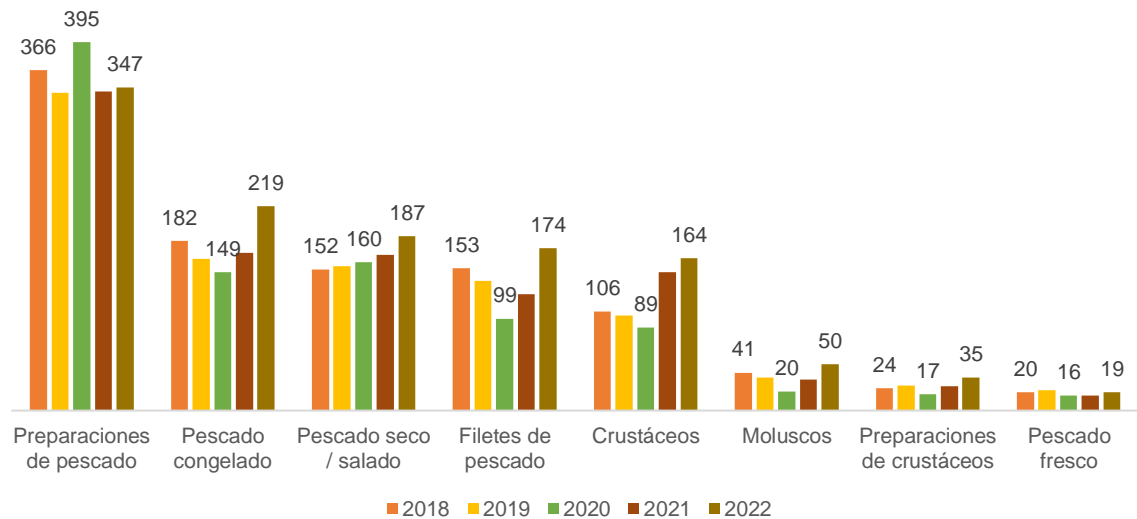
Fuente: COMTRADE

En conclusión, las exportaciones de productos pesqueros de Centroamérica y El Caribe se concentran alrededor de los langostinos vannamei sostenibles, cuya producción es particularmente relevante en Honduras, Guatemala, Nicaragua y Panamá, los cuales representan alrededor de un tercio de los envíos totales de 2022. Asimismo, otros productos como las langostas congeladas (17%), conservas de túnidos (12%) y los filetes frescos de tilapia (6%) cuentan con una participación importante.

Por otro lado, debido a la cercanía geográfica, Estados Unidos es un mercado natural para las exportaciones peruanas con una participación de 32% en valor en 2022. Por otro lado, Taiwán es un mercado importante para los langostinos centroamericanos debido a que países como Panamá, Guatemala, Nicaragua, El Salvador y Honduras, son de los pocos proveedores de estos productos que cuentan con beneficios arancelarios en dicha plaza asiática. Finalmente, a nivel intrarregional el comercio de productos pesqueros es bastante limitado y básicamente se concentra en túnidos que son enviados como materia prima para la producción de conservas en Costa Rica, por ejemplo.

2.3. IMPORTACIONES DE LA REGIÓN DE DESTINO

GRÁFICO N°04: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS POR CATEGORÍA Y/O SUBCAPÍTULO ARANCELARIO DE CENTROAMÉRICA 2018 – 2022
MILLONES DE USD



Fuente: COMTRADE

Las importaciones centroamericanas de productos pesqueros para consumo humano directo suaron USD 1 196 millones en 2022, lo cual ha significado un crecimiento medio anual de 3.47% en los últimos cinco años.

Tal como se puede notar en el Gráfico N°04, en líneas generales, las importaciones de productos pesqueros en Centroamérica y El Caribe han mostrado tendencias expansionistas en los últimos cinco años, en seis de las ocho categorías analizadas. Asimismo, el grueso del comercio corresponde a productos con cierto grado de procesamiento, donde los pescados y mariscos limpios congelados, así como presentaciones ahumadas y en conserva, son las preferidas. Entre los productos que han mostrado un mayor dinamismo en el último lustro destacan los filetes de salmones del Pacífico (CAGR 18'-22' +21.0%), los camarones en conserva (+17.2%), los filetes de pescados congelados (+12.9%) y los congelados - minced de carne de pescado (+12.7%).

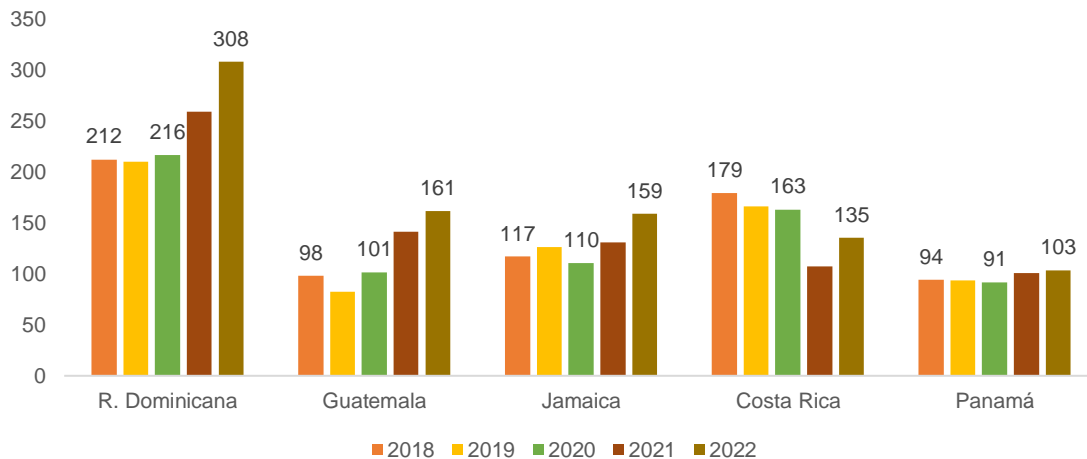
En tanto, las importaciones de productos pesqueros ultraprocesados, es decir aquellos que se comercializan en presentaciones no crudas, muestran particular relevancia dentro de la región y representan alrededor de un tercio de las

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

compras en valor en 2022. Las conservas de pequeños pelágicos de corte económico, como las sardinas y las anchovetas; así como los enlatados a base de atunes suelen ser los productos más populares y, por ende, los más demandados dentro de la categoría.

Sin embargo, pese a que no existe estadística específica en lo que respecta a la importación de otros productos pesqueros, crudos o sin cocer, procesados, en base a las entrevistas realizadas, se puede afirmar que los países centroamericanos, especialmente aquellos con fuerte actividad turística, como Costa Rica, Panamá y República Dominicana, cuentan con una demanda creciente de productos dirigidos tanto al canal HoReCa, como anillas de calamar gigante congeladas y colas de camarones en preparaciones especiales; como al canal retail, como empanizados de pescados, nuggets, preformados y conservas de corte gourmet.

GRÁFICO N°05: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS EN LOS CINCO PRINCIPALES IMPORTADORES DE CENTROAMÉRICA 2018 – 2022
MILLONES DE USD



Fuente: COMTRADE

En 2022, las importaciones centroamericanas se encontraron concentradas en más de un 70% en tan solo cinco mercados importadores, a saber, República Dominicana (26% de participación), Guatemala (13%), Jamaica (13%), Costa Rica (11%) y Panamá (9%).

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

En primer lugar, República Dominicana es el principal mercado de importación de productos pesqueros de América Central y El Caribe, y muestra una demanda creciente que se expandió en 20% en el último año hasta alcanzar USD 308 millones. El sólido posicionamiento de el país caribeño como el importador regional líder se sustenta en su sólida demanda interna y, sobre todo, en su vibrante sector HoReCa, el cual recibe anualmente a 7 millones de turistas. El país prácticamente no cuenta con una industria desarrollada de procesamiento pesquero, por lo cual sus importaciones se caracterizan por una demanda de productos de dos tipos: (i) productos terminados y semi-terminados de corte económico dirigidos a los consumidores locales, cuya demanda suele ser madura y, por ende, estable y (ii) productos terminados y semi-terminados de rango medio, usualmente congelados, dirigidos al canal HoReCa y retail, cuyo crecimiento en sus importaciones es directamente proporcional a la expansión de la industria turística. En el primer segmento, se encuentran los principales productos importados como bacalao seco salado, arenques ahumados y conservas de sardinas, tanto en aceites vegetales como en salsas especiales, usualmente de tomate. En tanto, en el segundo segmento se encuentran los filetes de pescado congelados (USD 9 millones / CAGR 18'-22' +24.3%), langostinos *pandalus / crangon* congelados (USD 9 millones / CAGR 18'-22' +21.2%), langostinos *vannamei* congelados (USD 8.3 millones / USD 9 millones / CAGR 18'-22' +82.2%) y calamares congelados en todas sus presentaciones (USD 4 millones / CAGR 18'-22' +13.8%).

TABLA N°01: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE REPÚBLICA DOMINICANA PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN BASE A LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA ACTUAL
USD MILLONES

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR % 18 - 22
Conservas de sardina, sardinela o espadín	35	37	51	53	34	-0.4%
Conservas de atún, listado o bonito	20	20	26	23	27	7.8%
Filetes de pescado congelados	4	3	2	7	9	24.3%
Camarones y langostinos congelados	1	1	2	4	8	82.2%
Pulpo congelado	1	2	1	2	4	36.0%
Congelados de merluza	2	2	2	3	4	23.2%
Calamares congelados	3	3	1	3	4	13.8%

Fuente: COMTRADE

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Pese a que el segundo segmento muestra menores niveles de importación en cuanto a valor de compra frente a productos como las conservas de sardina o los arenques ahumados, el rápido crecimiento de la demanda y la posibilidad de abastecimiento en el corto plazo con una oferta actual, representan oportunidades potenciales para los exportadores peruanos. De hecho, esta información estadística preliminar será tamizada y complementada con la información primaria derivada de las entrevistas a profundidad, en las siguientes secciones con el objetivo de detectar el potencial real de la oferta peruana en este mercado tomando en cuenta variables cualitativas adicionales, como gustos y preferencias, atributos valorados, posicionamiento de la competencia, entre otros.

En segundo lugar, destaca Guatemala con importaciones equivalentes a USD 161 millones en 2022, las cuales casi han duplicado los valores registrados en 2018. El país centroamericano, pese a ser un importante productor de vannamei certificado de acuicultura, ha expandido sus importaciones de langostinos congelados a una tasa de 28.9% en el último quinquenio hasta registrar compras por USD 53 millones en 2022, básicamente proveniente de Ecuador y, en menor medida, de Nicaragua, Honduras y Perú. Este comportamiento se debe a que alrededor del 95% de la producción guatemalteca se dirige a la exportación, lo cual genera desabastecimiento del mercado interno que es abastecido a través de las importaciones. Otros productos que han adquirido particular dinamismo en los últimos años son los túnidos congelados (USD 13 millones / CAGR 18'-22' +24.1%) y las conservas de túnidos (USD 11 millones / USD 9 millones / CAGR 18'-22' +33.9%).

TABLA N°02: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE GUATEMALA PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN BASE A LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA ACTUAL - USD MILLONES

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR % 18 - 22
Camarones y langostinos congelados	19	18	25	44	53	28.93%
Conservas de atún, listado o bonito	4	2	3	8	13	33.94%
Conservas de sardina, sardinela o espadín	9	7	10	9	11	6.91%
Calamares congelados	0.6	0.7	0.6	1	2	34.40%

Fuente: COMTRADE

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

En tercer lugar, se encuentra Jamaica con una demanda de productos pesqueros importados creciente valorizada en USD 157 millones en 2022. Aunque a diferencia del resto de países centroamericanos y caribeños, el país muestra una estructura diversificada en cuanto a sus productos importados, es importante mencionar que se trata de un mercado donde se prioriza el precio, incluso a nivel de importadores dirigidos al HoReCa como [Rainforest Seafoods](#), por lo cual se prefiere a proveedores de bajo costo como India, en el caso del langostino vannamei cocido congelado, o Tailandia, en lo que respecta a conservas de caballa. Por otro lado, es uno de los pocos mercados de la región que registra importaciones relevantes de trucha eviscerada / HG congelada (USD 12 millones / CAGR 18'-22' +7.2%); sin embargo, es importante mencionar que este flujo se realiza como consecuencia de actividades integradas de uno de los principales importadores del país, el cual cuenta con centros de producción en Surinam y Guyana.

TABLA N°03: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE JAMAICA PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN BASE A LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA ACTUAL
USD MILLONES

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR % 18 - 22
Conservas de caballa	16	17	18	24	17	2.8%
Conservas de sardina, sardinela o espadín	15	11	16	16	17	2.9%
Camarones y langostinos congelados	6	10	5	10	15	22.4%
Truchas congeladas	9	11	11	11	12	7.2%
Conservas de atún, listado o bonito	4	3	3	4	5	7.6%
Caballas congeladas	2	4	4	5	5	21.7%
Filetes de pescado congelados	2	3	1	3	5	29.0%
Filetes de trucha congelados	1	1	0	1	3	51.8%

Fuente: COMTRADE

Costa Rica se ha posicionado como el cuarto mayor importador de productos pesqueros de la región centroamericana y, aunque su demanda ha mostrado una tendencia decreciente en los últimos cinco años como consecuencia de una fuerte contracción en las compras de conservas de túnidos, se trata de un mercado de alto poder adquisitivo y creciente flujo turístico, lo cual garantiza segmentos y nichos de mercado para productos de valor agregado. De hecho,

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

en el último quinquenio, las importaciones de productos congelados procesados como filetes de salmónes del Pacífico (USD 13 millones / CAGR 18'-22' +28.6%), pulpos congelados (USD 3.4 millones / CAGR 18'-22' +67.2%) y calamares procesados / congelados (USD 1 millón / CAGR 18' – 22' +11.2%), se han expandido a tasas medias anuales de dos dígitos.

TABLA N°04: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE COSTA RICA PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN BASE A LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA ACTUAL
USD MILLONES

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR % 18 - 22
Filetes congelados de tilapia	19	18	17	23	29	11.05%
Conservas de atún, listado o bonito	82	79	72	22	29	-23.17%
Camarones y langostinos congelados	16	12	9	11	13	-4.11%
Pulpo congelado	0.4	1	1	1	3	67.22%
Conservas de sardina	1	3	3	2	5	43.94%
Calamares congelados	3	3	1	3	2	-13.07%
Calamares preparados (no crudos)	0.8	1	1	1	1	11.24%

Fuente: COMTRADE

Finalmente, Panamá se ha mantenido como el quinto mayor importador de productos pesqueros para consumo humano directo en Centroamérica y El Caribe con importaciones equivalentes a USD 103 millones en 2022. Alrededor del 55% de la demanda panameña de la categoría se concentra alrededor de las conservas de pescados, dentro de los que destacan los túnidos (USD 31 millones en 2022), demás pescados (USD 15 millones) y sardinas y anchovetas (USD 10 millones). Asimismo, es uno de los mercados regionales más importantes para los calamares y potas congelados, donde además las anillas son uno de los productos más apreciados, con importaciones valorizadas en USD 4.5 millones en 2022, casi el triple de lo registrado cinco años atrás. En 2022, Perú fue el quinto proveedor de productos pesqueros de Panamá; sin embargo, este escenario podría virar negativamente si se tiene en cuenta que, a octubre de 2023, solamente dos empresas exportadoras peruana cuentan con habilitación para exportar únicamente ciertos productos específicos como langostinos, tentáculos, mantos y aletas de calamar gigante congelados a dicho país. Para mayor información consultar: [Agencia Panameña de Alimentos](#).

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

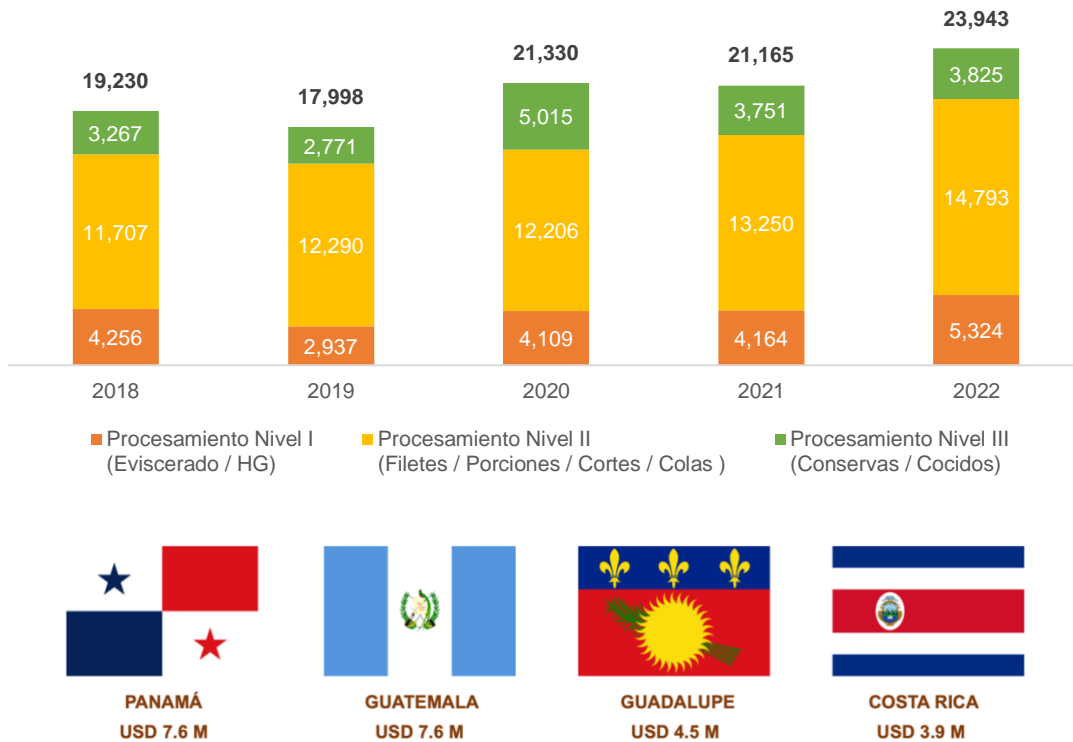
TABLA N°05: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PANAMÁ PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN BASE A LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA ACTUAL
USD MILLONES

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR % 18 - 22
Conservas de atún, listado o bonito	27	24	32	34	31	3.5%
Conservas de sardina, sardinela o espadín	10	7	12	9	10	-1.3%
Calamares congelados	2	1	1	3	4	31.0%
Camarones y langostinos congelados	3	3	2	3	4	8.6%
Congelados de carne de pescado (incl. minced)	2	2	1	1	2	8.9%

Fuente: COMTRADE

2.4. IMPORTACIONES DE LA REGIÓN DESDE PERÚ

GRÁFICO N°06: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE PERÚ A CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE 2018 - 2022
MILES DE USD



Fuente: ADUANAS DE PERÚ – SUNAT

Las exportaciones peruanas de productos pesqueros para consumo humano directo a Centroamérica y El Caribe han mantenido, en líneas generales, una tendencia creciente en los últimos cinco años hasta alcanzar USD 23.9 millones

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

en 2022. Panamá es el principal destino de los exportadores peruanos de la categoría con envíos valorizados en USD 7.6 millones en 2022, lo cual representa alrededor de un tercio de las ventas totales a la región. Del mismo modo, Guatemala (USD 7.6 millones) se ha convertido en un mercado importante para las exportaciones peruanas de colas de langostino congeladas y, en menor medida, de otros productos procesados como anillas, tentáculos y filetes de pota. Otros mercados importantes fueron Guadalupe (USD 4.5 millones), Costa Rica (USD 3.9 millones) y Martinica (USD 3.1 millones).

