



PERÚ

Ministerio  
de la Producción



## ESTUDIO DE MERCADO DEL LENGUADO EN LIMA METROPOLITANA Y LA PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO

---



Febrero 2015

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>1.</b>	<b>ANTECEDENTES.....</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>CONSIDERACIONES PRELIMINARES.....</b>	<b>2</b>
	2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	3
	2.2. EVALUACIÓN DEL SECTOR PESQUERO Y ACUICULTURA.....	4
	2.2.1. ANALISIS DEL MACRO ENTORNO DEL SECTOR .....	4
	2.2.2. EXPECTATIVAS DEL SECTOR ACUICULTURA.....	7
	2.3. ASPECTOS ASOCIADOS AL LENGUADO.....	9
	2.3.1. CALIDAD DE LOS PRODUCTOS MARINOS .....	9
	2.3.2. OPINIÓN DEL LENGUADO DESDE LA ÓPTICA DE LOS DIFERENTES ACTORES .....	11
<b>3.</b>	<b>DETERMINACION Y ANALISIS DE LA DEMANDA .....</b>	<b>13</b>
<b>4.</b>	<b>DETERMINACION Y ANALISIS DE LA OFERTA.....</b>	<b>16</b>
<b>5.</b>	<b>BALANCE OFERTA-DEMANDA.....</b>	<b>22</b>
<b>6.</b>	<b>ANALISIS DE PRECIOS Y MARGENES DE COMERCIALIZACION .....</b>	<b>24</b>
<b>7.</b>	<b>PRODUCTOS SUSTITUTOS.....</b>	<b>29</b>
<b>8.</b>	<b>DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION .....</b>	<b>32</b>
<b>9.</b>	<b>ANALISIS DEL ENTORNO MACROECONOMICO, LEGAL Y SANITARIO.....</b>	<b>35</b>
<b>10.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES .....</b>	<b>52</b>
<b>11.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>54</b>

## **1. ANTECEDENTES**

El Lenguado (*Paralichthys adspersus*), es un pez bentónico (Demersal) que vive en los fondos marinos generalmente arenosos o lodosos, en donde se oculta para la poder obtener su alimento, el que consiste en peces y crustáceos, los que caza. Tiene un crecimiento moderado y vive en temperaturas que van de los 15 a los 30°C. Es encontrado a lo largo de la costa comprendida entre el norte del Perú y el norte de Chile, es una especie que en su ambiente natural tiene entre 1 y 3 kg, pero que puede llegar a pasar los 90 cm de longitud y superar los 8 kg de peso, a nivel de cultivo se busca alcanzar los 30 cm de longitud y 1 kg; siendo que los niveles de desembarque según cifras oficiales al 2012 alcanzó las 461 toneladas

Este pez posee una carne blanca y magra, por lo que es muy apreciado; entre los peces marinos es uno de los que tiene mayor valor, en la búsqueda inicial de este producto se han encontrado precios superiores a S/. 120 por kilogramo de filete de esta especie en algunos supermercados. En la búsqueda de la oferta en varios establecimientos comerciales se encontró una especie similar a la que llaman “Lengüeta” con un costo menor (pudiendo ser menos de la mitad del precio), es un pez más pequeño, delgado y alargado; asimismo pudo encontrarse en un supermercado, un lenguado congelado al precio de S/. 18 por filete, pero con la salvedad que era cultivado en China, se pudo apreciar que las características del filete son muy diferentes a la de la especie local.

En el mundo, a nivel acuícola el mayor desarrollo de tecnología ha sido alcanzado por Corea del Sur, y esto con una especie originaria del Japón conocida como “Hirame” (*Paralichthys olivaceous*), que es muy valorada en Asia y también en otras partes del mundo. En el Perú, se han realizado experiencias de cultivo e investigaciones con la especie local (*Paralichthys adspersus*), siendo estos realizados en los laboratorios del IMARPE, en las instalaciones del Centro de Acuicultura de Morro Sama – Tacna por parte de FONDEPES, así como también por empresas privadas como es Pacific Deep Frozen en la zona de Huarney.

## **2. CONSIDERACIONES PRELIMINARES**

El objetivo general del presente estudio es recolectar información, tanto primaria como secundaria, de la pesca y de cultivo, que permita encontrar oportunidades comerciales de la especie lenguado (*Paralichthys adspersus*).

Asimismo, la presente investigación tiene por finalidad: Determinar el Mercado de Lenguado tanto para Lima Metropolitana como para la Provincia Constitucional del Callao, del mismo modo, evaluar las razones de consumo en términos de Beneficios y Barreras del mismo para el público objetivo.

Asimismo, el presente estudio pretende evaluar e investigar la Demanda Potencial del lenguado (*Paralichthys adspersus*), y aspectos relacionados a la oferta actual.

Del mismo modo, se plantea conocer aspectos asociados a los productos sustitutos así como al conocimiento de la existencia de piscigranjas del lenguado.