En los últimos cinco años, entre 60% - 70% de las exportaciones peruanas dirigidas a la región centroamericana correspondieron a productos pesqueros con un procesamiento de “Nivel II”; es decir, aquellos que para su producción se han realizado cortes específicos en presentaciones crudas congeladas. En este segmento, destacan subproductos del calamar gigante o pota como los tentáculos (USD 5 millones en 2022), tanto enteros limpios como trozados; rodajas con piel de atún y mahi – mahi (USD 4 millones); colas de langostino (USD 3 millones); filetes de mahi – mahi y pota (USD 2 millones); y porciones, con y sin piel, de mahi – mahi (USD 1.6 millones). Otros productos relevantes de mencionar son los medallones de mahi – mahi, las aletas, anillas y botones de pota.

Asimismo, entre un 15% y 20% de los envíos registrados en el último quinquenio corresponden a productos pesqueros con un procesamiento de “Nivel III”; es decir, aquellos que además de cortes especiales han sido sometidos a procesos adicionales como el cocido, ahumado o preservado. En este segmento destacan las conservas de sardina peruana en grated, en latas de ½ libra, en agua y sal (USD 2.6 millones); conservas de filetes de caballa y, en menor medida, de atún en aceite vegetal (USD 602 mil); y conservas de anchoveta entera en salsa de tomate (USD 269 mil).

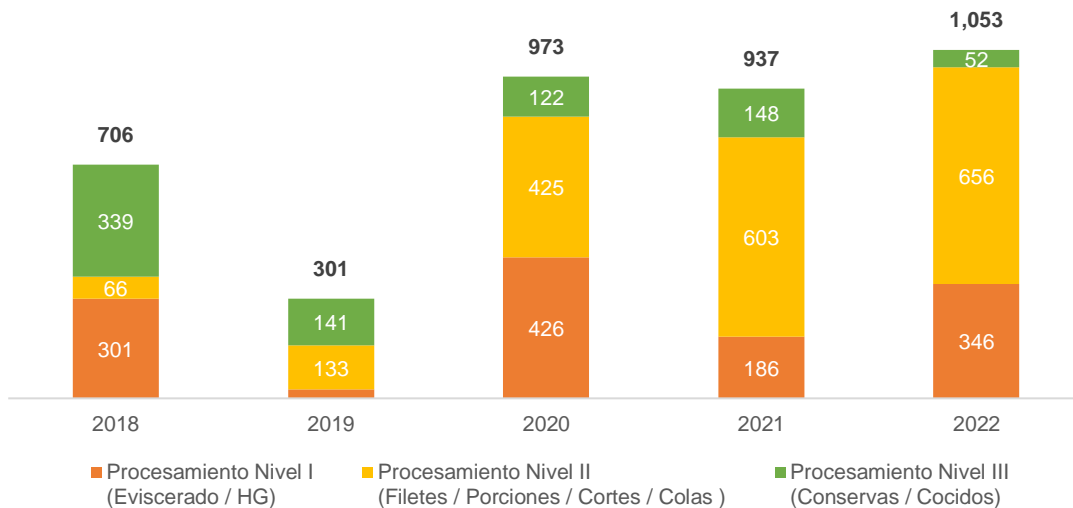
Por otro lado, más allá de la clasificación dentro de las exportaciones de peruanas de productos procesados con un claro enfoque HoReCa destacan los envíos de brochetas de mahi-mahi por USD 63 mil en 2022 a países de Las

Antillas como Guadalupe y Martinica, así como los cubos elaborados a base del mismo producto empacados al vacío por USD 83 mil.

Ahora bien, a partir de este punto se analizarán las exportaciones peruanas por producto en específico a los principales cuatro de los cinco principales importadores de Centroamérica y El Caribe, a saber, República Dominicana, Guatemala, Costa Rica y Panamá¹.

2.4.1. República Dominicana

GRÁFICO N°07: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE PERÚ A REPÚBLICA DOMINICANA 2018 - 2022
MILES DE USD



Fuente: ADUANAS DE PERÚ – SUNAT

Las exportaciones peruanas a República Dominicana han bordeado USD 1 millón en los últimos tres años, con una mayor participación de los productos pesqueros con un nivel de procesamiento de “Nivel II”, donde destacan

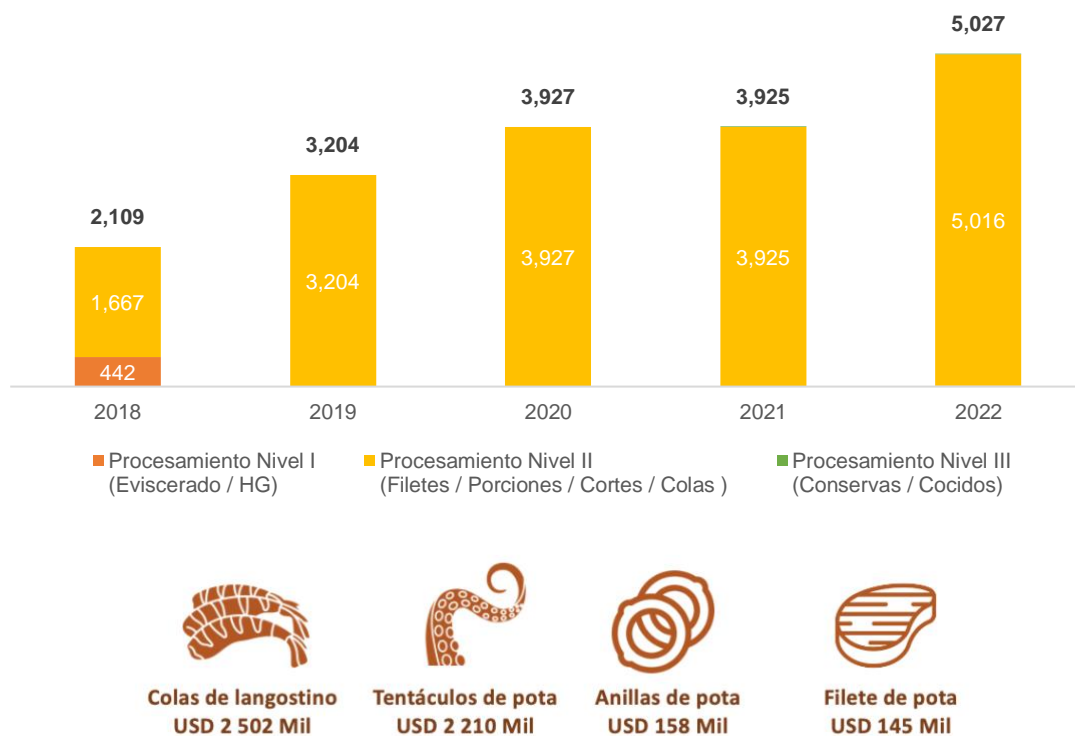
¹ En esta sección se prescindió en análisis de las exportaciones peruanas de productos pesqueros a Jamaica debido a que el país andino no registró exportaciones a dicho mercado en los últimos tres años.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

productos elaborados a base de pota como los tentáculos crudos (USD 342 mil) y filetes (USD 189 mil), así como las colas de langostino (USD 55 mil) y los filetes de mahi – mahi congelados (USD 37 mil). Asimismo, productos pesqueros con un “Nivel III” de procesamiento han disminuído sus envíos y solamente sumaron USD 52 mil en 2022, aunque en este segmento las presentaciones cocidas de tentáculos y rodajas de los mismos tienen particular relevancia. Sin embargo, es importante mencionar que, hasta el año 2021, el país caribeño importaba conservas de anchoveta peruana en aceite vegetal y salsa de tomate.

2.4.2. Guatemala

GRÁFICO N°08: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE PERÚ A GUATEMALA 2018 - 2022
MILES DE USD



Fuente: ADUANAS DE PERÚ – SUNAT

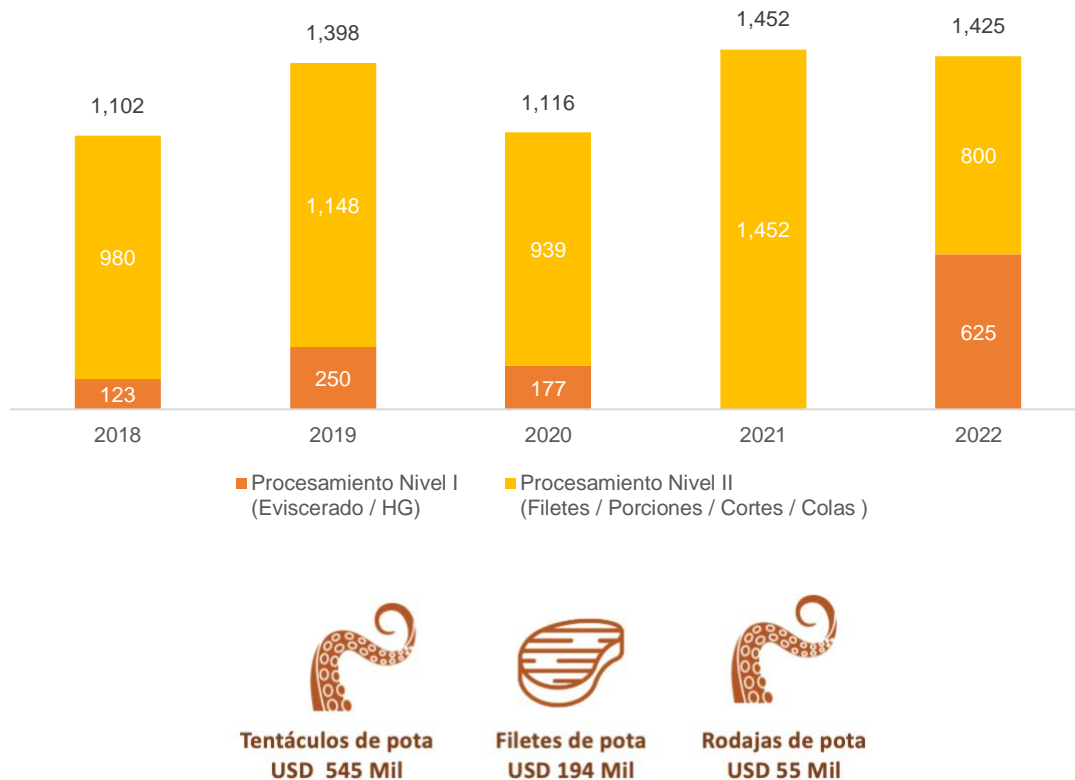
Perú es el décimo segundo proveedor de productos pesqueros de Guatemala, con ventas valorizadas en USD 5 millones en 2022, lo cual ha significado un crecimiento de 28.2% con respecto al año anterior. La totalidad de los productos colocados a Guatemala corresponden a productos pesqueros con un

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

procesamiento de “Nivel II”, donde destacan largamente las colocaciones de colas con caparazón de langostino (USD 2.5 millones) y los tentáculos de pota (USD 2.2 millones). Asimismo, aunque aún en volúmenes limitados, en los últimos dos años se ha comenzado a exportar anillas de pota por USD 158 mil en 2022. Otros productos que han mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años son los filetes crudos congelados de pota, los cuales registraron exportaciones por USD 145 mil en 2022.

2.4.3. Costa Rica

GRÁFICO N°09: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE PERÚ A COSTA RICA 2018 - 2022
MILES DE USD



Fuente: ADUANAS DE PERÚ – SUNAT

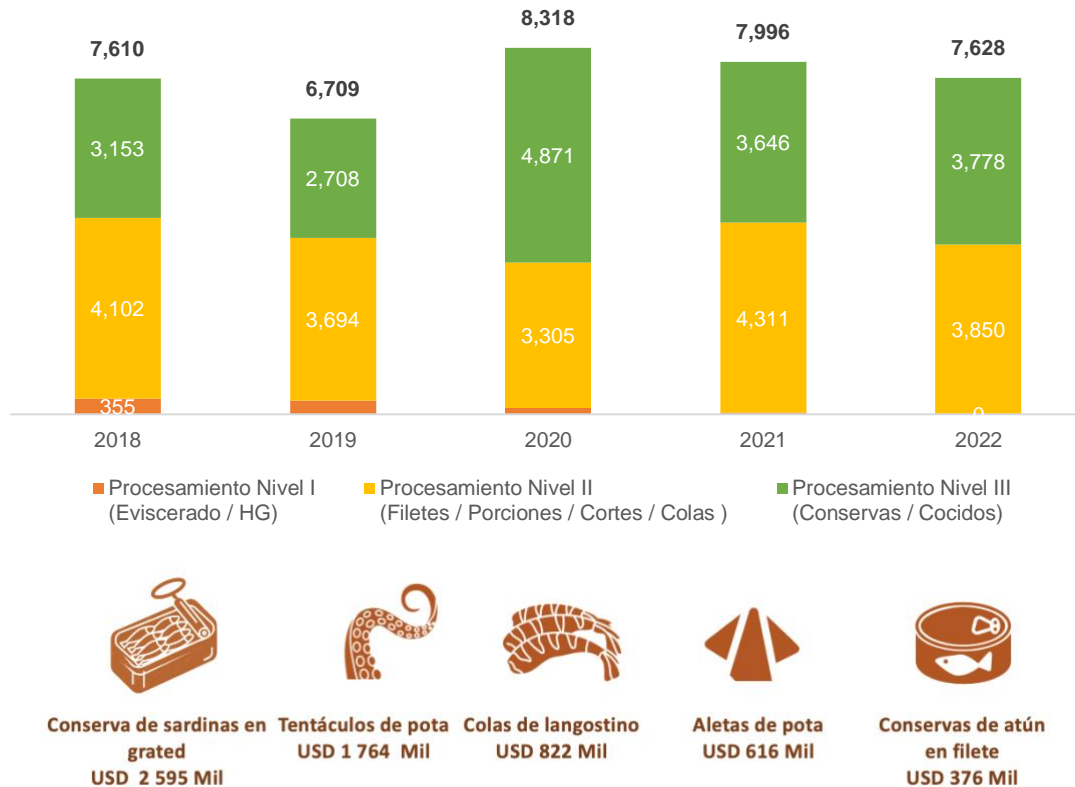
Las exportaciones de productos pesqueros de Perú a Costa Rica sumaron USD 1.4 millones en 2022, donde los productos con nivel de procesamiento “Nivel II” representaron el 56% de las colocaciones. Dentro de este segmento básicamente destacan productos de la pota y sus derivados como los tentáculos

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

(USD 545 mil), los filetes (USD 194 mil) y las rodajas de rabas (USD 55 mil). En tanto, en 2021, se registraron envíos de anillas de pota por USD 107 mil.

2.4.4. Panamá

GRÁFICO N°09: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE PERÚ A PANAMÁ
2018 - 2022
MILES DE USD



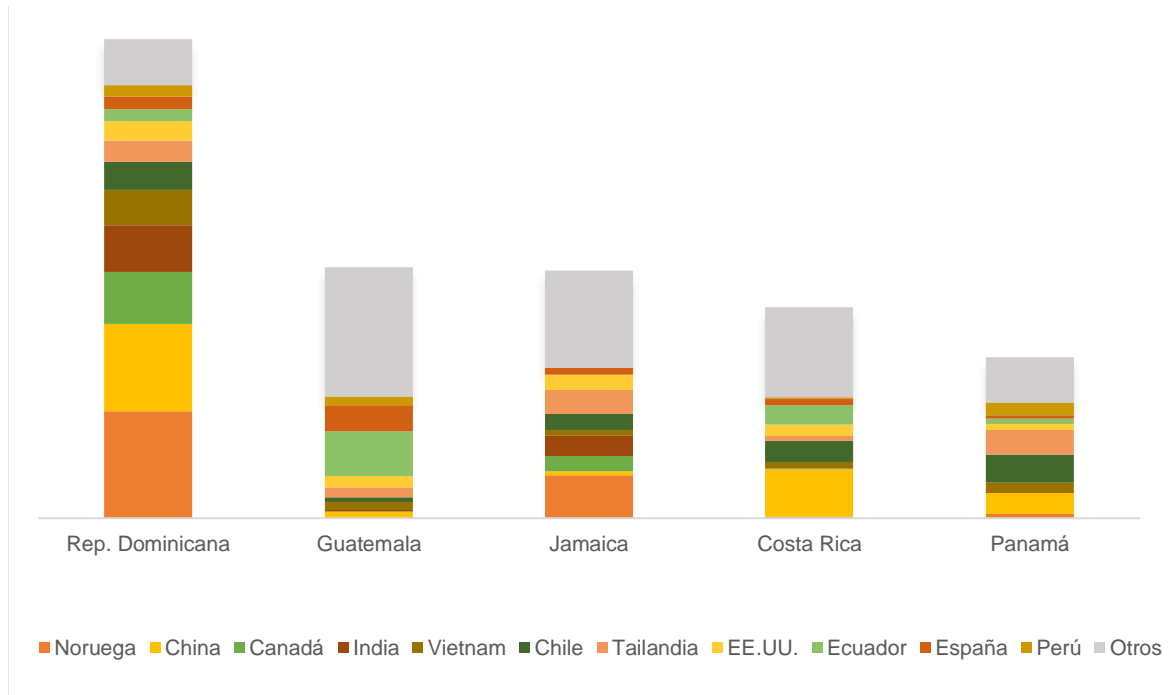
Fuente: ADUANAS DE PERÚ – SUNAT

Panamá es el principal mercado para productos pesqueros peruanos en Centroamérica y El Caribe con un valor exportado de USD 7.6 millones en 2022. Asimismo, Perú es el quinto (5º) principal proveedor mundial de este tipo de productos del Panamá. Poco más de la mitad de los envíos peruanos a este destino corresponden a productos con un procesamiento “Nivel II”, donde destacan los envíos de tentáculos de pota (USD 1.8 millones), colas de langostino sin caparazón (USD 822 mil), aletas de pota (USD 616 mil), filetes de pota (USD 346 mil) y anillas (USD 68 mil). En tanto, los productos pesqueros con un procesamiento “Nivel III” sumaron USD 3.9 millones en este mercado, donde las conservas de sardinas en grated en agua y sal (USD 2.6 millones), son los

más relevantes, aunque también destaca la presencia de conservas de atún (USD 376 mil) y de anchoveta entera en salsa de tomate (USD 192 mil).

2.5. ANÁLISIS DE PAÍSES COMPETIDORES DE PERÚ

GRÁFICO N°10: IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE LOS PRINCIPALES COMPRADORES DE CENTROAMÉRICA & EL CARIBE POR PAÍS PROVEEDOR EN 2022
MILES DE USD



Fuente: COMTRADE / VERITRADE

Las importaciones de productos pesqueros de los países de Centroamérica & El Caribe suelen mostrar una estructura diversificada, con participaciones no tan elevadas de los principales proveedores.

En lo que respecta específicamente a productos pesqueros procesados, la región, además de tener una capacidad industrial limitada está migrando progresivamente a la importación de productos terminados, ya sean empacados para su distribución directa en retail o en bolsas de tamaños específicos dirigidos al canal HORECA. Sin embargo, tomando como base las entrevistas realizadas en campo, la mayoría de empresas indicaron que están basando sus negocios en el almacenamiento y distribución, y son cada vez menos, incluidas las grandes cadenas de supermercados, las que aún procesan producto localmente.

En el caso específico de República Dominicana, las empresas manejan esquemas de importación mixtos, dependiendo del volumen demandado por tipo de producto. En el caso de productos de gran demanda, como los filetes congelados de tilapia, panga, las colas de langostino e incluso los subproductos de la pota, recurren a la importación directa desde origen, siendo países como China, India y Vietnam, las primeras opciones de aprovisionamiento debido a sus precios competitivos. Asimismo, en el caso de productos procesados como preformados y productos gourmet, los importadores dominicanos partners que puedan suplirles contendedores mixtos, donde los proveedores localizados en Miami, como Altamar Foods, o españoles con centros de distribución en el país, como Vima Dominicana, son algunos de los principales actores. De hecho, la empresa Altamar Seafood cuenta con contrato de exclusividad para la proveeduría de productos de valor añadido, como anillas de pota, hamburguesas de mahi-mahi y salmón, así como mixturas de mariscos procesadas en Perú, comercializados bajo su marca *Pescatore*, con Centro Cuesta Nacional, grupo líder de la gran distribución moderna a través de sus marcas La Nacional y Jumbo.

Guatemala tiene como principal proveedor a Ecuador con un 18% de participación sobre el valor importado total del país, como consecuencia de una demanda sólida de langostino destino a maquila y re-exportación, siendo sus principales importadores NovaGuatemala, empresa parte del Grupo Nueva Pescanova; Industria Pesquera & Camaronera de Guatemala y Corporación Agrotechnik. Por otro lado, España es su segundo proveedor con una participación de 11% sobre el valor total importado en 2022 y, de manera similar al caso de Ecuador, se trata de materia prima congelada como atunes (bigeye, skipjack y yellow tail) para maquila y, en menor medida, filetes de anchoas en distintas presentaciones terminadas y pulpos congelados para el mercado interno. En tanto, Estados Unidos, con una participación del 8%, sí provee productos terminados o de valor añadido, ya que la totalidad de sus envíos a Guatemala están compuestos por *kanikama* o palitos de “imitación de cangrejo”.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Jamaica es el tercer importador en relevancia dentro de los mercados centroamericanos y caribeños; sin embargo, alrededor de un quinto de sus importaciones son realizadas desde Surinam, exportador donde el principal comprador del país, Rainforest Seafood, cuenta con subsidiarias. La preponderancia de las preparaciones secas / saladas hacen que Noruega haya duplicado sus exportaciones de arenques y bacalaos en esta presentación a Jamaica en los últimos cinco años; de hecho, el país nórdico representa alrededor de 17% de las importaciones jamaicanas. Por otro lado, el comercio de conservas de jurel en salsa de tomate podría ser el producto más relevante para que los exportadores peruanos puedan competir con productos de valor agregado en este mercado. En este segmento, Tailandia y Chile son los principales proveedores y cuentan con sendas participaciones de 51% y 42%, respectivamente, en un mercado de importación valorizado en USD 17 millones en 2022.

En el caso de Costa Rica, el enfoque es similar a República Dominicana, se trata de un importador básicamente de producto terminado o semi-terminado con búsqueda constante de nuevas presentaciones como preformados y empanizados que recientemente se están introduciendo, tanto a nivel retail como HORECA. De hecho, uno de los principales importadores del país, Mayca Food Service, actualmente se encuentra en la búsqueda de nuevos proveedores de producto terminado dirigido al retail como hamburguesas de salmón o filetes empanizados de abadejo, por lo cual Perú, a través de su oferta emergente podría tener cabida en esta plaza. Actualmente, el mercado costarricense importa el grueso de sus productos pesqueros procesados como anillas crudas y empanizadas de calamar gigante, tentáculos trozados en bandejas y empanizados de pescados desde China, país que representa alrededor del 22% de sus compras totales. Asimismo, las oportunidades generadas por las colas de langostinos congeladas son canalizadas también a través de países asiáticos como Vietnam y China, ya que existen prohibiciones para la importación proveniente desde otros proveedores relevantes como India o Bangladesh debido a temas sanitarios. En este segmento, de acuerdo con las entrevistas realizadas, el principal limitante de Perú es no haber negociado la subpartida específica para este producto dentro del acuerdo de libre comercio firmado con

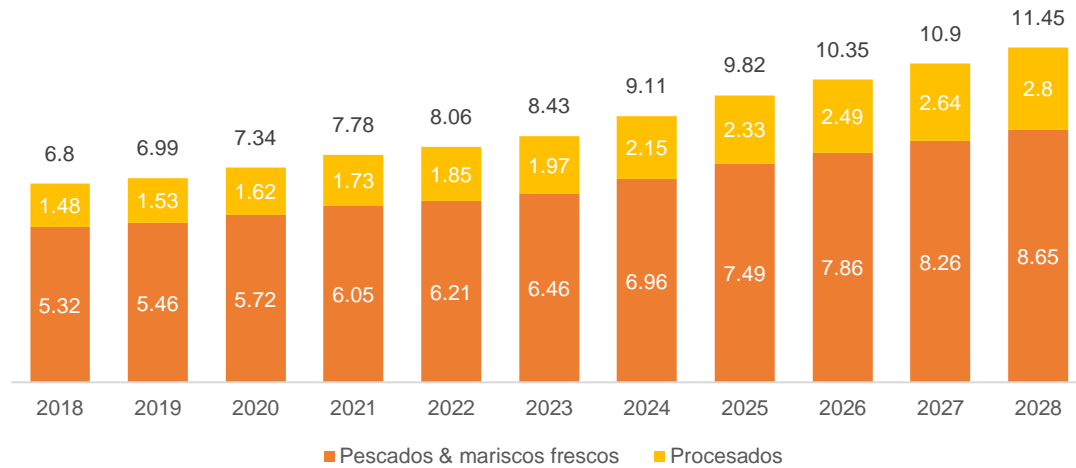
Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Costa Rica, lo cual encarece aún más el producto frente a los proveedores asiáticos ya mencionados.

Finalmente, Panamá tiene como su principal proveedor de productos pesqueros a Chile, con una participación de 17% en 2022. En el caso de este mercado, también la principal demanda de procesados se centra en productos empanizados a base de filetes de pescado, calamar y langostino, así como conservas de pelágicos y túnidos para segmentos masivos y presentaciones gourmet, usualmente adquiridas desde España, para nichos específicos. En el caso de las importaciones de anillas de pota crudas congeladas, estas sumaron alrededor de USD 178 mil durante el periodo enero – octubre de 2023, donde China fue el principal abastecedor de este producto con 55% de participación, mientras que Perú representó el porcentaje restante. Entre los principales compradores de este producto en Panamá destacan Frangaly SA, Distribuidora Ibérica y, en menor medida, Vima Foods Panamá y Grupo Lisi Panamá. Por otro lado, durante el periodo enero – octubre de 2023, las importaciones panameñas de mariscadas o mixturas de mariscos congeladas sumaron USD 353 mil, donde China tiene una participación de casi el 90%, y entre los principales compradores se encuentran Frangaly SA, Corporación Internacional de Alimentos, Vima Foods Panamá y Multi Hermanos SA.

2.6. ANÁLISIS DEL MARKET SHARE DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS EN CENTROAMÉRICA & EL CARIBE

GRÁFICO N°11: IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE LOS PRINCIPALES COMPRADORES DE CENTROAMÉRICA & EL CARIBE POR PAÍS PROVEEDOR EN 2022
MILES DE MILLONES DE USD



Fuente: STATISTA

De acuerdo con información de Statista, la participación o market share de los productos pesqueros procesados sobre las ventas totales de la categoría en Centroamérica y El Caribe, se sitúa en un intervalo entre 20% y 25%. Sin embargo, se estima que este porcentaje podría ser mayor, ya que es una práctica común en estos países, la comercialización de productos procesados importados descongelaos o “refrescados” como frescos, tanto a nivel de mercados populares como en grandes cadenas de supermercados.

Asimismo, en cuanto a perspectivas, se espera que el mercado de productos pesqueros procesados en la región continúe creciendo a una tasa promedio anual de 7.3% para el periodo 2023 – 2028, como consecuencia del rápido crecimiento de la industria turística y una mayor adopción de productos de conveniencia entre los consumidores jóvenes en mercados de mayor poder adquisitivo como Costa Rica, Panamá y República Dominicana.

2.7. PRINCIPALES ABASTECEDORES DE PRODUCTOS PESQUEROS EN CENTROAMÉRICA & EL CARIBE

Para la realización del presente estudio de mercado, se han priorizado mercados con alto nivel de desarrollo turístico y con mercados internos relevantes debido a su poder adquisitivo, es así que se realizaron actividades de prospección de mercado utilizando como principal herramienta de investigación las entrevistas a profundidad a veinte (20) compradores / importadores en tres plazas específicas: Costa Rica, Panamá y República Dominicana.

En líneas generales, ambos mercados muestran estructuras de proveeduría mixtas. Por un lado, existen empresas de importadoras / distribuidoras dirigidas básicamente al canal HORECA que realizan compras de productos de gran volumen directo desde origen, como los filetes de panga, las colas de langostino y la pota y sus subproductos; mientras que productos de menor demanda o de reciente introducción, como los preformados y empanizados por ejemplo, son gestionados a través de empresas con capacidad de ofrecer contenedores mixtos desde Miami (Estados Unidos) y España, básicamente.

En tanto, las grandes cadenas de supermercados como Grupo Ramos y Centro Cuesta Nacional, en República Dominicana, y Mayca Food Service, en Costa Rica, manejan también importación directa para productos de gran consumo. Por otro lado, la presencia de traders y empresas consolidadoras de productos variados en mercado resulta bastante conveniente para los principales retailers, es así que empresas como la española Vima, presentes con oficinas propias en Panamá y República Dominicana, muestran un alto grado de relacionamiento e incluso comercializan sus productos empacados para el consumidor final con marca propia. De similar modo, en el caso específico de productos con un mayor grado de procesamiento de reciente introducción, algunas de las principales cadenas de supermercados buscan exclusividad en la distribución y, a diferencia de otras plazas, existe apertura para la comercialización de marcas privada, siempre y cuando exista flexibilidad en lo que respecta a tiempos de pago (60 – 90 días), además de otras variables intrínsecas como un eficiente equilibrio calidad / precio.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Para información detallada acerca de los perfiles de compradores y potenciales prospectos identificados en los mercados de Centroamérica y El Caribe, revisar la sección Perfiles de Compradores.

III. ANÁLISIS DEL MERCADO PESQUERO EN CENTROAMÉRICA

3.1. VARIEDAD, FORMAS DE PRESENTACIÓN & PRECIOS

Tal como se mencionó anteriormente, el grueso de las empresas de la región que atienden a las grandes cadenas minoristas están migrando progresivamente a la importación de productos empacados para el consumidor final. De hecho, en el caso de productos relativamente económicos como los tentáculos de pota, importadores como Frigoríficos Bahía (Rep. Dominicana) se encuentran en la búsqueda de proveedores que puedan ofrecerle el producto congelado en bandejas termoselladas para dirigirlos directamente a los supermercados de su cartera. Asimismo, cadenas como Centro Cuesta Nacional y Grupo Ramos (Rep. Dominicana) buscan cada vez más filetes, porciones y fletchers de pescados, dentro de los que se incluyen el mahi – mahi, en empaques varios como flow-pack e IVP (cortes unitarios IQF) y skin en bandejas termoselladas, esto con el objetivo de adecuarse a la demanda de presentaciones individuales o de menor peso, debido a la reducción del tamaño de las familias, y la conveniencia para su uso y almacenamiento. Esto es particularmente relevante, ya que en la mayoría de supermercados visitados, prácticamente no se ofrecían presentaciones superiores a media libra.

GRUPO DE IMÁGENES N°01: PRODUCTOS PESQUEROS CRUDOS CONGELADOS DIRIGIDOS AL RETAIL



Steaks de pez espada sin piel IVP

Marca: Nacional - Origen: Vietnam

Precio: USD 6.85 / libra



Filetes de mahi – mahi en flow-pack

Marca: Bravo - Origen: Vietnam

Precio: USD 4.20 / Unidad

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica



Porciones de mahi – mahi c/piel

Marca: Jumbo - Origen: Vietnam

Precio: USD 7.89 / libra



Fletchers de mahi – mahi s/piel

Marca: Martec - Origen: Costa Rica

Precio: USD 18.41 / kilogramo



Pulpo en rosetta IVP

Marca: Nacional - Origen: Vietnam

Precio: USD 6.13 / libra



Steak de pez espada sin piel en termoformado

Marca: Bravo - Origen: Vietnam

Precio: USD 4.64 / libra



Filetes de calamar (pota) congelados

Marca: Jumbo - Origen: N/E

Precio: USD 2.44 / libra



Tentáculos de calamar (pota) congelados

Marca: Nacional - Origen: Perú

Precio: USD 3.16 / libra

	
<p>Rejos de calamar (pota) congelados</p> <p>Marca: Jumbo - Origen: N/E</p> <p>Precio: USD 8.06 / libra</p>	<p>Tentáculos de calamar (pota) cocidos congelados</p> <p>Marca: Pescatore - Origen: Perú</p> <p>Precio: USD 6.66 / libra</p>

Fuente: Store-check en Jumbo, Bravo, Mayca Food Service, Pricesmart & La Sirena

Por otro lado, en lo que respecta a productos dirigidos al retail, las presentaciones suelen darse en envases de film laminado tradicional y se comercializan a través de marcas privadas. En este segmento, se pudo encontrar productos elaborados en Perú como fish fingers y hamburguesas de mahi – mahi y salmón salvaje, así como anillas de pota y mariscadas. Las colas de langostinos congelados, tanto vannamei como gambón argentino, también usualmente se comercializan en esta presentación, a excepción del gambón argentino. En contraste, productos más elaborados como las anchoas y ensaladas de mariscos, con contenido de salsas, aceites y marinados, provenientes de España, se comercializan en presentaciones termoformadas en atmósfera modificada (MAP) en film rígido.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

GRUPO DE IMÁGENES N°02: PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS DIRIGIDOS AL RETAIL



Mariscada (anillas de pota, cortes de pulpo, tiras de tubo de pota, trozos de surimi & mejillón cocido)

Marca: Mariscada Origen: China

Precio: USD 2.63 / libra



Salpicón de marisco (anillas de pota, tiras cocidas de calamar, surimi & mejillón cocido)

Marca: Vima Foods Origen: China

Precio: USD 3.49 / libra



Anillas de pota, tubos de pota & filete de abadejo de Alaska

Marca: Vima Foods Origen: China

Precio: USD 6.66 /libra (tubos) – USD 4.79 / libra (APO)



Porciones de tentáculos de pota precocidos

Marca: Pescatore Origen: Perú

Precio: USD 5.43 /libra



Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Colas peladas de gambón argentino 20/30

Marca: Pescatore Origen: Perú

Precio: USD 14.57 / libra



Fish Fingers de abadejo de Alaska

Marca: Bravo Origen: China

Precio: USD 2.80 / libra

Mariscada (pota, langosito & mejillón)

Marca: Pescatore Origen: Perú

Precio: USD 6.13 /libra



Hamburguesas de mahi – mahi

Marca: Pescatore Origen: Perú

Precio: USD 7.0 / unidad



Brochetas de colas de langostino en chile & limón

Marca: Aguinamar Origen: España

Precio: USD 7.89 / unidad



Carpaccio de “pulpo”, mejillones y gambas cocidas en aceite

Marca: Renna Origen: Italia

Precio: USD 10.37 / unidad



Conservas gourmet de atún (snack pack)



Ceviche mixto (tilapia & langostino cocido)

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

<p>Marca: My Gourmet Tuna Origen: Estados Unidos</p> <p>Precio: USD 3.93 / pack</p>	<p>Marca: Mar Fresco Origen: Costa Rica</p> <p>Precio: USD 8.08 / paquete (500 gr)</p>
---	--

Fuente: Store-check en Jumbo, Bravo, Mayca Food Service, Pricemart & La Sirena

En lo que respecta a productos dirigidos al canal HORECA, no existe, de momento, un empaque distinto al que se suele utilizar en otros países. La demanda para productos crudos congelados se canaliza en bolsas de producto IQF de 5 kg – 10 kg. Asimismo, en lo que respecta a empanizados, algunas marcas americanas, como Gorton's y Trident, cuentan con presentaciones específicas dirigidas al HORECA, como bolsas de 3 libras a más.

GRUPO DE IMÁGENES N°03: PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS DIRIGIDOS AL HORECA



Fish Sticks de abadejo de Alaska

Marca: Gorton's Origen: Estados Unidos

Precio: USD 15.6 / paquete (105 sticks)



Filetes de abadejo de Alaska empanizados

Marca: Gorton's Origen: Estados Unidos

Precio: USD 17.8 / paquete (30 filetes)



Hamburguesas de salmón de Alaska

Marca: Trident Origen: Estados Unidos

Precio: USD 25.97 / paquete (12 hamburguesas)



Mariscada

Marca: Mar Profundo Origen: Costa Rica

Precio: USD 21.41 / paquete (1.5 kilogramos)

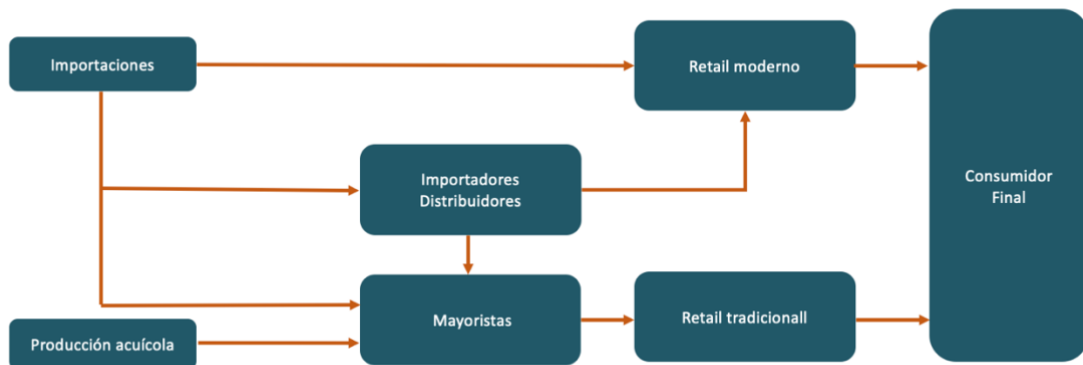
Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Fuente: Store-check en Jumbo, Bravo, Mayca Food Service, Pricesmart & La Sirena

Finalmente, en cuanto a especificaciones, es importante mencionar que la mayoría de importadores de la región entrevistados manejan niveles de glaseo bastante elevados para productos como los filetes y porciones de pescado, incluso subproductos de la pota, los cuales pueden variar entre 40% - 55%, esto debido a requerimientos propios de sus clientes. Sin embargo, existen contrastes con compradores que atienden a nichos específicos, es el caso de OSAL & Asociados (Costa Rica) que atienden a segmentos de alto valor con niveles de glaseo de 5%, suficientes para que los filetes de pescado no pierdan calidad en el congelamiento.

3.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

GRÁFICO N°12: ESTRUCTURA DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS DIRIGIDA AL RETAIL EN CENTROAMÉRICA & EL CARIBE



Fuente: Entrevistas a profundidad a principales importadores de la industria

La cadena de distribución de productos pesqueros procesados dirigidos al retail en Centroamérica y El Caribe, muestra una estructura más corta que otros mercados debido a que se suele centrar en la comercialización, más que en el procesamiento interno. De hecho, en mercados como República Dominicana y Costa Rica, existe una clara tendencia enfocada en la importación de productos terminados y empacados listos para dirigirse a punto de venta.

Por otro lado, la producción local, especialmente de langostino de acuicultura, suele destinarse casi en su totalidad a la exportación y solamente se dirige al

mercado interno, “sobrantes” o “saldos de exportación”. De hecho, en países como Costa Rica y México, reconocidos productores de langostino de alta calidad, los retailers suelen comercializar colas de vannamei importado, debido a decisiones relacionadas a economía y estabilidad de los suministros.

Para entender la comercialización de productos pesqueros procesados a nivel del retail moderno, representado por las grandes cadenas de supermercados, se debe describir el desempeño tanto del canal directo, para productos de corte económico de gran volumen, e indirecto, para productos con demanda menor, de nicho o de reciente introducción.

En primer lugar, las principales cadenas de supermercados y tiendas de especialidad en los mercados estudiados cuentan con departamentos de importación de perecibles, donde existen unidades específicas que gestionan las compras de pescados y mariscos. La mayoría de estas unidades manejan amplias bases de datos de proveedores para productos de gran demanda, usualmente de consumo masivo, donde un óptimo equilibrio calidad / precio suele ser el principal decisor de compra. Dentro de estos productos destacan los filetes de panga o *corvineta*, los filetes de tilapia, los cortes del mahi – mahi o *dorado* crudo congelado, así como las colas de langostinos y los subproductos de pota, los cuales suelen gestionarse a través de contenedores FCL / FCL. Debido a la relevancia de estos productos dentro del stock de los supermercados, los Departamentos de Compras suelen realizar pedidos con seis u ocho meses de anticipación; por ejemplo, durante las primeras semanas de octubre de 2023, algunas empresas ya habían realizado sus compras de filetes y porciones de mahi – mahi congelados para la campaña de Semana Santa de 2024.