De esta manera, este informe, plasma los hallazgos productos del análisis de las cifras sobre la materia y de los resultados de las entrevistas a diferentes representantes del canal de distribución, así como de los Focus Groups aplicados a consumidores del lenguado (*Paralichthys adspersus*). Así mismo, se toman como base las cifras de Abastecimiento de Recursos Hidrobiológicos en los Mercados Mayoristas Pesqueros de Villa María del Triunfo, Ventanilla y Minka, según Reporte diario de ingresos elaborado por el Ministerio de la Producción así como la Oficina de Estadística del IMARPE, lo cual complementa el análisis cualitativo (entrevistas y focus groups) realizado. Además este análisis se complementa con otras fuentes de información que se han desarrollado mediante investigación de gabinete.

Es así como, para el logro de los objetivos trazados, se han desarrollado las siguientes actividades:

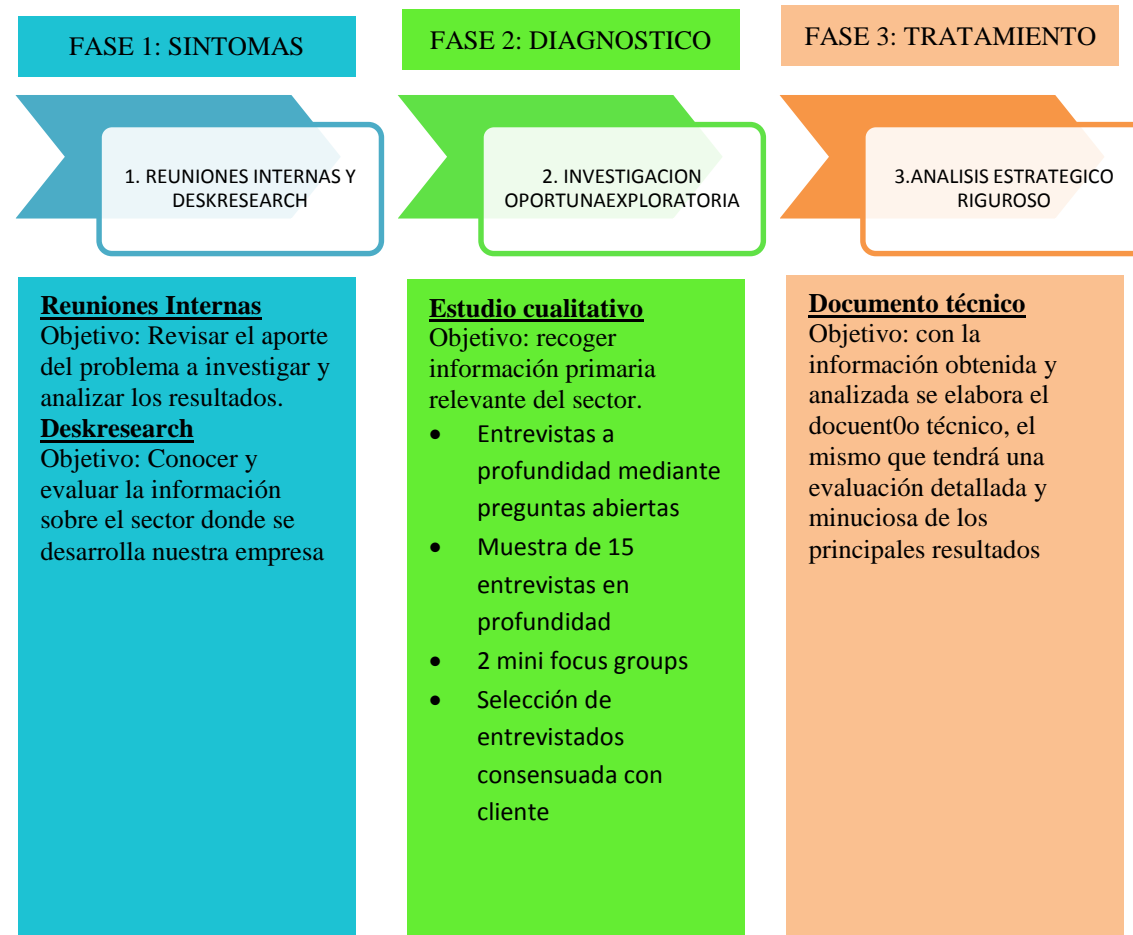
- Estudio de Escritorio con el fin de conocer el macro entorno del sector.
- Estudio Exploratorio Cualitativo - Entrevistas en profundidad a Líderes del Sector (Stakeholders) que permitan conocer las expectativas del sector de acuicultura.
- Estudio Exploratorio Cualitativo – Entrevistas en profundidad, con preguntas abiertas, a los diferentes involucrados con los productos en evaluación: como son: Mayoristas, Comerciantes, dueños de restaurante, Chefs, Asesores de restaurantes de hoteles, Personal de Supermercado, heavy consumer, productor.
- Estudio Exploratorio Cualitativo – Focus Group dirigido a consumidores finales de los productos en evaluación.
- Análisis Estadístico que permita estimar la Demanda Potencial de las especies en evaluación.