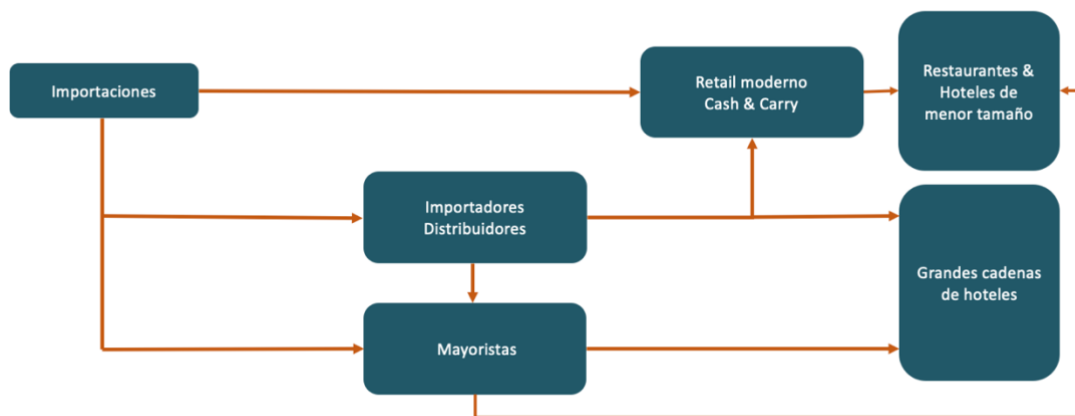
En segundo lugar, la importación indirecta se realiza para productos de menor demanda, de nicho o de reciente introducción, dentro de este segmento se encuentran los bivalvos, a excepción de los mejillones, las colas de gambón argentino, las mariscadas y los productos de valor agregado como preformados, empanizados y similares. Para ello, las grandes cadenas de supermercados prefieren trabajar tanto con importadores locales de amplia experiencia, así

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

como con representaciones comerciales de empresas americanas y españolas presentes en mercado que cuentan con una amplia variedad de SKU's para ofrecer.

Un punto adicional a tomar en cuenta es la presencia de contratos para la distribución exclusiva de ciertas marcas en el mercado, tal como se pudo notar con la marca americana de productos procesados en Perú, *Pescatore*, que solamente es distribuida en República Dominicana a través de los supermercados de Centro Cuesta Nacional.

GRÁFICO N°13: ESTRUCTURA DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS DIRIGIDA AL HORECA EN CENTROAMÉRICA & EL CARIBE



Fuente: Entrevistas a profundidad a principales importadores de la industria

Por otro lado, el canal HORECA representa entre el 50% - 70% del negocio de los principales importadores de productos pesqueros, sobre todo en mercados como República Dominicana y Costa Rica, donde la industria turística muestra una expansión constante. De hecho, existe un mayor enfoque en desarrollar lazos directos con los principales operadores del sector, ya sean mayoristas u operadores de grandes cadenas hoteleras, debido a que ofrecen mejores márgenes y condiciones que las grandes cadenas retail, las cuales suelen pagar sus compras entre 60 – 90 días.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

La mayoría de importadores / distribuidores que atienden la categoría como Frigoríficos Bahía (Rep. Dominicana), Ocean Leader (México & República Dominicana) y Mayca Food Service (Costa Rica), cuentan con flotas propias de camiones frigoríficos y almacenes de frío en los principales polos de desarrollo turístico. En el caso de Punta Cana, por ejemplo, la mayoría de importadores cuenta con instalaciones y suelen realizar aprovisionamiento directo a las principales cadenas de hoteles presentes en el mercado con una frecuencia de uno o dos camiones de productos mixto a la semana.

Finalmente, es importante tomar en cuenta que los importadores dirigidos al HORECA valoran notablemente la posibilidad de realizar compra de contenedores consolidados de producto mixto, incluso a través de contenedores LCL / FLC o LCL / LCL, además de la adecuación de los proveedores a los requerimientos del mercado, como niveles de glaseo relativamente altos (45% - 50%) para filetes de pescado, por ejemplo.

3.3. RUTAS DE ACCESO

GRÁFICO N°14: TRAYECTO DE LA RUTA COSTA – CENTRO AMÉRICA



Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			Mercadería Consolidada Tm/m³	Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (**)	Líneas navieras
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerado				
Callao	Guayaquil (Ecuador)	800	1,100	2,500	60	2	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Buenaventura (Colombia)	800	1,100	2,500	85	11	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Puerto Caldera (Costa Rica)	1,300	1,500	3,000	100	14	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Corinto (Nicaragua)	1,400	1,800	3,000	100	15	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Quetzal (Guatemala)	1,450	1,850	3,000	100	15	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Acajutla (El Salvador)	1,400	1,800	3,000	100	15	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Puerto Limon (Costa Rica)	1,400	1,800	3,000	100	12	SEMANAL	Ver líneas
Callao	San Lorenzo (Honduras)	1,400	1,800	3,000	100	19	SEMANAL	Ver líneas

Fuente: SIICEX

El grueso de las cargas de productos pesqueros procesados congelados o estables a temperatura ambiente se importan regularmente vía marítima, ya sea a través de la Ruta Costa – Centroamérica, la cual cubre los principales puertos de Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, El Salvador y Honduras, a través de operadores como Maersk o NYK. La frecuencia de salida desde el puerto de

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Callao (Perú) es semanal y los tiempos de tránsito pueden demorar entre 14 días (Puerto Limón - Costa Rica) hasta 19 días (San Lorenzo – Honduras).

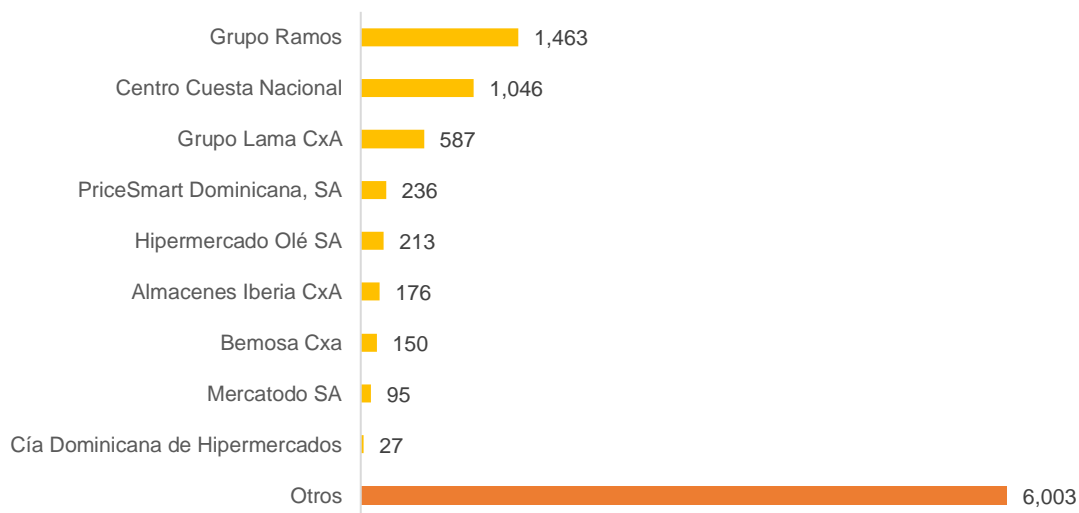
Por otro lado, en el caso de República Dominicana, las salidas de portacontenedores desde Callao a Caucedo tienen una frecuencia semanal y suelen registrarse tiempos de tránsito de 12 días en promedio. Entre las navieras que atienden este mercado se encuentran MSC, Maersk, Hapag Lloyd y CMA CGM.

Para mayor información acerca de fletes y rutas de transporte marítimo desde Perú hacia los países de Centroamérica y El Caribe visitar el siguiente enlace: [SIICEX - Rutas Marítimas](#).

3.4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

3.4.1. República Dominicana

GRÁFICO N°15: VENTAS DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS MINORISTAS DE ALIMENTOS EN REPÚBLICA DOMINICANA
USD MILLONES



Fuente: Euromonitor International

De acuerdo con estadísticas de Euromonitor International, alrededor del 60% del comercio minorista de alimentos en República Dominicana se realiza a través del retail moderno, donde los formatos preferidos son los supermercados e

hipermercados, cuyas ventas se espera que se incrementen a una media anual de 7.3% - 7.6% para el periodo 2022 – 2027.

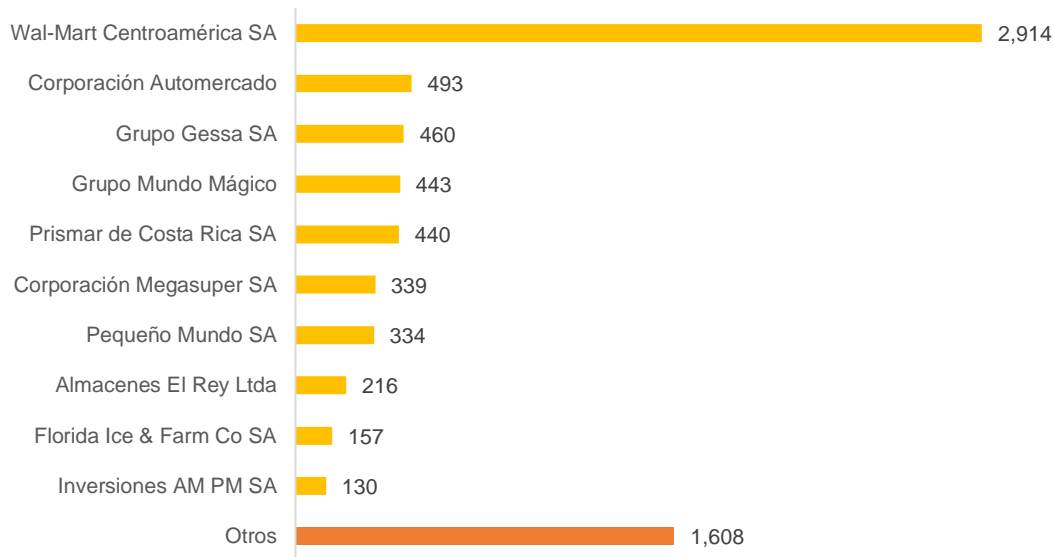
Como consecuencia de esta expansión y la mayor demanda de productos asequibles pero de calidad, los principales operadores del retail están ampliando su gama de marcas “blancas”. Es así que, los dos principales operadores del mercado, Grupo Ramos (14.6% de participación en 2022) y Centro Cuesta Nacional (10.5% de participación), cuentan con marcas blancas para la comercialización de productos pesqueros de consumo masivo como filetes de panga, porciones de mahi – mahi, colas de langostino e incluso preformados.

Asimismo, la popularidad de productos convenientes y ready-to-cook ha propiciado una mayor demanda de productos como empanizados y hamburguesas elaboradas a base de pescados. Este tipo de productos ha tenido mejor recepción entre el público joven y las principales marcas están interesadas en poder recibir información sobre productos de valor agregado de corte económico que podrían ser introducidos en su mercado.

Por otro lado, a nivel de tiendas de especialidad, destaca la presencia de formatos como The Butcher Shop, formato delicatessen que se encarga de atender a los consumidores que buscan productos de alta gama, usualmente importados. Este tipo de empresas también se encuentra en la búsqueda de proveedores de productos dirigidos a nichos gourmet; sin embargo, debido a la demanda limitada, prefieren importar contenedores mixtos desde países como España (productos pesqueros) o Alemania (frutas congeladas). La variedad y la calidad son los atributos mejor valorados por este tipo de importadores, aunque el precio siempre es un factor a tomar en cuenta.

3.4.2. Costa Rica

GRÁFICO N°16: VENTAS DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS MINORISTAS DE ALIMENTOS EN COSTA RICA
USD MILLONES



Fuente: Euromonitor International

De acuerdo con estadísticas de Euromonitor International, alrededor del 90% del comercio minorista de alimentos en Costa Rica se realiza a través del retail moderno, donde los formatos preferidos son los supermercados e hipermercados, cuyas ventas se espera que se incrementen a una media anual de 5.6% - 6.2% para el periodo 2022 – 2027.

Wal-Mart, el líder del mercado de alimentos del país con una participación sobre las ventas minoristas totales de 39% en 2022, continúa expandiéndose a través de la apertura de tiendas de sus marcas Palí y Maxi Pali en todo el país. Asimismo, otras cadenas de supermercados e incluso tiendas de conveniencia, han ampliado sus zonas disponibles para congelados y productos procesados.

El consumidor de la Gran Área Metropolitana (GAM), el conglomerado urbano más grande del país que incluye a cerca de 2.5 millones de habitantes y que incluye a las cuatro ciudades más grandes del país como San José, Alajuela, Cartago y Heredia, muestra particularidades en su demanda, la cual es cada vez más sofisticada y enfocada en productos empacados de rápida preparación. En palabras de los principales importadores del país, los productos pesqueros

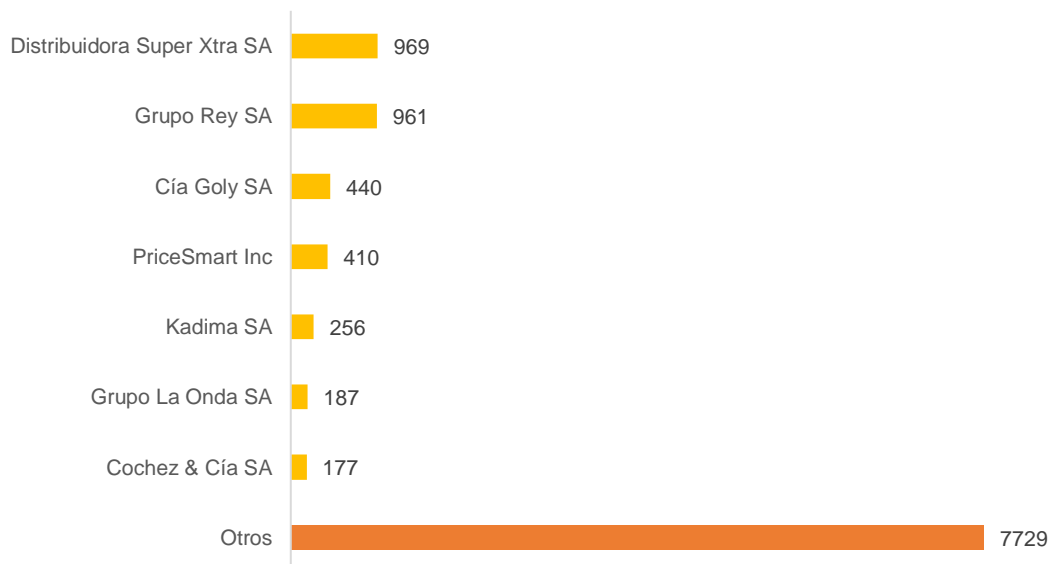
Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

procesados como preformados y empanizados se encuentran en una etapa de introducción en la etapa de ciclo de producto y buscan posicionarse como alternativas convenientes para reuniones y almuerzos, especialmente entre los consumidores más jóvenes. De hecho, la celebración del Campeonato Mundial de Fútbol, representó una oportunidad para la penetración e introducción de productos pesqueros procesados, los cuales eran mayoritariamente demandados para reuniones sociales.

Finalmente, la oferta de los principales retailers de alimentos en general varía en lo relacionado a los principales centros turísticos del país, ubicados mayoritariamente en la provincia de Puntarenas como Santa Teresa, Quepos y Manuel Antonio. La oferta de productos de marcas extranjeras y productos ultraprocesados es particularmente más fuerte en las tiendas y supermercados de estas regiones, donde destaca la demanda de productos ready-to-cook y ready-to-eat.

3.4.3. Panamá

GRÁFICO N°17: VENTAS DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS MINORISTAS EN PANAMÁ
USD MILLONES



Fuente: Euromonitor International

Incluso frente al aumento de la inflación en 2022, las ventas de los minoristas de comestibles continuaron creciendo en Panamá. El continuo buen desempeño del

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

sector de comestibles se debió, en gran parte, a los efectos de la inflación misma. Dado que el precio de muchos bienes fue más caro en 2022 que en 2021, los consumidores panameños tuvieron que cambiar las prioridades de sus gastos para centrarse en alimentos y otros artículos de primera necesidad para el hogar, donde los productos pesqueros de corte económico y las conservas jugaron un papel clave.

El comercio minorista moderno de comestibles está creciendo a medida que la población continúa aumentando y urbanizándose. Los consumidores tienden a elegir estos formatos en lugar de pequeñas tiendas locales debido a la comodidad que ofrecen. Esto incluye la posibilidad de comprar todo bajo un mismo techo, la facilidad y velocidad de las transacciones, así como la variedad de productos y precios disponibles. De hecho, el adecuado manejo de la cadena de frío en las grandes cadenas de supermercados ha permitido, en parte, la expansión de la oferta de productos pesqueros procesados o congelados.

Distribuidora Super Xtra SA, la mayor cadena de supermercados de Panamá por ventas, anunció una audaz estrategia de crecimiento, que pasa por la apertura de 50 nuevos establecimientos de supermercados Super Xtra en el país para el periodo 2022 - 2027. Super Xtra apuesta, en gran medida, por formatos diseñados para atender compras diarias en comunidades más pequeñas y en tiendas para abastecer a los consumidores ubicados en áreas suburbanas. Con la pandemia la empresa logró un mayor crecimiento a través de su oferta de bajos precios y eficiencia operativa.

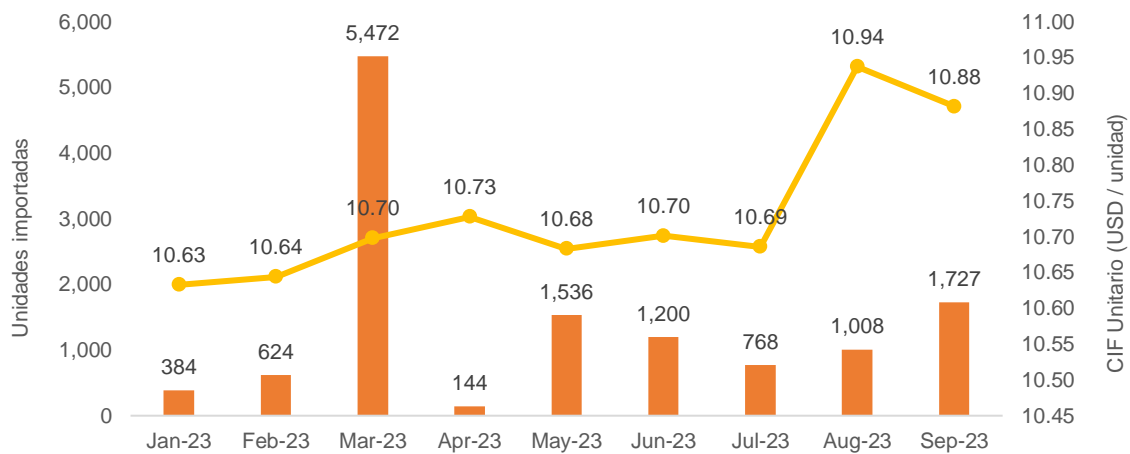
En tanto, PriceSmart, el operador líder de clubes de almacenes en Panamá, está adoptando la plataforma Elera Commerce de Toshiba Global Commerce Solutions en un esfuerzo por transformar la experiencia de sus clientes. PriceSmart comenzará a implementar la plataforma Elera reemplazando su actual sistema POS heredado con tecnología Elera a partir de 2023. Las acciones de PriceSmart son fundamentales para el éxito del canal de clubes de almacenes en Panamá, y el crecimiento del canal será más rápido en Panamá que cualquier otra tienda. canal minorista basado en durante el período de pronóstico.

3.5. PRECIOS

En líneas generales, en esta sección se analizarán los precios de importación referenciales a nivel de CIF unitario (USD / unidades), tomando como referencia las estadísticas de importación detalladas para productos pesqueros procesados seleccionados, especialmente empanizados y productos de alto valor agregado, de Costa Rica y Panamá, para el periodo enero – septiembre de 2023, cuya información se encuentra disponible en aduana de destino.

3.5.1. Caso N°01: Fish Sticks de Abadejo de Alaska

GRÁFICO N°18: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS PROMEDIOS DE IMPORTACIÓN UNITARIOS, EN TÉRMINOS CIF, DE FISH STICKS DE ABADAJE DE ALASKA EN COSTA RICA PARA EL PERIODO ENERO – SEPTIEMBRE DE 2023



Fuente: Veritrade / Storecheck

Se estima que las importaciones de fish sticks de abadejo de Alaska sumaron USD 140 mil en Costa Rica, durante el periodo enero – septiembre de 2023. Estas compras fueron realizadas únicamente por Prismar de Costa Rica SA a la americana Gorton's. Es importante mencionar que Prismar, dueña de la cadena de tiendas cash & carry Pricesmart, comercializa de manera directa estos productos en sus tiendas distribuidas en todo el país.

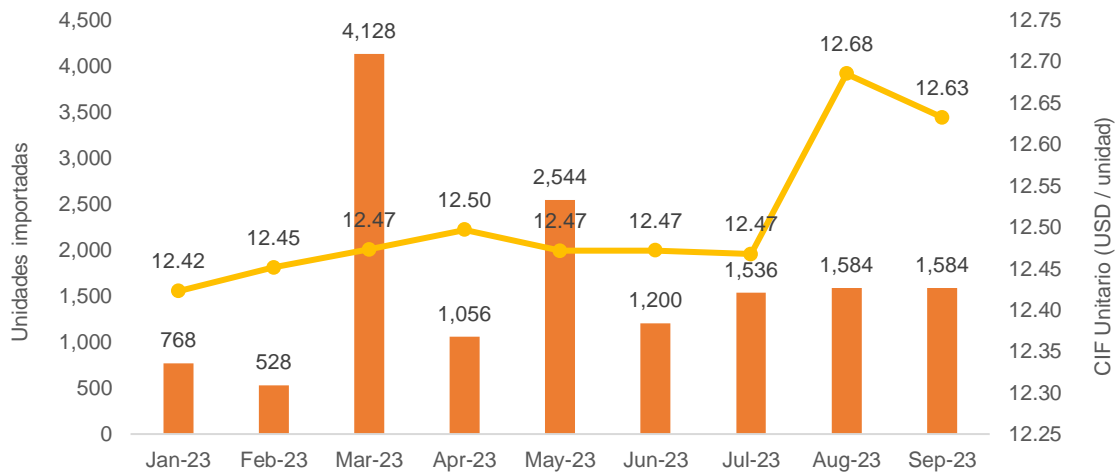
El grueso de las importaciones de estos productos se realizaron durante el mes de marzo, alrededor de 5 472 unidades que contienen alrededor de 105 sticks de 16.1 gramos aproximadamente cada uno, debido al fuerte incremento de la demanda en Semana Santa.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Por otro lado, el precio unitario promedio de importación, expresado en términos CIF, del producto es de USD 10.73 por unidad para el periodo enero – septiembre de 2023. Asimismo, es importante mencionar que, en base a las visitas de store-check realizadas a tiendas Pricesmart en San José y Alajuela durante la primera semana de noviembre de 2023, se pudo notar que el precio de venta al público de este producto es de USD 15.6 por unidad o paquete; es decir, un margen bruto de 45% - 50% sobre el precio unitario promedio de importación.

3.5.2. Caso N°02: Filetes de abadejo de Alaska empanizados

GRÁFICO N°19: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS PROMEDIOS DE IMPORTACIÓN UNITARIOS, EN TÉRMINOS CIF, DE FILETES DE ABADEJO DE ALASKA EMPANIZADOS EN COSTA RICA PARA EL PERIODO ENERO – SEPTIEMBRE DE 2023



Fuente: Veritrade / Storecheck

Se estima que las importaciones de filetes empanizados de abadejo de Alaska sumaron USD 187 mil en Costa Rica, durante el periodo enero – septiembre de 2023. De similar modo que los fish sticks, estas compras fueron realizadas únicamente por Prisma de Costa Rica SA a la americana Gorton's. Es importante mencionar que Prisma, dueña de la cadena de tiendas cash & carry Pricesmart, comercializa de manera directa estos productos en sus tiendas distribuidas en todo el país.

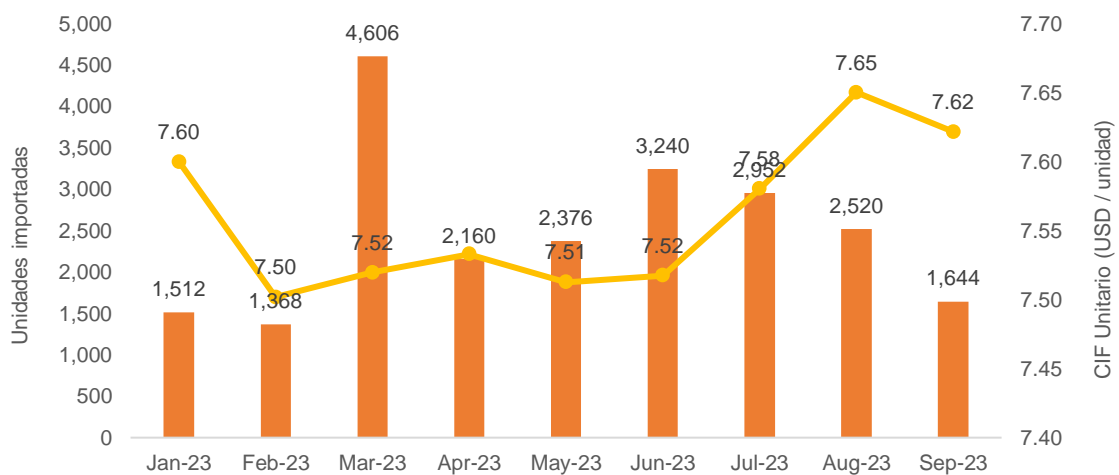
El grueso de las importaciones de estos productos se realizaron durante el mes de marzo, alrededor de 4 128 unidades que contienen alrededor de 30 filetes de

55 gramos aproximadamente cada uno, debido al fuerte incremento de la demanda en Semana Santa.

Por otro lado, el precio unitario promedio de importación, expresado en términos CIF, del producto es de USD 12.5 por unidad para el periodo enero – septiembre de 2023. Asimismo, es importante mencionar que, en base a las visitas de store-check realizadas a tiendas Pricesmart en San José y Alajuela durante la primera semana de noviembre de 2023, se pudo notar que el precio de venta al público de este producto es de USD 17.8 por unidad o paquete; es decir, un margen bruto de 42% - 50% sobre el precio unitario promedio de importación.

3.5.3. Caso N°03: Colas de langostinos apanados / tempura

GRÁFICO N°20: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS PROMEDIOS DE IMPORTACIÓN UNITARIOS, EN TÉRMINOS CIF, DE COLAS DE LANGOSTINO EMPANIZADAS EN COSTA RICA PARA EL PERIODO ENERO – SEPTIEMBRE DE 2023



Fuente: Veritrade / Storecheck

Las importaciones de colas de langostinos empanizados o en tempura totalizaron USD 204 mil en Costa Rica, durante el periodo enero – septiembre de 2023. Del total, el 83% correspondieron a compras de colas de langostino empanizados (pop corn shrimp) realizadas por Prisma de Costa Rica a la americana Rich Sea; mientras que el 27% restante a importaciones de Exportadora PMT de colas de langostino en tempura provenientes de la empresa vietnamita Ming Hong.

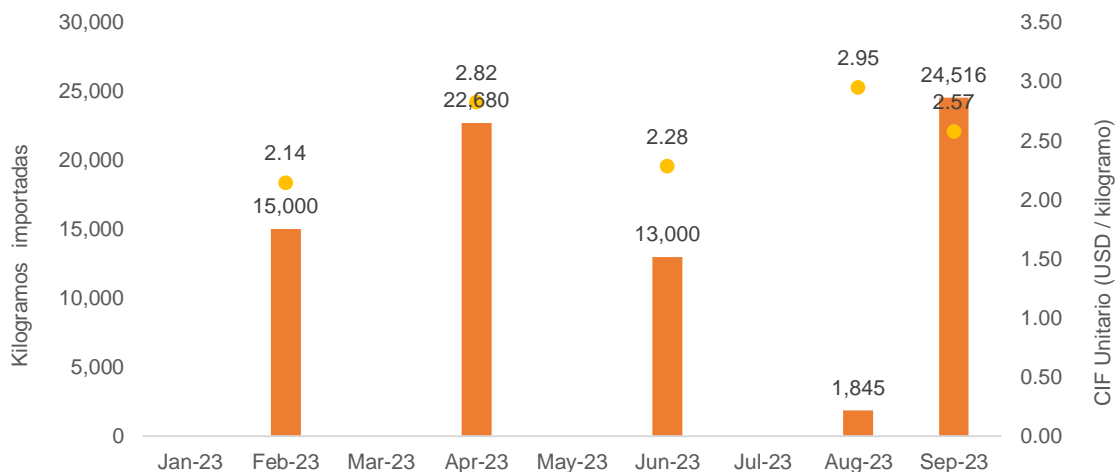
Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Aunque muestran una demanda más estable que el resto de productos analizados, el grueso de las importaciones de estos productos se realizaron durante el mes de marzo, alrededor de 4 606 unidades o paquetes con un peso bruto unitario de 793 gramos cada uno.

Por otro lado, el precio unitario promedio de importación, expresado en términos CIF, del producto es de USD 7.56 por unidad para el periodo enero – septiembre de 2023. Asimismo, es importante mencionar que, en base a las visitas de store-check realizadas a tiendas Pricesmart en San José y Alajuela durante la primera semana de noviembre de 2023, se pudo notar que el precio de venta al público de este producto es de USD 10.94 por unidad o paquete; es decir, un margen bruto de 45% - 50% sobre el precio unitario promedio de importación.

3.5.4. Caso N°04: Mariscada o Mixtura de Mariscos Congelada

GRÁFICO N°21: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS PROMEDIOS DE IMPORTACIÓN UNITARIOS, EN TÉRMINOS CIF, DE MARISCADAS CONGELADAS EN PANAMÁ PARA EL PERIODO ENERO – SEPTIEMBRE DE 2023



Fuente: Veritrade / Storecheck

Las importaciones panameñas de mixturas de mariscos o mariscadas congeladas, gestionadas a través del subcapítulo del sistema armonizado 1605, sumaron un total CIF de USD 194 mil durante el periodo enero – septiembre de 2023. Los dos principales compradores panameños de estos productos son el Grupo TWT Inc y Delifish, las cuales realizaron sus importaciones desde China a través de Lotus Seafood.

Las importaciones durante el año 2023, básicamente han mostrado una frecuencia bimestral, con una fuerte demanda en los meses de abril y

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

septiembre. Asimismo, el precio CIF medio de importación es de USD 2.55 / kilogramo. Sin embargo, los márgenes suelen variar debido a que estas mixturas suelen ser re-empacadas en Panamá, tal es el caso de Deli Fish, cuya principal presentación es en bandejas, las cuales pueden encontrarse en supermercados como Riba Smith y Super99 a un precio de venta al público a USD 10.6 / kilogramo.

3.5.5. Caso N°05: Otros productos

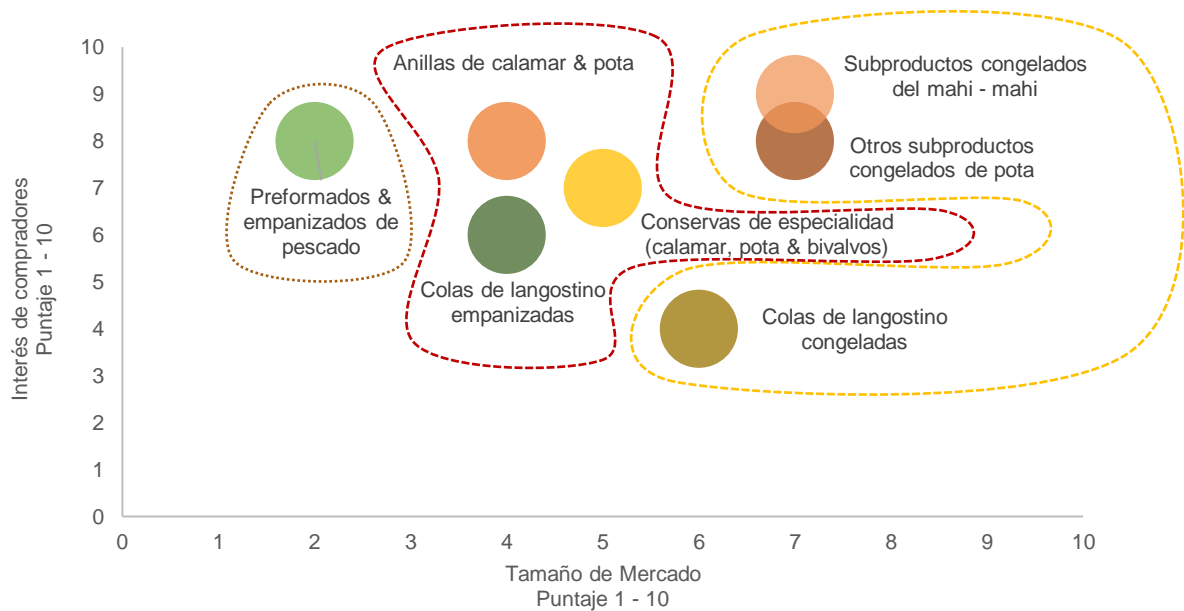
TABLA N°06: PRECIOS REFERENCIALES DE IMPORTACIÓN Y PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO PARA OTROS PRODUCTOS SELECCIONADOS

Producto	Presentación	Marca	Importador	Precio Importación CIF Unitario	Precio de venta al público
Calamares en trozos en su tinta	Lata 112 gr	Albo (España)	Automercado SA (Costa Rica)	USD 1.67 - 1.78	USD 2.43
Calamares en salsa americana	Lata 39.7 gr	Dani (España)	Corporación de Supermercados Unidos (Costa Rica)	USD 0.75 - 0.84	USD 2.06
Tacos de calamar en salsa gallega	Lata 45.36 gr	Dani (España)	Corporación de Supermercados Unidos (Costa Rica)	USD 1.25 - 1.42	USD 2.63
Aros de calamar empanizados precocidos	Bolsa 1 kg	China	Distribuidora de Mariscos Alta Mar (Costa Rica)	USD 5.36	USD 13.8
Langostinos empanizados (pop corn shrimp)	Caja 793 gr	SeaPak (EE.UU)	Pricesmart Panamá (Panamá)	USD 7.37 - 7.72	USD 9.49
Filetes de anchoas en aceite de oliva	Lata 48 gr	Albo (España)	Automercado SA (Costa Rica)	USD 3.67 - USD 3.78	USD 8.8
Hamburguesas de salmón del Atlántico	Empaque 400 gr	Marketside (Chile)	Corporación de Cias Agroindustriales (Costa Rica)	USD 4.0	USD 9.39

Fuente: Veritrade / Storecheck

3.6. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

GRÁFICO N°22: MATRIZ TAMAÑO DE MERCADO / INTERÉS DEL MERCADO PARA PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS SELECCIONADOS



Fuente: Veritrade / Entrevistas a profundidad

Tomando como punto de partida la matriz tamaño de mercado / interés del mercado para productos pesqueros procesados seleccionados, se pueden distinguir tres grupos o clústers principales con sus características propias.

En primer lugar, destacan los productos crudos congelados que con niveles de procesamiento que se limitan al limpiado y cortado, los cuales suelen demandarse en volúmenes suficientes para cubrir como mínimo una demanda de un contenedor FCL / FCL, ya que atienden tanto al canal retail como HORECA. El precio es un factor crítico al momento de seleccionar un proveedor, además de la capacidad que este pueda tener para adecuarse a los requerimientos de glaseo, los cuales pueden llegar a niveles de 40% - 50%.

Dentro de este segmento se encuentran:

- a. **Subproductos congelados del mahi – mahi:** Producto consolidado en los mercados de Centroamérica y El Caribe, con un claro posicionamiento dentro de los productos de gama media y media – alta. La demanda se limita a filetes y porciones, aunque, en menor medida, algunos compradores también trabajan tabletas y fletchers. Se conoce el producto

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

peruano, el cual es considerado de calidad superior; sin embargo, los precios inestables generan incertidumbre al momento de compra, por lo cual los importadores han desarrollado relaciones alternativas con plantas de procesamiento en el Asia. Por otro lado, su consumo se eleva notablemente para Semana Santa, por lo cual muchas empresas realizan compras con hasta seis meses de anticipación.

- b. Otros subproductos congelados de pota:** Se trata de productos variados, los cuales abarcan desde tentáculos y filetes, hasta rabas y botones. La pota es, probablemente, el cefalópodo con mayor nivel de comercialización a nivel retail en los países de Centroamérica y El Caribe, y muestra un posicionamiento adecuado como un marisco de corte económico. En base a las entrevistas realizadas, las empresas importadoras consideran que el producto peruano es superior en cuanto a calidad y acabado frente a la de la competencia de Chile y China, lo cual también se traduce en un precio mayor. Existen oportunidades para la proveeduría de productos empacados dirigidos al retail, como los tentáculos de pota en bandejas en República Dominicana, por ejemplo. Asimismo, productos como los botones de pota son importados en pequeños volúmenes en mercados como Costa Rica; sin embargo, existe desconocimiento incluso entre algunos importadores sobre cómo comercializarlos en su mercado.

- c. Colas de langostino congeladas:** Si varios países centroamericanos cuentan con una producción de vannamei de alta calidad, estos dirigen sus envíos básicamente a la exportación, lo cual genera un gap en el mercado interno que es cubierto por las importaciones desde terceros países. La importación para consumo interno, no reprocesamiento, se centra en Panamá, República Dominicana y Costa Rica, y se concentra mayoritariamente en colas P&D y easy-peel congeladas. En el caso de Panamá y República Dominicana se prioriza el precio como factor decisor de compra, por lo cual existe una fuerte demanda desde Asia y, en menor medida, Ecuador. En tanto, existen restricciones para la importación de langostino de Bangladesh e India en Costa Rica, por lo cual, los

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

compradores suelen decantarse por proveedores vietnamitas, quienes cuentan con estabilidad en los suministros y precios competitivos. En el caso de Costa Rica, en particular, el Acuerdo de Libre Comercio que cuenta con Perú no abarca la subpartida correspondiente al langostino, por lo cual se sugiere renegociar este punto para que sea más competitivo a nivel de precio en esta plaza.

En segundo lugar, se agrupan productos procesados con presencia actual en el mercado, los cuales suelen comercializarse básicamente a nivel retail, por lo cual sus principales importadores son las grandes cadenas minoristas como Pricemart, Walmart y similares. Se trata de productos con una demanda menor que los mencionados en el segmento anterior, por lo cual se suelen importar contenedores mixtos. En este grupo de productos, como consecuencia de lo expuesto, se suele valorar la variedad y estabilidad de la oferta, así como la capacidad para la preparación de contenedores mixtos y flexibilidad en los términos de pago.