## 2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

A continuación presentamos un esquema grafico que resume diseño de investigación:

Para el cumplimiento de los objetivos planteados se ha empleado la técnica de un proyecto de corte M3, es decir que sea Multifásico, Multidimensional y Multidisciplinario

**Grafico N° 2.1: Diseño del Estudio**



## 2.2. EVALUACIÓN DEL SECTOR PESQUERO Y ACUICULTURA:

### 2.2.1. ANÁLISIS MACROENTORNO DEL SECTOR:

Con fines de tener una apreciación de lo que se da en el Sector pesquero y en particular en el sector acuicultura presentamos el siguiente cuadro que resume los principales hallazgos obtenidos en el estudio de fuentes secundarias:

FUERZAS POLITICAS /LEGALES	FUERZAS ECONOMICAS	FUERZAS SOCIALES /CULTURALES Y DEMOGRAFICAS	FUERZAS TECNOLOGICAS Y CIENTIFICAS	FUERZAS ECOLOGICAS Y MEDIO AMBIENTE	COMPETITIVIDAD
<p><b>OPORTUNIDAD:</b> La Ley 757 regula y protege la inversión privada.</p> <p><b>OPORTUNIDAD:</b> Ley 27460 que es la Ley de la Promoción y Desarrollo de la Acuicultura.</p> <p><b>OPORTUNIDAD:</b> Adecuado aprovechamiento de tratados y acuerdos comerciales en general.</p> <p><b>AMENAZA:</b> Inestabilidad Política.</p>	<p><b>OPORTUNIDAD:</b> Estabilidad económica nacional y mantenimiento de inflación.</p> <p><b>OPORTUNIDAD:</b> Mantenimiento del poder adquisitivo en los países demandantes de productos acuícolas peruanos.</p>	<p><b>OPORTUNIDAD:</b> La población peruana reconoce a nivel general la calidad las especies marinas del país.</p> <p><b>OPORTUNIDAD:</b> Ya existen productos acuícolas que tienen relativo éxito como son la trucha, paiche, langostinos y concha de abanico.</p> <p><b>OPORTUNIDAD:</b> El boom gastronómico que vive el país va permitir el incremento de la Demanda de mayor cantidad de especies marinas.</p>	<p><b>OPORTUNIDAD:</b> Existen experiencias exitosas de cultivo de otros tipos de lenguado en el extranjero, cuya tecnología podría aprovecharse para adaptarla a la especie de lenguado nativo.</p> <p><b>AMENAZA:</b> El Perú requiere de tecnología para implementar centros acuícolas de lenguado,</p> <p><b>AMENAZA:</b> En el Perú no se destina un presupuesto suficiente para realizar investigación científica permanente sobre la acuicultura de lenguado. Todas son iniciativas privadas que tienen limitado presupuesto.</p>	<p><b>OPORTUNIDAD:</b> El Ministerio de Ambiente está difundiendo la importancia sobre el cuidado del medio ambiente.</p> <p><b>AMENAZA:</b> Empresarios no dan debida importancia al tema medio ambiente.</p> <p><b>OPORTUNIDAD:</b> El Perú tiene un buen clima que permite desarrollar diversas especies nativas.</p>	<p><b>AMENAZA:</b> El Perú tiene una debilidad en infraestructura, debe mejorar carreteras, accesos, servicios, etc.</p> <p><b>OPORTUNIDAD:</b> El Ministerio de Producción gestiona fondos de inversión de proyectos innovadores y es una oportunidad para promover la acuicultura de diversas especies.</p>

### Evaluación de Oportunidades y Amenazas del Sector Acuicultura:

A continuación presentamos la siguiente tabla que nos ayuda a diferenciar las oportunidades y amenazas del sector.

En esta tabla se presenta un peso que es la distribución de la importancia de oportunidad y amenaza respecto a un total de 100%.

Asimismo, se considera un puntaje, el cual va de una escala de 1 a 4 donde, 1 significa amenaza mayor, 2 significa amenaza menor, 3 oportunidad menor y 4 significa oportunidad mayor.

### OPORTUNIDADES

	PESO	PUNTAJE	PONDERACIÓN
1. La Ley 757 regula y protege la inversión privada.	0.05	4	0.20
<b>2. Ley 27460 que es la Ley de la Promoción y Desarrollo de la Acuicultura</b>	<b>0.07</b>	<b>4</b>	<b>0.28</b>
3. Adecuado aprovechamiento de tratados y acuerdos comerciales en general	0.03	3	0.09
4. Estabilidad económica nacional y mantenimiento de inflación	0.05	3	0.15
5. Mantenimiento del poder adquisitivo en los países demandantes de productos acuícolas peruanos	0.03	3	0.09
<b>6. La población peruana reconoce a nivel general la calidad las especies marinas del país</b>	<b>0.08</b>	<b>4</b>	<b>0.32</b>
7. Ya existen productos acuícolas que tienen relativo éxito como son la trucha, paiche, langostinos y concha de abanico.	0.1	4	0.40
<b>8. El boom gastronómico que vive el país va permitir el incremento de la Demanda de mayor cantidad de especies marinas</b>	<b>0.12</b>	<b>4</b>	<b>0.48</b>
9. Existen experiencias exitosas de cultivo de otros tipos de lenguado en el extranjero, cuya tecnología podría aprovecharse para adaptarla a la especie de lenguado nativo	0.05	4	0.20
10. El Ministerio de Ambiente está difundiendo la importancia sobre el cuidado del medio ambiente	0.03	3	0.09
<b>11.El Ministerio de Producción gestiona fondos de inversión de proyectos innovadores y es una oportunidad para promover la acuicultura de diversas especies</b>	<b>0.09</b>	<b>4</b>	<b>0.36</b>
<b>EVALUACION OPORTUNIDADES</b>			<b>2.66</b>

## AMENAZAS

	PESO	PUNTAJE	PONDERACIÓN
1. Inestabilidad Política.	0.03	2	0.06
2. El Perú requiere de tecnología para implementar centros acuícolas de lenguado, camarón de río.	0.10	1	0.10
3. Empresarios no dan debida importancia al tema medio ambiente.	0.02	2	0.04
4. En el Perú no destina un presupuesto para realizar investigación científica permanente sobre la acuicultura de lenguado, y camarón de río. Todas son iniciativas privadas que tienen limitado presupuesto..	0.07	1	0.07
5. El Perú tiene una debilidad en infraestructura, debe mejorar carreteras, accesos, etc.	0.08	1	0.08
<b>EVALUACION AMENAZAS</b>			<b>0.35</b>
<b>EVALUACIÓN GLOBAL: 3.01 - ESCALA: 1: AMENAZA MAYOR A 4 OPORTUNIDAD MAYOR</b>			

La matriz EFE contiene 17 factores determinantes de éxito, 11 oportunidades y 5 amenazas, el cual da un valor de 3.01 lo cual ubica al sector de acuicultura en un contexto de **oportunidad menor**. Asimismo, se debe resaltar que las oportunidades mayores se dan por el lado del boom gastronómico que vive el país va permitir el incremento de la Demanda de mayor cantidad de especies marinas, El Ministerio de Producción gestiona fondos de inversión de proyectos innovadores y es una oportunidad para promover la acuicultura de diversas especies y La población peruana reconoce a nivel general la calidad las especies marinas del país.



### **2.2.2. EXPECTATIVAS DEL SECTOR ACUICULTURA**

Para el presente estudio de mercado, se entrevistó un grupo de stakeholders (representantes de los diferentes grupos de interés relacionados al tema en investigación), entre ellos a líderes de opinión, personal de supermercados, asesores de hoteles, chefs, dueños de restaurantes, consumidores heavy, productor de camarón, de ellos. Según las entrevistas en profundidad realizadas a especialistas en el tema de acuicultura, consideran que el futuro debe orientarse hacia la acuicultura.

Las principales razones para orientarse es que debería ser una actividad orgánica y ecológica.

Del mismo modo, los entrevistados tienen la percepción que el sector acuicultura crecerá y los factores determinantes de estas perspectivas de desarrollo son:

- El clima del Perú.
- La creciente demanda interna.
- La economía peruana que sigue creciendo,
- Las políticas públicas que viene dando el gobierno.
- Y el boom gastronómico que impulsa a consumo de especies marinas.

Por otro lado, los entrevistados reconocen que aún existen barreras o debilidades en este sector de acuicultura como son:

- El sector requiere de infraestructura para ser competitivo en el mercado,
- Las empresas que se dedican a la acuicultura deben contar o modernizar su sistema de frío.
- Fortalecer y tener mayor presencia y Soporte Institucional.

Asimismo, los entrevistados consideran que en el Perú van a aumentar las temporadas de veda para diversas especies, y esto se debe a que no se está dando una renovación del ambiente natural de las especies.

Por último, los expertos recomiendan orientarse en especies que ya tienen éxito y mercado como son: la trucha, el paiche, tilapia, langostinos y conchas de abanico.

Respecto a la acuicultura del lenguado, los entrevistados tienen desconfianza debido a que se debe lograr mejoras en tecnología, conocimiento y permisos que se requieren.

<b>PERSONAS ENTREVISTADAS</b>		
<b>N°</b>	<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>
1	David Mendoza	Especialista - Ministerio de la Producción
2	Álvaro Lopez Denegrí	Asesor hoteles y Supermercados
3	Corina Devescovi	Dueña - La Rana Verde
4	Carlos Alberto Sotomayor	Ingeniero Pesquero, dueño del Restaurante Mar y Punto y pescadería
5	Kathy Sanchez	Consumidor frecuente
6	Nellida León DNI 25558745	Consumidor frecuente
7	Paul Baltazar	Biólogo, profesor y encargado del Centro de Investigaciones Acuícolas de Calango (CIAC) de la Universidad Científica del Sur
8	Victoria Minaya	Chef y Encargada de compras de Restaurante Canta Rana
9	Roberto Sanchez	Restaurante Gabriel
10	Varios	Encargados de Venta de pescado Supermercados
11	July Montoya	Ingeniera Pesquera
12	Luis Ruesta	Consumidor frecuente
13	-	Puesto Dayana- Minka
14	Jaime Zarate	Mayorista Terminal VMT
15	Manuel Rojas	Mayorista Terminal VMT
16	Luis Gómez	Mayorista Terminal VMT

## 2.3. Aspectos asociados al Lenguado

### 2.3.1. CALIDAD DE PRODUCTOS MARINOS

En este primer tema de la calidad de las especies marinas, el estudio exploratorio, nos ha permitido, aceptar la opinión consensuada de los entrevistados. Ellos consideran que nuestro país es bendecido por cantidad y calidad de las especies marinas, dado que tenemos especies de carne negra rica en Omega 3 y especies de carne blanca que son considerados pescados finos y tienen un exquisito sabor.