Dentro de este segmento se encuentran:

- d. Anillas de calamares y pota:** Se trata de un producto con demanda estable pero no suficientemente grande, por lo cual se gestionan en contenedores mixtos junto con otros productos derivados de la pota, a través de proveedores con presencia directa o indirecta en los mercados como Vima, con representaciones comerciales en República Dominicana y Panamá, o Lotus Seafood. Existe interés en explorar la posibilidad de conocer la oferta de Perú y la flexibilidad en cuanto a adecuarse a las especificaciones propias del mercado en cuanto a niveles de glaseo y tratamiento químico; sin embargo, el factor precio podría ser determinante puesto que la oferta económica de China les resulta bastante atractiva.

- e. Conservas de especialidad:** En este aspecto se incluye aquellos productos preservados o conservados que se dirigen, en cuanto a presentación, calidad y formulación, a segmentos premium y tiendas de especialidad. Estos productos mayoritariamente se gestionan a través de importación directa por parte de los grandes cadenas minoristas, donde

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

la unidad compradora de estos productos es la unidad de purchasing de no perecederos. Por un tema de imagen, los productos españoles e italianos se encuentran fuertemente posicionados en la categoría debido al fuerte posicionamiento de sus marcas país a nivel gourmet, aunque también se pudo observar algunos productos innovadores de marcas estadounidenses. Marcas españolas como Calvo, Dani y Albo, así como la italiana Renna, son las principales proveedores de este segmento, con conservas elaboradas a base de mariscos varios, donde destacan la pota en distintas presentaciones como tacos, trozos y rabas en salsas especiales (tinta, a la gallega, americana) y marinadas para ensaladas. Existe interés de marcas de especialidad, como The Butcher Shop (República Dominicana), y algunas cadenas de supermercados por conocer la oferta peruana y la posibilidad de recibir muestras para testear los productos. En este punto, es importante analizar la posibilidad de colocaciones iniciales de pallets o la realización de embarques consolidados con otros productos no perecederos, como conservas vegetales, que actualmente se compran en el mercado. Se trata de un mercado en crecimiento y con una demanda ideal para retailers de alta gama en las principales ciudades, más no a nivel HORECA.

- f. Colas de langostino empanizadas:** Son productos que actualmente se adquieren desde Estados Unidos, como los pop corn shrimp, dirigido al retail y desde el sudeste asiático, como Vietnam, en lo que respecta a presentaciones torpedo o en tempura. Se considera un producto con demanda estable pero limitada, aunque han encontrado respuesta positiva en segmentos de altos ingresos, ya que se trata de productos caros para los consumidores promedio. Panamá es una de las plazas de mayor dinamismo para este producto, los cuales tienen en la cadena de cash & carry Pricesmart, su principal punto de distribución.

Finalmente, se encuentra la categoría de productos procesados de reciente introducción y que se comercializan a nivel retail, por lo cual las principales cadenas de supermercados se encuentran abiertas a conocer la propuesta de nuevos proveedores. En este segmento, se valora la calidad y la estabilidad de

la oferta, así como la capacidad para proveer con productos con empaques atractivos dirigidos al retail. Asimismo, la exclusividad es un atributo a evaluar en esta categoría, sobre todo a empresas que esperan proveer con marca propia.

Dentro de este segmento se encuentran:

g. Preformados y empanizados de pescado: Tanto en Panamá, República Dominicana y, en menor medida, Costa Rica, se pudo notar el desarrollo del segmento de empanizados de pescado, especialmente aquellos elaborados a base de pescados norteamericanos como el abadejo de Alaska y el salmón salvaje, así como otras especies sudamericanas como el mahi – mahi peruano y el salmón de cultivo chileno. Actualmente, empresas como Centro Cuesta Nacional, la segunda cadena minorista más importante de República Dominicana, comercializa de manera exclusiva productos elaborados en Perú de la marca Pescatore (Altamar Foods), como empanizados de mahi – mahi y hamburguesas de salmón salvaje, con un precio ligeramente superior al de la competencia pero con buena respuesta del público. Por otro lado, marcas americanas como Trident Seafoods y Gorton's se encuentran fuertemente presentes en las tiendas centroamericanas de Pricemart, donde se identificó productos como hamburguesas de salmón, fish fingers y filetes empanizados de abadejo de Alaska, en presentaciones dirigidas al HORECA. En base a las entrevistas realizadas, las empresas consideran que se trata de productos con muy buenas perspectivas debido a los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, los cuales buscan productos ready-to-cook convenientes. Asimismo, existe interés en conocer la propuesta de proveedores peruanos que estén desarrollando estos productos, además de otras presentaciones como filetes salados de abadejo y similares.

3.7. RIESGOS DEL MERCADO

En líneas generales, los tres mercados estudiados en el presente estudio (República Dominicana, Costa Rica y Panamá) suelen mostrar una estructura similar, con importadores serios y con larga experiencia en el mercado, además de niveles de seguridad relativamente aceptables en comparación con otros países de la región.

En cualquiera de los casos se recomienda manejar INCOTERMS que transfieran la responsabilidad de la carga al importador, como máximo, en puerto de destino convenido. El traslado terrestre está expuesto a incidencias de robos de mercancía, lo cual encarece los costos de fleteamiento y seguro.

Por otro lado, más que un riesgo, se debe considerar las políticas que aplican las grandes cadenas minoristas de la región, las cuales suelen aplicar tiempos de pago entre 60 – 90 días.

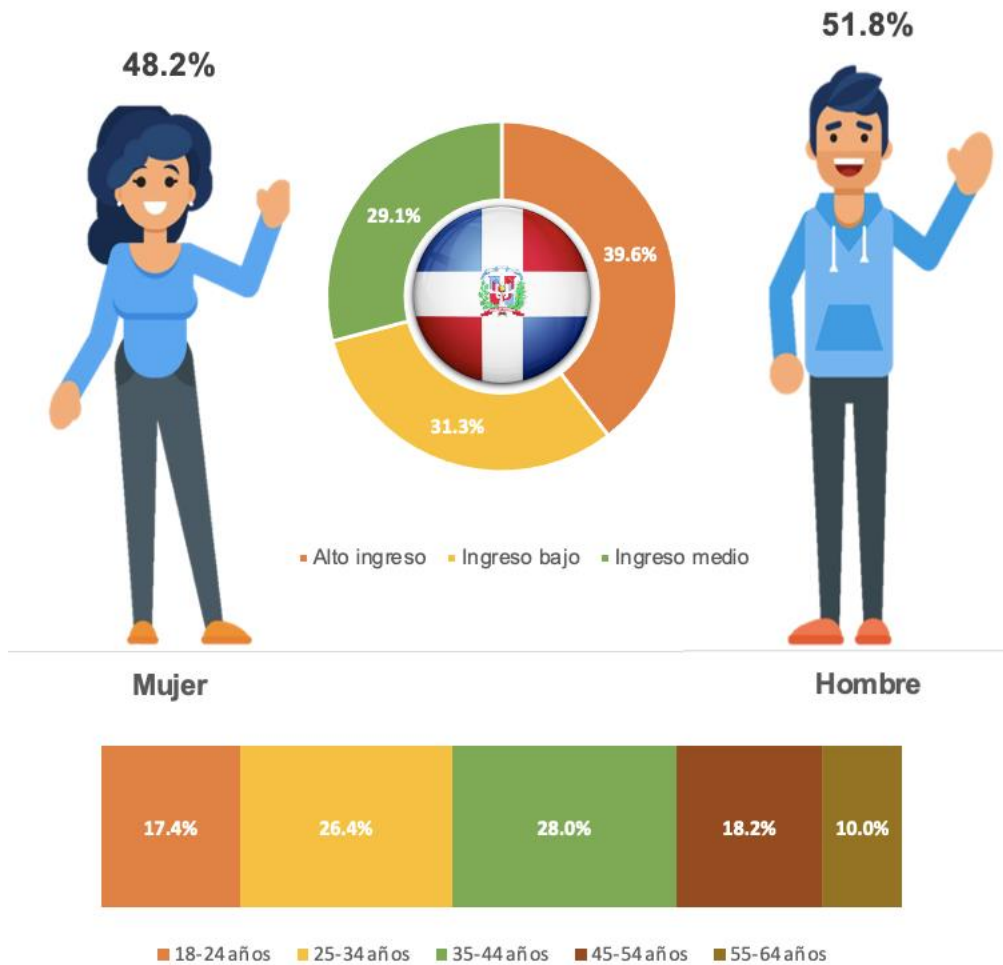
Finalmente, si bien Perú cuenta con acuerdos de libre comercio con Panamá y Costa Rica, no necesariamente todas las subpartidas correspondientes a productos pesqueros se encuentran desgravadas. Tal es el caso de los langostinos en Costa Rica, cuya subpartida no se negoció en el Tratado de Libre Comercio vigente con Perú. Por ello, es necesario que los exportadores se informen sobre qué productos se encuentran efectivamente liberalizados, ya sea a través de PROMPERÚ o MINCETUR.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

4.1.1. República Dominicana

DATAGRÁFICO N°01: PRINCIPALES ATRIBUTOS DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS PESQUEROS EN REPÚBLICA DOMINICANA



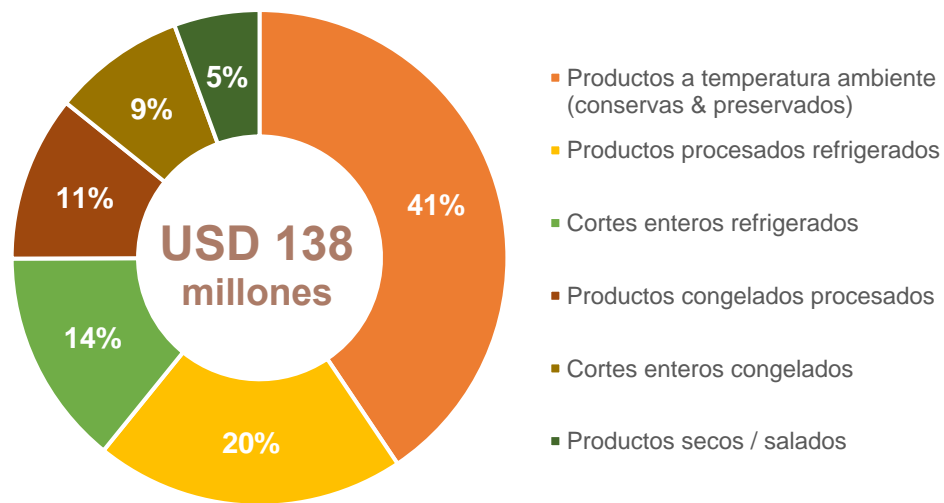
Fuente: Statista

A nivel demográfico, el mercado de consumo interno de productos pesqueros en República Dominicana está compuesto por 11.2 millones de personas, de las cuales 51.8% corresponden a varones y 48.2% a mujeres, de acuerdo con Statista. Asimismo, aunque el 39.6% de la demanda pesquera es canalizada por consumidores de ingreso alto, debido al progreso económico y a la amplia variedad de la oferta presente en los supermercados para todos los segmentos,

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

también se evidencia participaciones interesantes a en cuanto a grupos de ingreso medio (29.1%) e ingreso bajo (31.3%). Por último, alrededor del 54% de la demanda se encuentra representada por el grupo etéreo entre 25 – 44 años, precisamente el segmento al cual se dirigen los productos pesqueros procesados y de alto valor agregado, y tiene una menor incidencia en personas mayores de 55 años (10%).

GRÁFICO N°23: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS POR CATEGORÍAS EN REPÚBLICA DOMINICANA EN 2022



Fuente: Euromonitor International

Pese a que los productos pesqueros son relativamente más costosos en comparación con otras fuentes de proteína; la mejora del poder adquisitivo, así como la búsqueda de nuevas alternativas convenientes que reduzcan los tiempos de cocina, han propiciado un desarrollo progresivo del mercado de productos procesados en República Dominicana. De hecho, las ventas de este tipo de productos han crecido a una media de 5.9% en los últimos cinco años, hasta alcanzar USD 138 millones en 2022. Los productos a temperatura ambiente, donde las conservas de pelágicos económicos en salsas especiales y atunes dominan la categoría, representan alrededor del 41% de las ventas minoristas y cuentan con una amplia variedad en los principales puntos de venta. En tanto, los productos procesados refrigerados (20% de participación), los cortes refrigerados (14%) y los productos congelados procesados (11%), son otras categorías populares.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

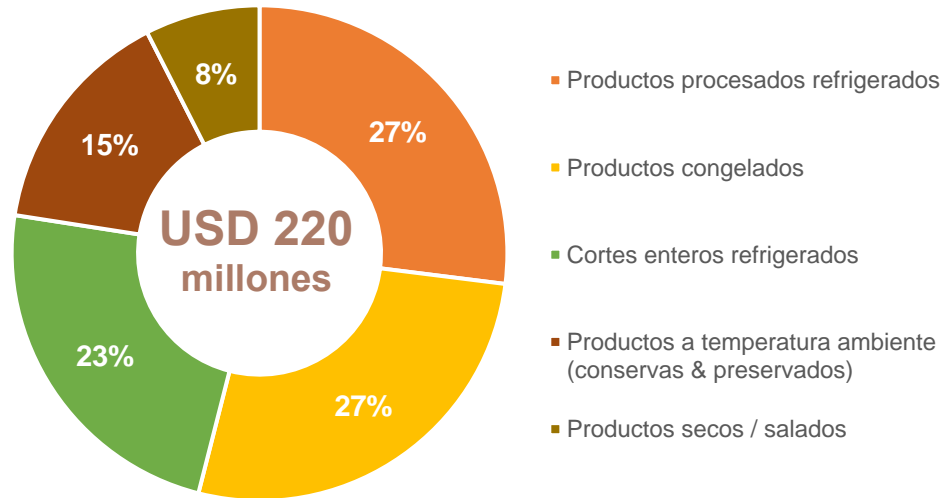
La pota, con todas sus variedades, es el producto que mejor vende dentro del rango de precios medios. Dentro de la categoría de conservas de calamar encontramos cuatro variedades principalmente: en aceite, en su tinta, en su tinta picante y en salsa (suele ser común la salsa americana). No todas las principales marcas ofrecen las cuatro variedades, pero se puede afirmar que todas ofrecen calamar en su tinta y calamar en aceite, que son las dos variedades que mejor venden. Asimismo, la presencia de pota en el segmento de cefalópodos congelados también es de liderazgo, con presentaciones variadas como rabas, tentáculos y anillas, como consecuencia de la herencia española que propicia su uso en distintas preparaciones locales.

Las recientes presiones inflacionarias han propiciado el desarrollo de marcas blancas, en especial para lo correspondiente a conservas y productos procesados empanizados, las cuales se dirigen a consumidores sensibles al precio. Por ejemplo, Supermercado Nacional recientemente ha lanzado al mercado una línea de conservas de atún bajo su marca propia *Líder*.

Por otro lado, el consumo dominicano de pescados y mariscos se encuentra marcado por una fuerte estacionalidad. La mayoría de población de República Dominicana es cristiana y, por ello, durante la Cuaresma se experimenta un incremento notable de la demanda de productos pesqueros, como consecuencia de la práctica católica de limitar su consumo de carnes rojas en determinadas fechas de esta festividad. Este periodo de fuertes ventas abarca desde finales de febrero hasta inicios de abril. De acuerdo con las entrevistas realizadas a importadores, durante el mes de marzo se triplican las ventas de un mes fuera de temporada alta; mientras que, en febrero y abril, la demanda casi se duplica en comparación al resto del año. En cuanto a productos premium, la expansión de las ventas es más conservadora y algunos compradores estiman que la demanda de estos productos suele ser 60% mayor durante el periodo febrero – abril en comparación con el resto del año. En menor medida, también existe cierto incremento en las ventas en el último bimestre del año, debido a las celebraciones de fin de año, aunque esta expansión no es muy notoria.

4.1.2. Costa Rica

GRÁFICO N°24: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS POR CATEGORÍAS EN COSTA RICA EN 2022



Fuente: Euromonitor International

Costa Rica ha desarrollado una sólida clase media y una creciente expansión de los ingresos en la última década; además de contar con niveles de calidad de vida bastante altos a nivel regional, lo cual se evidencia en que el país cuenta con el tercer mayor índice de desarrollo humano de Latinoamérica, únicamente por detrás de Chile y Argentina.

El grueso del consumo de productos pesqueros procesados se concentra alrededor del Gran Área Metropolitana – GAM, la cual aglomera alrededor de 3 millones de habitantes, la cual cuenta con una importante presencia de tiendas de las principales cadenas de supermercados y eficiente manejo de la cadena de frío.

A diferencia de otros mercados de la región, el consumo de conservas es bastante limitado, y se prefieren pescados y mariscos procesados refrigerados y congelados. De hecho, los productos con mayor demanda son los filetes congelados de pescados, donde la tilapia, la corvineta (pangasius), la trucha, y el mahi-mahi (dorada); así como colas de langostino y mariscadas. Se puede notar una fuerte preferencia por productos de la pesca y acuicultura local, la cual

se encuentra disponible en las principales cadenas de supermercados como Pricesmart y Wal-mart.

Los consumidores más jóvenes, especialmente aquellos de ingresos medios – altos, están optando por productos de fácil de preparación por lo cual, tanto las principales cadenas retail, así como los principales importadores del mercado, están introduciendo progresivamente nuevos productos como filetes empanizados, fish fingers y hamburguesas, con respuestas mixtas entre los consumidores.

Como consecuencia de las presiones inflacionarias, los consumidores costarricenses se han vuelto más sensibles al precio, por lo cual las principales empresas comercializadoras han comenzado a desarrollar presentaciones de distinto tamaño para atender eficientemente segmentos específicos. Por ejemplo, en lo que respecta a conservas, en tiendas independientes se pueden encontrar pequeñas latas de 80 gr para los consumidores que buscan gastar una cantidad limitada independientemente de la cantidad; en tanto, quienes buscan ahorrar por volumen pueden adquirir latas de 295 gr de marcas privadas, como Suli o Splash en Wal-Mart. De similar modo sucede con las porciones y cortes de pescado, los cuales pueden encontrarse en presentaciones individuales en IVP o flow-pack, así como en paquetes familiares de 1 kilogramos a más.

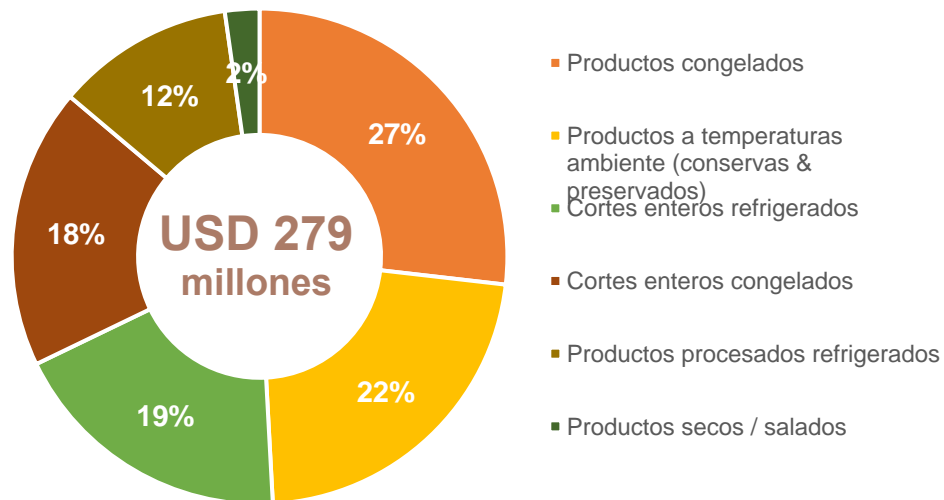
El uso de *claims* o declaraciones relacionadas a los beneficios en el consumo de productos pesqueros será clave para el desarrollo de las ventas de la categoría. El desarrollo de productos pesqueros que buscan posicionarse en el segmento “saludable” será importante para los siguientes años, ya que, incluso especies como el atún, no cuentan con muy buena reputación en el mercado costarricense debido a las preocupaciones relacionadas a su contenido de mercurio. En respuesta a ello, la empresa de conservas Sardimar ha desarrollado su línea *Functional*, con atún reforzado con vitamina B, además de reforzar las cualidades propias de la especie como su bajo contenido de grasas saturadas y colesterol.