Opinión de cada Stakeholder	Percepción de Calidad	Rankings de Mejores Pescados
<b>Percepción de los Consumidores:</b>	<b>RECONOCEN CALIDAD.</b> Los consumidores destacan una variedad de pescados que ofrece nuestro mar. Reconocen que esta diversidad permite elaborar diversos platos de comida, que son aceptados por su entorno cercano	Respecto a este tema destacan las siguientes especies: Lenguado, Corvina, Cojinova, Mero.
<b>Percepción de Especialistas (Ingenieros Pesqueros):</b>	<b>TIENEN OMEGA 3:</b> Consideran que el pescado peruano es uno de los mejores, ya sea por su sabor o textura, y esto se debe a la naturaleza de nuestros mares. Sin embargo, se debe cuidar la extracción, de lo contrario va haber más temporadas de veda.	En carne negra destacan: Anchoveta, jurel y bonito. Y esto por el Omega 3. En carne blanca o gourmet, destaca el lenguado, corvina, mero.
<b>Percepción de Personal que labora en restaurante:</b>	<b>VERSATILIDAD.</b> Los entrevistados consideran que la variedad de pescados permite tener una oferta de platos para los comensales: destacan: los ceviches, chicharrones, etc.	En primer lugar el lenguado por su agradable sabor y en segundo lugar la corvina y chita, los dos últimos llegan poco a los mercados.
<b>Percepción de Chefs y Asesor de restaurante de Hoteles:</b>	<b>MUY BUENO.</b> El entrevistado menciona que el hecho que nuestras playas sean de color verde ayuda a tener buenas especies marinas. Sin embargo, manifiesta que en el Perú no existe la mentalidad de cuidado de especies y cuidado del medioambiente.	Respecto a este tema, el entrevistado considera que cada pescado tiene su característica y depende del plato que se vaya a preparar. Por ejemplo para ceviche fino recomienda lenguado, para fritura recomienda chita.

**Calidad de Productos Marinos (Cont.)**

Opinión de cada Stakeholder	Percepción de Calidad	Rankings de Mejores Pescados
<b>Percepción de los Mayoristas:</b>	<b>RECONOCEN CALIDAD.</b> Los entrevistados reconocen que nuestro mar ofrece una variedad interesante de pescados de calidad. Sin embargo, no se puede determinar que pescados van arribar al terminal. Por ello, deben trabajar con varios proveedores de diferentes puertos.	Respecto a este tema destacan las siguientes especies: Lenguado, Corvina, Mero.
<b>Percepción de Comerciantes</b>	<b>VARIEDAD:</b> Consideran que nuestro mar nos ofrece variedad de pescados. Sin embargo, la entrevistada piensa que los pescadores solo se preocupan por traer pescados económicos y masivos como son el bonito y el perico. La entrevistada sugiere que se incremente la productividad de pescados finos.	La entrevistada sugiere que hay pescado para cada plato. Sin embargo considera que los mejores pescados son: Mero, ojo de uva, lenguado, corvina y cojinova.
<b>Percepción de Personal que labora en Supermercado</b>	<b>BUEN PRODUCTO.</b> Los entrevistados manifiestan que nuestro mar tiene las mejores especies y son tan buenos como los productos reconocidos como el salmón.	En primer lugar el lenguado por su agradable sabor y en la corvina, cojinova y mero respectivamente.

***Conclusión:*** “Para todos los actores involucrados en el sector, existe un consenso que nuestro mar tiene excelentes especies. Asimismo, para todos los entrevistados, el lenguado es un pescado fino de carne blanca que por su sabor es considerado dentro del ranking de mejores pescados peruanos”.

### 2.3.2. OPINIÓN DEL LENGUADO DESDE LA ÓPTICA DE DIFERENTES ACTORES

El estudio cualitativo nos permite entender las percepciones que los diferentes actores sobre nuestros temas de interés, en ese sentido, en esta oportunidad hemos elaborado una tabla que nos permita resumir las principales opiniones que se han recogido sobre la especie lenguado.



Opinión de cada Stakeholder	OPINION DEL LENGUADO
<b>Percepción de los Consumidores:</b>	<p><b>PESCADO FINO.</b> Se debe comprar y comer en el momento. Tiene carne blanca y no deja el sabor en la boca típico de un pescado. Es un pescado con el que se puede elaborar diferentes platos.</p> <p>Y debido al precio del lenguado, los entrevistados, prefieren darse un gusto comiendo en un restaurante.</p>
<b>Percepción de Especialistas (Ingenieros Pesqueros):</b>	<p><b>SON DEMERSALES, viven y se desplazan cerca del fondo marino.</b> Se puede considerar un pescado gourmet, el cual es consumido principalmente por personas de niveles socioeconómicos altos (NSE A/B).</p> <p>Es de los mejores porque tiene un agradable sabor.</p>
<b>Percepción de Personal que labora en restaurante:</b>	<p><b>IDEAL PARA CEVICHE.</b> Los entrevistados consideran que el color blanco, la textura y el agradable sabor del lenguado lo convierten en la especie ideal para preparar nuestro plato bandera.</p> <p>El lenguado también se prepara frito y se busca especies que calcen en el plato.</p>
<b>Percepción de Chefs y Asesor de restaurante de Hoteles:</b>	<p><b>MUY BUENO.</b> El entrevistado menciona que el lenguado permite corte de 2cm ideal para ceviche.</p> <p>Asimismo considera que los lenguados que proceden de Sur o Norte Chico son mejores dado que tienen el lomo grueso, lo cual es rendidor y permite obtener mejores cortes de filetes.</p>