Finalmente, al igual que el resto de países de tradición cristiana, Costa Rica muestra una estacionalidad bastante clara en cuanto a la demanda de productos pesqueros. La campaña de Semana Santa suele ser el principal foco de atención

a nivel de consumo interno por parte de los principales importadores del país; de hecho, se estima que entre 40% - 60% de las ventas del año se realizan durante este periodo.

4.1.3. Panamá

GRÁFICO N°25: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS POR CATEGORÍAS EN PANAMÁ EN 2022



Fuente: Euromonitor International

La ingesta anual de productos del mar por persona ha experimentado un crecimiento significativo en la última década, principalmente debido al aumento en la oferta pesquera, el incremento de la población y su poder adquisitivo, así como la expansión en la producción y canales de distribución de pescados. En Panamá, el consumo promedio de pescado por persona es de 23 kilogramos al año, una cifra que supera ampliamente el consumo per cápita de este alimento en el resto de los países de América Central, según informes de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en 2017.

La segmentación del mercado influye considerablemente en los hábitos y comportamientos del consumidor panameño. Las personas de clases sociales más bajas suelen consumir atún enlatado y sardinas, ya que son los productos más accesibles. En ciertas épocas del año, acuden a comprar productos nacionales en el Mercado de Mariscos o en su mercado local, para celebrar la Cuaresma o las festividades de fin de año. La clase media y media-alta intenta incluir al menos un tipo de pescado o marisco en su dieta semanal, ya sea fresco

o procesado. Por otro lado, la clase alta y alta-media consume con mayor frecuencia productos del mar, especialmente los importados. En hoteles y restaurantes, el consumo de productos del mar es muy elevado.

Los beneficios de consumir pescado y mariscos han sido resaltados por nutricionistas y médicos, quienes recomiendan su consumo una o dos veces a la semana. Esto ha llevado a que muchas personas aumenten su ingesta de este tipo de productos, así como a que los restaurantes ofrezcan una amplia variedad de recetas que resaltan los sabores y características de cada uno de estos productos.

En todos los supermercados se pueden encontrar productos del mar, tanto importados como nacionales, que están congelados y envasados, ya que los principales distribuidores los entregan directamente a estos establecimientos. La competencia de estos productos son los enlatados. Todos los supermercados ofrecen productos de la canasta básica familiar bajo control de precios, por lo que el consumidor puede adquirir estos productos en cualquier supermercado, según su disponibilidad. Los productos del mar importados no están sujetos a control de precios.

Muchos supermercados cuentan con sus propias marcas, como es el caso de Rey Supermarket con su marca Rey, y Supermarket 99 con su marca RICAMAR. Ambas incluyen productos de la canasta básica familiar, donde encontramos sardinas y atún enlatado. También existen tiendas gourmet especializadas que importan productos con su propia marca, como Niels Pedersen, S.A., que comercializa y distribuye su marca "Gourmar" y la exporta a otros países.

Diferentes marcas ofrecen paquetes donde el consumidor puede llevar más productos por un precio menor. Algunas resaltan las propiedades de sus productos con campañas publicitarias que ofrecen productos con "extra calcio" o versiones con menos calorías. También utilizan las redes sociales para promocionar sus productos, ofreciendo premios a la mejor receta preparada con sus productos.

4.2. ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS ACTUALES Y FUTURAS

Las principales tendencias del mercado de productos pesqueros en Centroamérica se ven influenciadas por diversas dinámicas, especialmente en el contexto de la pandemia y las preocupaciones económicas. A continuación, se destacan algunas de las tendencias identificadas

1. Cambios en los Hábitos de Compra Post-COVID-19: La pandemia ha alterado los hábitos de compra de los centroamericanos, generando un comprador más apurado y decidido. La entrada y salida rápida del lugar de compra para reducir el contacto han llevado a un menor énfasis en la comparación de productos y precios. Se observa un aumento en la compradora "apresurada" que prefiere pagar más a cambio de perder menos tiempo en la compra, en detrimento de la "observadora", que dedica tiempo a analizar precios o comparar productos. La "buscadora de precio" se mantiene relativamente estable.

2. Comprador Innovador: A raíz de los desabastecimientos durante la crisis del COVID-19, ha surgido un comprador innovador dispuesto a probar nuevos productos ante la falta de los habituales.

3. Disminución del Gasto: En los últimos dos años, se observa una disminución en el gasto de los hogares, impulsada por las consecuencias de la pandemia y la inflación.

4. Preferencia por Marcas de Segmentos de Precios Bajos: Se registra un aumento en la compra de marcas de precios más bajos, como las denominadas *white brands*, en detrimento de las premium, respaldadas por la calidad y la confiabilidad.

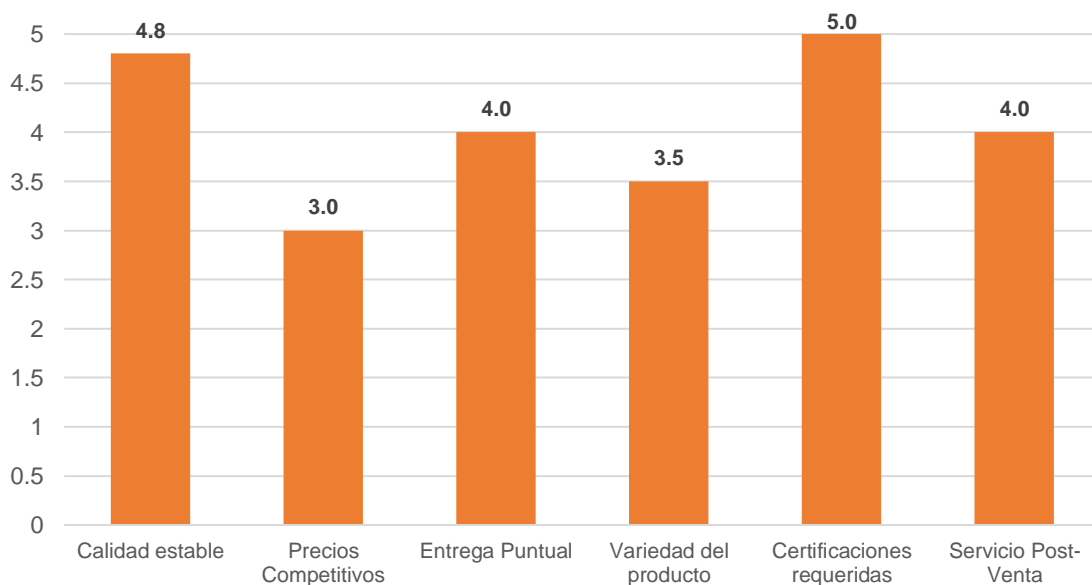
5. Mayor Interés en Promociones: Los consumidores muestran un mayor interés en las promociones, especialmente aquellas de volumen en las que pueden adquirir más producto por igual o menor precio (promociones tipo 2x1, etc.).

6. Preferencias por envases individuales y de gran volumen: La incertidumbre sobre el futuro, agravada por eventos como la guerra de Ucrania, ha llevado a los consumidores a preferir envases grandes que contengan mayores cantidades para asegurar el abastecimiento en caso de ruptura de la cadena de suministro. Asimismo, la presencia de hogares cada vez más pequeños y la inflación han propiciado una mayor oferta de presentaciones individuales, como porciones y filetes, así como bandejas en lo que respecta a mariscos.

7. Importancia de la Evolución de las Consumidoras: Las mujeres, que representan el 80% de las encargadas de las compras del hogar en Centroamérica, desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones de compra. La evolución de los hábitos de consumo de las mujeres, especialmente aquellas con independencia económica, es un factor relevante en el análisis del mercado.

4.3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO PERUANO

GRÁFICO N°26: PERCEPCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA EN REPÚBLICA DOMINICANA, COSTA RICA & PANAMÁ EN BASE A CRITERIOS DE COMPRA SELECCIONADOS



Fuente: Entrevistas a profundidad

Durante la prospección de mercado, ejecutada desde el 30 de octubre al 13 de noviembre de 2023, se entrevistaron a veinte (20) compradores de interés en los mercados de Panamá, República Dominicana y Costa Rica. Uno de los objetivos

específicos de estas entrevistas a profundidad es conocer la percepción de la oferta exportable peruana en los mercados centroamericanos de interés, a continuación se presentarán los resultados.

Dentro de los criterios mejor evaluados por los compradores entrevistados se encuentran el cumplimiento con las certificaciones requeridas y la calidad estable. En primer lugar, el hecho que un porcentaje mayoritario de plantas peruanas cuenten con certificaciones como BRC y cumplan con altos estándares de calidad, es especialmente valorado entre las grandes cadenas minoristas de estos países. Sin embargo, en el caso específico de Panamá, se comentó que es bastante limitado el número de plantas peruanas que, aunque cuentan con certificaciones internacionales, no pueden exportar hacia Panamá por no tener con habilitación sanitaria vigente ante la autoridad local, la Agencia Panameña de Alimentos, para mayor información sobre este tema consultar: [lista de plantas procesadoras aprobadas para la exportación a Panamá](#). En segundo lugar, la calidad estable (4.8 de 5.0) es claramente destacada por los importadores centroamericanos, ya que las empresas que cuentan con experiencia o conocimiento previo de la oferta exportable peruana consideran que, especialmente en lo que respecta a subproductos de la pota y el mahi – mahi, esta cuentan con una calidad y acabado superior al de la competencia asiática (China y Vietnam) y chilena.

Por otro lado, dentro de los criterios peor evaluados se encuentran la limitada variedad de producto y los precios poco competitivos. En primer lugar, las importadoras consideran que la oferta peruana es reducida y se concentra alrededor de dos especies, el mahi – mahi y la pota, lo cual limita la expansión del comercio, ya que muchas de ellas buscan la consolidación de contenedores de producto mixto. Asimismo, consideran que las empresas peruanas buscan colocar grandes volúmenes y muestran poca flexibilidad en el adecuamiento de productos acorde a las especificaciones del mercado, en lo que respecta a niveles de glaseo o envasado dirigido al retail. Sin embargo, a partir de las entrevistas realizadas, se explicó la reciente estrategia de algunas empresas peruanas de desarrollar productos con valor agregado, especialmente empanizados y preformados, lo cual resultó de interés para los compradores

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

centroamericanos, ya que se trata de un segmento que recientemente está siendo explorado en la región. Finalmente, los compradores centroamericanos consideran que, debido a la mayor calidad, los precios de los productos pesqueros peruanos suelen ser elevados en comparación con sus competidores e inestables, lo cual resta competitividad al momento de seleccionar un proveedor.

V. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

5.1. MEDIDAS ARANCELARIAS

Perú cuenta con una amplia red de acuerdos comerciales que abarcan la mayor parte de Centromérica, los cuales otorgan beneficios arancelarios a la importación de productos pesqueros. A continuación se presentará la lista de los mercados de la región con los cuales Perú cuenta con acuerdos comerciales vigentes y los años en que entraron en vigencia:

- [Acuerdo de Complementación Económica entre Perú y Cuba](#) (2001)
- [Acuerdo de Libre Comercio Perú – Panamá](#) (2012)
- [Acuerdo de Libre Comercio Perú – Costa Rica](#) (2013)
- [Tratado de Libre Comercio Perú – Honduras](#) (2017)

Por otro lado, de acuerdo al MINCETUR, se encuentra por entrar en vigencia el Tratado de Libre Comercio Guatemala; así también, Perú está negociando acuerdos con El Salvador y Nicaragua.

Finalmente, a continuación se presentarán los aranceles aplicados a las principales líneas arancelarias de productos pesqueros procesados en tres mercados seleccionados: República Dominicana, Costa Rica y Panamá. Es importante mencionar que la totalidad de las líneas analizadas cuenta con desgravación total en Costa Rica y Panamá, pero no cuenta con beneficios arancelarios en República Dominicana, ya que Perú ha negociado un acuerdo comercial con dicho mercado caribeño.

TABLA N°07: TRATAMIENTO ARANCELARIO PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN REPÚBLICA DOMINICANA

Producto	Subpartida Nacional	Descripción	Arancel NMF	Arancel Perú
Subproductos crudos congelados de langostinos vannamei	03061700	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones y langostinos sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo (sin agua fría, camarones y langostinos) sin ahumar : sin enlatar o envasar	20%	20%
Subproductos crudos congelados de pota	03074300	Pescado y calamar, congelados, con o sin cáscar	20%	20%
Subproductos crudos congelados de mahi - mahi	03048900	Filetes de pescado congelados, nep	20%	20%
Subproductos crudos congelados de merluza	03047400	Filetes congelados de merluza ""Merluccius spp., Urophycis spp.""	20%	20%
Conservas de anchoa	16041600	Preparaciones y conservas de anchoa , entera o en trozos (exc. picada)	20%	20%
Conservas de sardina en salsa de tomate	16042000	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos)	20%	20%
Conservas de caballa en salsa de tomate	16041500	Preparaciones y conservas de caballa , enteros o en trozos (exc. picados)	20%	20%
Pescados (incl. abadejo de Alaska, Mahi - Mahi & merluza) empanizados	16041900	Preparado o pescado, conservados enteros o en trozos (exc. Picada, simplemente ahumado y salmón, arenque, sardinas, sardinelas, espadines, atunes, barrilete, bonito ""Sarda spp."" , Caballa, anchoas, anguilas y aletas de tiburón)	20%	20%
Hamburguesas de salmón	16042000	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos)	20%	20%
Langostinos empanizados	16052900	Camarones y langostinos, preparados o conservados, en envases herméticamente cerrados (sin ahumar)	20%	20%
Conservas a base de pota y aros de pota empanizados	16055400	Sepia y el calamar, preparados o conservados (excepto ahumado)	20%	20%

Fuente: MINCETUR / MarketAccessMap / COMTRADE

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

TABLA N°08: TRATAMIENTO ARANCELARIO PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN COSTA RICA

Producto	Subpartida Nacional	Descripción	Arancel NMF	Arancel TLC Perú - Costa Rica
Subproductos crudos congelados de langostinos vannamei	030617110010	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones y langostinos sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo (sin agua fría, camarones y langostinos) : Camarones : Cultivados, sin ahumar : sin enlatar o envasar	9%	0%
	030617110090	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones y langostinos sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo (sin agua fría, camarones y langostinos) : Camarones : Cultivados, sin ahumar : Los demás	9%	0%
Subproductos crudos congelados de pota	030743190010	Pescado y calamar, congelados, con o sin cáscara : Calamares y potas, congelados, en presentación superior a 3 kg : Otros : calamares blancos y torpedos	0%	0%
	030743190090	Pescado y calamar, congelados, con o sin cáscara : Calamares y potas, congelados, en presentación superior a 3 kg : Otros : Los demás	0%	0%
Subproductos crudos congelados de mahi - mahi	030489200000	Filetes de pescado congelados, nep : Dorados (Coryphaena hippurus)	14%	0%
Subproductos crudos congelados de merluza	030474000000	Filetes congelados de merluza "" Merluccius spp., Urophycis spp. ""	14%	0%
Conservas de anchoa	160416000000	Preparaciones y conservas de anchoa , entera o en trozos (exc. picada)	14%	0%
Conservas de sardina en salsa de tomate	160420000010	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos) : Sardina en salsa de tomate, envasadas herméticamente.	14%	0%
Conservas de caballa en salsa de tomate	160415000000	Preparaciones y conservas de caballa , enteros o en trozos (exc. picados)	14%	0%

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Pescados (incl. abadejo de Alaska, Mahi - Mahi & merluza) empanizados	160419000090	Preparado o pescado, conservados enteros o en trozos (exc. Picada, simplemente ahumado y salmón, arenque, sardinas, sardinelas, espadines, atunes, barrilete, bonito ""Sarda spp."" , Caballa, anchoas, anguilas y aletas de tiburón) : Otras	14%	0%
Hamburguesas de salmón	160420000091	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos) : Otros : Los demás salmones	14%	0%
Langostinos empanizados	160529000000	Camarones y langostinos, preparados o conservados, en envases herméticamente cerrados (sin ahumar)	14%	0%
Conservas a base de pota y aros de pota empanizados	160554000010	Sepia y el calamar, preparados o conservados (excepto ahumado) : envasados herméticamente	14%	0%

Fuente: MINCETUR / MarketAccessMap / COMTRADE

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

TABLA N°09: TRATAMIENTO ARANCELARIO PARA PRODUCTOS PESQUEROS SELECCIONADOS EN PANAMÁ

Producto	Subpartida Nacional	Descripción	Arancel NMF	Arancel TLC Perú - Costa Rica
Subproductos crudos congelados de langostinos vannamei	030617110010	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones y langostinos sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo (sin agua fría, camarones y langostinos) : Camarones : Cultivados, sin ahumar : sin enlatar o envasar	15%	0%
	030617110090	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones y langostinos sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo (sin agua fría, camarones y langostinos) : Camarones : Cultivados, sin ahumar : Los demás	15%	0%
Subproductos crudos congelados de pota	030743190010	Pescado y calamar, congelados, con o sin cáscara : Calamares y potas, congelados, en presentación superior a 3 kg : Otros : calamares blancos y torpedos	15%	0%
	030743190090	Pescado y calamar, congelados, con o sin cáscara : Calamares y potas, congelados, en presentación superior a 3 kg : Otros : Los demás	15%	0%
Subproductos crudos congelados de mahi - mahi	030489200000	Filetes de pescado congelados, nep : Dorados (Coryphaena hippurus)	15%	0%
Subproductos crudos congelados de merluza	030474000000	Filetes congelados de merluza "" Merluccius spp., Urophycis spp. ""	15%	0%
Conservas de anchoa	160416000000	Preparaciones y conservas de anchoa , entera o en trozos (exc. picada)	5%	0%
Conservas de sardina en salsa de tomate	160420000010	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos) : Sardina en salsa de tomate, envasadas herméticamente.	0%	0%
Conservas de caballa en salsa de tomate	160415000000	Preparaciones y conservas de caballa , enteros o en trozos (exc. picados)	5%	0%

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

Pescados (incl. abadejo de Alaska, Mahi - Mahi & merluza) empanizados	160419000090	Preparado o pescado, conservados enteros o en trozos (exc. Picada, simplemente ahumado y salmón, arenque, sardinas, sardinelas, espadines, atunes, barrilete, bonito ""Sarda spp."" , Caballa, anchoas, anguilas y aletas de tiburón) : Otras	0% - 5%	0%
Hamburguesas de salmón	160420000091	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos) : Otros : Los demás salmones	5%	0%
Langostinos empanizados	160529000000	Camarones y langostinos, preparados o conservados, en envases herméticamente cerrados (sin ahumar)	15%	0%
Conservas a base de pota y aros de pota empanizados	160554000010	Sepia y el calamar, preparados o conservados (excepto ahumado) : envasados herméticamente	10%	0%

Fuente: MINCETUR / MarketAccessMap / COMTRADE

5.2. LEYES Y REGULACIONES

En el presente análisis, nos sumergiremos en el complejo entramado legal que regula la importación de productos pesqueros en tres países clave de la región: República Dominicana, Costa Rica y Panamá. La comprensión de las leyes y regulaciones que rigen este proceso se revela como un componente esencial para los actores involucrados en el comercio internacional de productos pesqueros, ya que cada nación tiene sus propias normativas que impactan directamente en los procedimientos aduaneros, los requisitos de calidad y seguridad alimentaria, así como en las tarifas arancelarias aplicadas a estos productos. A través de este análisis detallado, buscamos arrojar luz sobre el marco jurídico de importancia, proporcionando una visión integral que sirva como guía esencial para aquellos interesados en el comercio de productos pesqueros en estos mercados específicos.