**Opinión del Lenguado (Cont.)**

Opinión de cada Stakeholder	OPINION DEL LENGUADO
<b>Percepción de los Mayoristas:</b>	<p><b>PESCADO FINO.</b> Es un pescado fino, por su color, calidad y sabor.</p> <p>Además es un pescado rendidor, sobretodo en presentación de filete, llegando alcanzar 50% filete, superior a otro pescado fino.</p> <p>Asimismo, considera que el pescado de Sur y Norte Chico son los mejores, atribuyendo al tiempo que se toma de llegar al muelle al terminal pesquero.</p>
<b>Percepción de Comerciantes:</b>	<p><b>BUENA TEXTURA Y BUEN SABOR.</b> Menciona que suele vender el lenguado entero, para que los clientes aprovechen la cabeza y el espinazo.</p> <p>Además es un pescado que no tiene muchas vísceras y por ello, es muy rendidor. Por ser un pescado fino, se malogra muy rápido.</p>
<b>Percepción de Personal que labora en Supermercado:</b>	<p><b>PESCADO FINO.</b> Los entrevistados consideran que el lenguado es un pescado fino por su color y brillo y es ideal para ceviche.</p> <p>Asimismo, consideran que los lenguados que son de zona limpia (mar profundo) tienen mejor sabor.</p> <p>Por último consideran que el lenguado no es accesible a la mayoría de las personas y esto a su elevado precio. En Wong el kilogramo de filete de lenguado esta S/ 157.0.</p>

**Conclusión: Para todos los actores involucrados en el sector, consideran que:**

- ***El lenguado fino “tipo gourmet” que es de carne blanca y tiene un agradable sabor,***
- ***Se puede preparar en diferentes platos como ceviche, frito, etc.***
- ***Por último consideran que el lenguado no es accesible para la mayoría de las personas y ello, por su elevado precio.***

### **3. DETERMINACION Y ANALISIS DE LA DEMANDA**

#### **3.1. Estimación Cuantitativa**

Si bien es cierto la demanda está atendida por la oferta existente, también es cierto que existe un gran potencial, esto en el conocimiento que año a año se abren nuevos locales especializados en comida marina, que podrían ser consumidores potenciales de esta especie.. Los principales compradores de lenguado son los supermercados y los restaurantes.

Existe una demanda insatisfecha por la especie, todo lo que se pesca, se comercializa.

La venta de lenguado en los terminales es de forma entera, por ello, los principales compradores (supermercados y restaurantes) de esta especie suelen comprar entero el lenguado porque en sus centros suelen filetear el producto.

La captura no tiene estacionalidad, en los terminales en cualquier época se encuentra la especie. Es importante notar que esa oferta no es estable año a año.

Cuando el lenguado se pesca, llega a los muelles y de allí se dirige a los terminales pesqueros, principalmente el de Villa María, y en ese día se vende el producto. Por las características del producto y lo fino que es la carne de lenguado, este producto no permanece congelado mucho tiempo (Máximo dos días)

Los consumidores prefieren consumir el lenguado principalmente en los restaurantes, dado que perciben que el lenguado es un producto gourmet y sienten que tiene mejor rendimiento cuando compran en un restaurante.

En este sentido, tomando en cuenta que de los últimos 15 años, el año de mayor captura/desembarque fue 2003 con 466 Toneladas, y tomando en cuenta solamente que el crecimiento poblacional de ese año al 2012 fue de 1.3% en promedio por cada año, tendríamos que el mercado potencial equivaldría aproximadamente a 524 Toneladas para el año 2012, y si a esto deducimos la captura de ese año (461 toneladas, la segunda más alta del período en estudio), tendríamos una demanda insatisfecha de 63 Toneladas, la cual estimamos es bastante conservadora, la misma que seguramente con el análisis de otras variables, podrá verse incrementada.

La evolución de la demanda de la forma calculada en el párrafo anterior la encontramos en la tabla N° 3.1

Dicha Tabla N° 3.1, nos muestra que desde el año 2003 (año de mayor producción), hasta el 2012 ha existido una demanda insatisfecha de Lenguado, la misma que llegó a ser de 349 TM en el año 2011, la que representa el pico más bajo en dicho período. La proyección de la demanda al 2021 será de 588 TM.

**Tabla N° 3.1: Calculo de la Demanda en función del incremento poblacional del 1.3% anual (año 2003)**

Año	Demanda	Oferta (Captura)	Demanda Insatisfecha
2003	466	466	0
2004	472	413	59
2005	479	243	236
2006	485	302	183
2007	491	204	287
2008	497	153	344
2009	504	234	270
2010	510	288	222
2011	517	168	349
2012	524	461	63
2013	531		
2014	537		
2015	544		
2016	552		
2017	559		
2018	566		
2019	573		
2020	581		
2021	588		

Fuente: Elaboración Propia

### **3.2. Estimación Cualitativa – Basada en Pregunta Abierta**

El estudio cualitativo contemplo una interrogante que permitía evaluar la percepción de mayor compra/consumo de lenguado, si este incrementaba la producción.

**Pregunta:**

**” ¿Usted cree que si trae más lenguado al mercado, el público compraría en mayor medida este producto? ¿Por qué dice eso?”**



Opinión de cada Stakeholder	RESPUESTA DE PUBLICO OBJETIVO
Percepción de los Consumidores:	<b>SI compraría más el producto.</b> Eso sí debe bajar el precio
Percepción de Especialistas (Ingenieros Pesqueros):	<b>SI compraría más el producto.</b> Sin embargo si queremos masificar el consumo se debe bajar el precio de venta.
Percepción de Personal que labora en restaurante:	<b>SI compraría más el producto.</b> Sin embargo eso va depender del precio del producto, lo ideal es que al existir mayor producción debería bajar el precio.
Percepción de Chefs y Asesor de restaurante de Hoteles:	<b>SI compraría más el producto.</b> Sin embargo eso debería ir con bajar el precio del pescado, de lo contrario seguiría siendo un pescado caro.
Percepción de los Mayoristas:	<b>SI compraría más el producto.</b> Sin embargo eso va depender de lo que logre pescar en la playa. Igual ellos venden todo el lenguado que llega al terminal.
Percepción de Comerciantes:	<b>SI compraría más el producto.</b> Sin embargo los que comprarían más serían los restaurantes y hoteles.
Percepción de Personal que labora en Supermercado:	<b>SI compraría más el producto.</b> Sin embargo los que comprarían más serían las personas de mayor poder adquisitivo.

**Conclusión:**

***A nivel general existe un consenso que si se incrementa producción de pescado, se comercializaría todo el pescado, eso sí, debería ir aunado con una baja en el precio de venta del producto.***

De acuerdo con lo observado, toda la cantidad ofertada de Lenguado (*Paralichthys adspersus*) es vendida, por lo que podemos decir que se encuentra insatisfecha. Siendo en la actualidad, la demanda igual a la oferta y está limitada por esta.

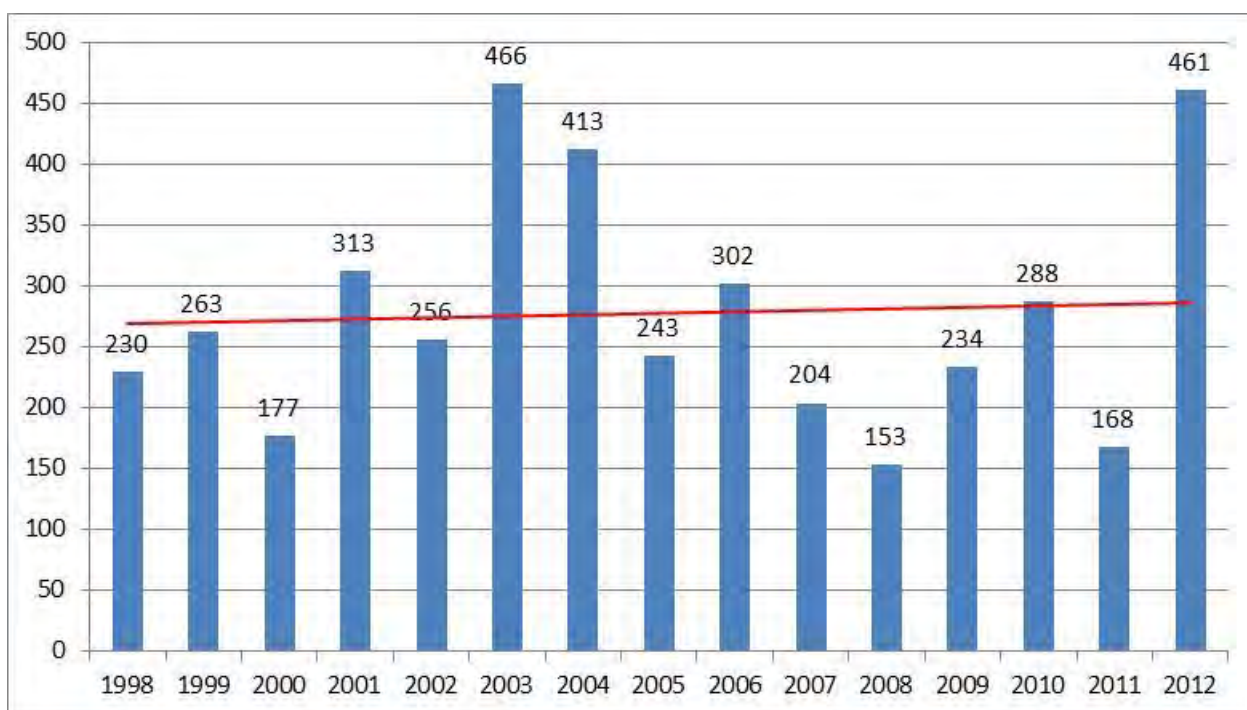
Se observó en el estudio de campo que si existiera una mayor cantidad de producto ofertado, la que constituye la demanda potencial. Dicha demanda potencial se satisface hasta el límite máximo de la cantidad ofertada potencial, la cual analizaremos en próximo punto.