5.2.1. República Dominicana

El proceso de importación de productos pesqueros en República Dominicana es controlado y supervisado por el [Consejo Dominicano de Pesca y Acuicultura \(CODOPESCA\)](#). A diferencia de los otros dos países centroamericanos analizados, República Dominicana no solicita que previamente las empresas exportadoras se encuentren registradas para exportar a su mercado. Sin embargo, CODOPESCA requiere la ficha técnica de los productos, el certificado de origen y el certificado sanitario de la mercancía, así como otros documentos habituales (factura comercial y bill of lading).

Es importante mencionar que, en lo que respecta a la importación de langostinos, se solicita el certificado de no EMS. Además, se debe tomar en cuenta que, por el motivo mencionado, existe una prohibición vigente a la importación de langostinos de China, Vietnam, Bangladesh, México, Tailandia y Malasia, según la [Resolución 52 – 2013](#).

5.2.2. Costa Rica

Para exportar productos pesqueros a Costa Rica, la autoridad competente del país interesado, SANIPES en el caso de Perú, deberá enviar una solicitud al Director General del [Servicio Nacional de Salud Animal \(SENASA\)](#) que indique específicamente los productos de interés, especie de procedencia, nombre y número del establecimiento interesado. El envío de la solicitud deberá ser oficial, es decir, a través de la autoridad competente del país exportador.

En caso de que la solicitud sea conforme, el coordinador de la Comisión de Evaluación elabora un oficio y adjunta un cuestionario para que sea completado por la autoridad competente y otro para ser completado por el establecimiento interesado en exportar.

Los cuestionarios completados deben ser enviados a la Dirección General del SENASA directamente por autoridad competente del país exportador. No se aceptan documentos enviados por el importador o un tercero que no pertenezca a la autoridad competente. Los documentos son trasladados de la Dirección General al coordinador de la Comisión de Evaluación, quien a su vez coordina la revisión de estos, la cual debe hacerse en un plazo máximo de 90 días hábiles, salvo en el caso de los países centroamericanos que se rigen bajo la regulación centroamericana.

Si se decide realizar auditoría al establecimiento interesado, el SENASA directamente coordina con la autoridad competente del país interesado a exportar para establecer la fecha de realización de la auditoría, plan de auditoría, personal a cargo de realizar la auditoría, personal oficial a cargo de recibir la auditoría en el país de origen y trámites de logística, entre otros.

En el plazo de un mes posterior a la realización de la auditoría (o en el periodo que determinen las partes), el equipo técnico debe presentar un informe técnico a la CE para que ésta emita el dictamen final. El dictamen final se publica por medio de una resolución firmada por la Dirección General y se informa a la AC del país exportador.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

A noviembre de 2023, son doce las plantas peruanas habilitadas para exportar productos pesqueros para consumo humano directo a Costa Rica. Para mayor información verificar en siguiente enlace: [SENASA](#).

Finalmente, existen reglamentaciones específicas para la importación de ciertos grupos de especies y/o presentaciones, las cuales pueden revisarse en los siguientes enlaces:

- [Requisitos para la importación de moluscos bivalvos frescos, congelados o en conserva](#)
- [Requisitos para la importación de cefalópodos frescos, congelados o en conserva](#)
- [Requisitos para la importación de atún, sardina y salmón en conserva](#)
- [Requisitos para la importación de camarón fresco o congelado, crudo, precocido o cocido](#)
- [Requisitos para la importación de pescado fresco o congelado](#)
- [Requisitos para la importación de mezcla de mariscos frescos, congelados, cocidos, precocidos o en conserva](#)

5.2.3. Panamá

Al igual que Costa Rica, Panamá realiza una inspección de origen (inspección ejecutada por el país destino a exportar) a las infraestructuras pesqueras antes de autorizar el ingreso de productos a sus países.

Al respecto, se listan los pasos para el proceso de inclusión de plantas en el Sistema Integrado de Trámites (SIT):

- a. La Autoridad Sanitaria del país de origen envía una solicitud de inclusión de planta, a través de nota formal, dirigida a la Agencia Panameña de Alimento (APA). Los parámetros de la nota de solicitud, y sus archivos adjuntos, son los siguientes:
 - Ficha Técnica
 - Presentación o descripción del producto
 - Flujograma de proceso

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

- Indicar la finalidad y destino de la exportación: venta directa, reproceso para valor agregado o reexportación, además indicar en qué presentación vendría el producto.
 - Certificación por la Autoridad Sanitaria del país.
 - Empresa panameña interesada en importar dichos productos
- b. La Agencia Panameña de Alimentos procede a remitir el expediente de la planta a las Autoridades Competentes, si la evaluación del expediente es conforme, la planta es aprobada, y habilitada en el Sistema Integrado de Panamá.

Finalmente, a noviembre de 2023, solo dos plantas pesqueras peruanas cuentan con habilitación para la exportación a Panamá, para productos en específico: Corporación Refrigerados Iny SA (camarones pelados y desvenados IQF) y Seafrost SAC (camarones, colas de langostino peladas y desvenadas IQF, así como tentáculos y mantos de calamar). Para mayor información sobre las empresas habilitadas a exportar a Panamá visitar el siguiente enlace: [Plantas procesadoras aprobadas para la exportación hacia Panamá](#).

5.3. OTRAS REGULACIONES (ETIQUETADO)

A continuación se detallará información para el etiquetado de productos pesqueros procesados, tomando como punto de partida la legislación nacional y regional, para los tres mercados de interés, a saber, República Dominicana, Costa Rica y Panamá.

5.3.1. República Dominicana

El etiquetado de todos los alimentos, incluidos productos pesqueros, previamente envasados, destinados al consumidor o para fines de hostelería, se encuentra regulado por la NORDOM 634 (1º Rev 2018) – Etiquetado y declaración de propiedades de alimentos preenvasados para regímenes especiales y/o dietéticos, la cual fue preparada por el Instituto Dominicano de la Calidad – INDOCAL.

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

- País de Origen.
- Identificación del Lote de producción.
- Marcado de la fecha de vencimiento e instrucciones para la conservación.
- Instrucciones para el uso.

Requisitos obligatorios adicionales

- Declaración cuantitativa de los ingredientes.

En todo alimento que se venda como mezcla o combinación, se declarará el porcentaje de insumo, con respecto al peso o al volumen, como fuera apropiado, de cada ingrediente al momento de la elaboración del alimento (incluyendo los ingredientes compuestos o categorías de ingredientes)

5.3.2. Costa Rica

El proceso y los requerimientos para el etiquetado de productos pesqueros en Costa Rica se encuentran estipulados en el [RTCR 449:2010: Reglamento técnico para el etiquetado de productos pesqueros frescos, congelados y descongelados, de venta a granel o preempacado en el punto de venta.](#)

A nivel general, los envases de los productos deben incluir los requisitos de información de etiquetado. Las etiquetas, confeccionadas en cualquier material, deben estar firmemente unidas al producto, presentando caracteres que sean claros, visibles, indelebles y de fácil lectura para el consumidor en situaciones normales de compra y uso. En el caso de productos vendidos a granel, la información obligatoria debe ser mostrada en la góndola, el anaquel o el exhibidor del producto.

A continuación la información mínimamente requerida por la normativa costarricense:

- **Nombre común de la especie:** Cuando existan uno o varios términos comunes utilizados para referirse a la misma especie de producto pesquero, se deberá seleccionar uno de dichos términos que esté en conformidad con el nombre científico. Además de emplear el nombre

Oportunidades para productos pesqueros procesados en Centroamérica

común de la especie, se tiene la opción de señalar si el producto proviene de captura en la naturaleza o es de origen cultivado.

- **Instrucciones de conservación:** Específicamente para productos pesqueros congelados, deberá incluirse en la etiqueta la siguiente frase “*Consérvese en refrigeración en temperatura no mayor a -18° C*”.
- **País de origen**

Asimismo, los productos pesqueros procesados envasados deberán reportar adicionalmente la siguiente información:

- **Información nutricional:** La información requerida abarca la cantidad de calorías, grasas, proteínas, carbohidratos, sodio y cualquier otro nutriente especificado por la normativa aplicable. Es esencial que la información nutricional sea transparente y de lectura sencilla.
- **Información de ingredientes:** Se solicita que los productos alimenticios presenten una enumeración de ingredientes en secuencia descendente según su peso, asegurándose de que dicha lista sea comprensible y fácilmente legible para el consumidor promedio.
- **Fechas de caducidad y precauciones de almacenamiento:** La fecha de vencimiento debe señalar el límite temporal hasta el cual el producto es seguro para su consumo, mientras que las instrucciones de almacenamiento deben indicar la manera adecuada de almacenar el producto para asegurar su seguridad.
- **Diseño y ubicación de la etiqueta:** La etiqueta del producto debe ser de fácil lectura y claridad, ubicándose en un lugar visible. Además, las dimensiones y la posición de la etiqueta deben cumplir con las normativas establecidas por el Ministerio de Salud.

5.3.3. Panamá

En Panamá, la Comisión Panameña de Normas Industriales y Técnicas (COPANIT) tiene sus oficinas en el Ministerio de Comercio Exterior (www.mici.gob.pa). Si algún país se rige por regulaciones diferentes que contradigan las normas de COPANIT, prevalecerán las normas de COPANIT. Para conocer las normas de etiquetado de productos del mar, se debe hacer referencia a la [Gaceta Oficial No. 24,291 \(Página N°26\)](#), donde se detallan los requisitos de etiquetado.

Actualmente, Panamá no posee un reglamento técnico, pero cuenta con una norma técnica. La legislación posterior a la creación de AUPSA, que afecta el etiquetado de alimentos previamente envasados, como la Ley 45 de 31-10-2007 y el Decreto Ejecutivo 331 de 22-07-2008, establecen que los alimentos, aditivos alimentarios, jabones, desinfectantes, detergentes y envases para alimentos deben seguir las normas y métodos del Codex Alimentarius en ausencia de regulaciones nacionales específicas.

En relación con el etiquetado de alimentos, el Decreto 1195 del 3 de diciembre de 1992, emitido por el Ministerio de Salud, en su artículo N. ° 49, adopta las Normas del Codex Alimentarius de la FAO para alimentos, aditivos alimentarios y envases para alimentos. Los productos alimenticios deben ser registrados, y el número de registro debe ser visible en el empaque.

Los elementos esenciales en la etiqueta de alimentos envasados incluyen el nombre del alimento, contenido neto (peso escurrido), país de origen, fecha de elaboración o envasado, identificación del lote, fecha de vencimiento, ingredientes, alérgenos, fecha de vencimiento, aditivos, tabla nutricional (excepto para alimentos frescos), instrucciones de uso, marcado de fecha e instrucciones para la conservación, declaración de responsabilidad y registro sanitario (solo para productos procesados).

La etiqueta no debe presentar el producto de manera falsa, equívoca o engañosa, ni crear una impresión errónea sobre su naturaleza o inocuidad.

Además, la etiqueta no debe estar en contacto directo con el alimento, y los alimentos que se declaren "100% natural" no deben contener aditivos.

5.4. CERTIFICACIONES

En líneas generales, al examinar los mercados objeto de análisis, se desprende de las entrevistas con los compradores que existe una percepción general de que la conformidad con los requisitos sanitarios establecidos por las autoridades nacionales es suficiente por parte de los exportadores. No obstante, resulta notable el reconocimiento por parte de las grandes cadenas del canal moderno y los importadores/distribuidores que se desenvuelven en este ámbito, quienes valoran de manera significativa la posesión de certificaciones como BRC e IFS por parte de sus proveedores.

Esta preferencia por certificaciones específicas, como BRC e IFS, indica una demanda creciente de estándares de calidad y seguridad alimentaria más rigurosos por parte de los actores clave en la cadena de suministro. Estas certificaciones no solo garantizan el cumplimiento de normas sanitarias, sino que también aportan un nivel adicional de confianza y transparencia en la producción y distribución de productos, particularmente en el contexto de las grandes cadenas y distribuidores que desempeñan un papel crucial en el canal moderno. Este reconocimiento de certificaciones específicas sugiere una mayor conciencia sobre la importancia de garantizar la calidad y seguridad de los productos, además de cumplir con los requisitos regulatorios básicos. En consecuencia, los exportadores que buscan fortalecer sus relaciones comerciales y acceder a mercados a través de canales modernos pueden encontrar beneficios estratégicos al obtener y destacar certificaciones BRC e IFS en sus operaciones.

Finalmente, las certificaciones de sostenibilidad no son lo suficientemente relevantes en estos mercados, aunque existen algunas importadoras especializadas en el canal HORECA interesadas en conocer los avances de Perú en esta materia, debido a que varios de sus clientes están adoptando compromisos a mediano – largo plazo.

VI. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

6.1. FERIAS

No hay una feria de referencia en lo que respecta a la exposición de productos pesqueros en la región; no obstante, la mayoría de las empresas entrevistadas señalaron que suelen asistir como visitantes a dos eventos clave: la [Seafood Expo North America](#) (Estados Unidos) y la [Seafood Expo Global](#) (España). Se informó a los importadores entrevistados que PROMPERÚ participa de manera constante con una delegación nutrida de exportadores cada año, lo que generó interés en coordinar reuniones específicas durante estos eventos. Además, otros eventos regionales que podrían resultar interesantes, aunque no específicamente referido a productos pesqueros, son:

- **EXP HO RE (Costa Rica)**

EXP|HO|RE

Lugar: Centro de Convenciones de San José

Fecha: 03 – 05 de septiembre de 2024

Descripción: Feria líder en hospitalidad y gastronomía en Costa Rica, donde más de 200 proveedores de todo el mundo se reúnen para ofrecer productos y servicios a hoteles, restaurantes, supermercados, bares, panaderías, cafeterías e industria alimentaria. Un epicentro de negocios que atrae a más de 7 mil profesionales de la insutria de Costa Rica y América.

Web: <https://www.exphore.com/>

- **EXPOCOMER (Panamá)**



Lugar: Centro de Convenciones de Panamá

Fecha: 05 – 07 de marzo de 2024

Descripción: Es la plataforma ferial que promueve contactos, productos y oportunidades de negocios entre los participantes locales e internacionales, convirtiéndose en el evento ideal para la presentación de nuevos productos y servicios en un área total de exhibición mayor a los 15,500 metros cuadrados, que reúne a más de 600 empresas de más de 30 países.

Web: <https://www.expocomer.com/>

- **Agroalimentaria (República Dominicana)**



Lugar: Centro de Convenciones del Hotel Dominican Fiesta – Santo Domingo

Fecha: 31 de mayo – 03 de junio de 2024

Descripción: La plataforma de negocios más importante en el área de alimentos, tabaco y bebidas de República Dominicana y la Región del Caribe.

Web: <https://www.foodandhospitality.com.au/>

6.2. PÁGINAS WEB REPRESENTATIVAS DEL SECTOR

- **INFOPECA (<https://www.infopesca.org/>)**



Infopesca es una organización internacional especializada en el ámbito pesquero y acuícola. Infopesca se dedica a recopilar, analizar y difundir información relacionada con la pesca y la acuicultura en América Latina y el Caribe.

- **Central America Data** (<https://www.centralamericadata.com/>)



Empresa con más de trece años de experiencia en el desarrollo de investigaciones de mercado y soluciones de inteligencia comercial para empresas de América Latina.

- **Revista HORECA & Retail** (<https://www.directoriohoreca.com/>)



Con más de 12 años de experiencia, es responsable de la publicación de la Revista Industria Alimentaria, líder en el sector alimentario. La empresa cuenta con más de 150 anunciantes frecuentes, que respaldan su trabajo y sirven como una destacada carta de presentación.

VII. CONTACTOS DE INTERÉS

7.1. República Dominicana

- **ASONAHORES (National Hotel & Restaurant Association)**

Dirección: C/Presidente González esq. Av. Tiradentes 8vo. piso, Edif. La Cumbre, Naco Santo Domingo, República Dominicana

Teléfono: 809-368-4676

Web site: www.asonahores.com

- **Cámara de Comercio & Producción de Santo Domingo**

Dirección: Av. 27 de Febrero 228, Torre Friusa, La Esperilla. Santo Domingo, República Dominicana

Teléfono: 809-682-2688

Web site: <https://www.camarasantodomingo.do/>

- **CODOPECA (Consejo Dominicano de Pesca y Acuicultura)**

Dirección: Autopista Duarte, km. 6 1/2, Edif. Agricultura, Santo Domingo, República Dominicana

Teléfono: 809-338-0802

Web site: <https://codopesca.gob.do/>

- **Dirección General de Aduanas de República Dominicana**

Dirección: Av. Abraham Lincoln 1101, Santo Domingo, República Dominicana

Teléfono: 809-547-7070

Web site: <https://www.aduanas.gob.do/>

- **Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes de República Dominicana**

Dirección: Av 27 de Febrero 306, Santo Domingo 10122, República Dominicana

Teléfono: 809-685-5171

Web site: <https://micm.gob.do/transparencia/>

7.2. Costa Rica

- **Ministerio de Hacienda – Dirección General de Aduanas**

Dirección: Avenida 2da. Calle 1 y 3, diagonal al Teatro Nacional, San José, Costa Rica

Teléfono: 2248 - 5000

Web site: <https://aduanafacil.hacienda.go.cr/aduanafacil/>

- **Cámara de Comercio de Costa Rica**

Dirección: Barrio Tournón, 200 m noroeste del parqueo del Centro Comercial El Pueblo, San José, Costa Rica

Teléfono: 4052 - 4400

Web site: <https://camara-comercio.com/>

- **Cámara Costarricense de Hoteles**

Dirección: Oficentro Galerías Rohrmoser, 2do piso, local #26. Costado Este Plaza Mayor, Rohrmoser, San José, Costa Rica

Teléfono: 2220 - 0575

Web site: <https://camaradehoteles.com/>

- **Promotora de Comercio de Costa Rica**

Dirección: 100 Oeste, 150 Norte y 75 Oeste del ICE en Sabana Norte, San José, Costa Rica

Teléfono: 2505 - 4700

Web site: <https://www.procomer.com/>

- **Servicio Nacional de Salud Animal de Costa Rica**

Dirección: XVFF+26V, Heredia, Costa Rica

Teléfono: 2587 - 1600

Web site: <https://www.senasa.go.cr/>

7.3. Panamá

- **Agencia Panameña de Alimentos**

Dirección: 2F67+XW4, Panamá, Provincia de Panamá, Panamá

Teléfono: 522 - 0000

Web site: <https://apa.gob.pa/>

- **Asociación de Restaurantes & Afines de Panamá**

Dirección: Cl.15BNorte, y, C. 71 1/2C Oeste, Panamá

Teléfono: 260 - 4013

Web site: <https://asociacionderestaurantes.com/>

- **Autoridad del Canal de Panamá**

Dirección: XCJG+R2Q, C. Barth, Panamá, Provincia de Panamá, Panamá

Teléfono: 276 - 1111

Web site: <https://www.pancanal.com/>

- **Autoridad Nacional de Aduanas**

Dirección: XFF3+864, Av. Ascanio Villalaz, Panamá, Provincia de Panamá, Panamá

Teléfono: 504 - 2723

Web site: https://www.ana.gob.pa/w_ana/

- **Ministerio de Comercio e Industria de Panamá**

Dirección: Plaza Edison, Vía Ricardo J. Alfaro, Panamá, Provincia de Panamá, Panamá

Teléfono: 560 - 0600

Web site: <https://mici.gob.pa/>

VIII. PERFILES DE COMPRADORES

Se le informa respetuosamente que, con el objetivo de salvaguardar la privacidad y confidencialidad de los perfiles de compradores, no se mostrarán dichas informaciones en esta sección de difusión pública. Esta medida se toma con el firme propósito de proteger los datos personales y comerciales de los entrevistados.

Para obtener detalles específicos sobre perfiles de compradores o para cualquier consulta relacionada con aspectos comerciales, le instamos a que se ponga en contacto con el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERÚ.

Agradecemos sinceramente su comprensión en este asunto. Nos comprometemos a facilitar un entorno de negocios seguro y transparente, y su colaboración es fundamental para lograrlo.