## 4. DETERMINACION Y ANALISIS DE LA OFERTA

### 4.1. Oferta Actual

La oferta del Lenguado (*Paralichthys adspersus*), se concentra en la captura que pueda tenerse del mismo, en este sentido se ha podido determinar, en base a información histórica que en los últimos quince años esta ha sido bastante variable y baja con respecto a otras especies, tal como se muestra en el Grafico N° 4.1.

**Gráfico N° 4.1: Captura de Lenguado (*Paralichthys adspersus*) en Toneladas Métricas**



FUENTE: Empresas Pesqueras, DIREPRO. Elaboración Propia

De lo que se observa del Grafico N° 4.1, el abastecimiento muestra una proyección lineal estable para este período de tiempo, habiéndose mantenido el promedio en los niveles de captura en los últimos 15 años, pero las variaciones año a año puede ser bastante altas, haciendo que la disponibilidad de la oferta de esta especie sea bastante inestable y poco confiable. En este sentido es que para contrarrestar este efecto se han encontrado una serie de productos sustitutos que seguirán siendo materia de análisis en este estudio de mercado.

La oferta acuícola es aún muy pequeña y no debe llegar al 1% de lo que se captura. No obstante dado la variabilidad en la captura, será muy interesante el poder contar con una producción acuícola constante de esta especie.

En el Perú, se han realizado experiencias de cultivo e investigaciones con la especie local (*Paralichthys adspersus*), siendo estos realizados en los laboratorios del IMARPE, en las instalaciones del Centro de

Acuicultura de Morro Sama – Tacna por parte de FONDEPES, así como también por empresas privadas como es Pacific Deep Frozen en la zona de Huarmey

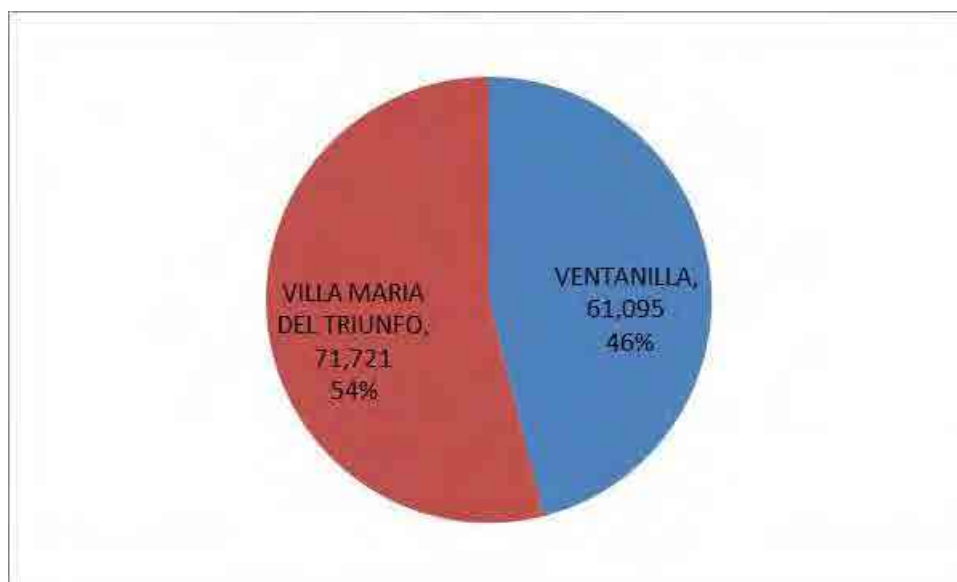
Se ha tenido conocimiento de una experiencia de inversionista coreanos, en iniciar un proyecto de acuicultura con esta especie, dado que no pudieron introducir la especie asiática (“hirame”).

#### **4.2. Oferta por Zona Geográfica**

El abastecimiento del Lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao, se hace a través de los Terminales Pesqueros: Villa Maria de Triunfo, Ventanilla (Callao) y en menor medida Minka (Callao), los cuales concentran casi toda la oferta formal de productos hidrobiológicos, destinada a Lima y Callao, y abastecen a los demás establecimientos de la siguiente manera:

- Las cifras oficiales solo reportan cantidades comercializadas en el Terminal de Minka hasta el 2010.
- Del total de los 132'816 TM de productos hidrobiológicos comercializados en el 2013, de acuerdo al Reporte diario de ingreso al Mercado Mayorista Pesquero de Multimercados Zonales, elaborado por PRODUCE-OGTIE-Oficina de Estadística, según se muestra en el Grafico N° 4.2, por terminal, volumen de comercialización (TM) y porcentaje de participación.

**Gráfico N° 4.2: Participación en Volumen Comercializado (TM), por Terminal Pesquero**



Fuente: PRODUCE. Elaboración Propia

- La venta de todas las especies se realiza a través de los mayoristas, que se concentran en estos Mercados o Terminales.
- Los mayoristas están especializados por especie, puerto de llegada o zona del país.
- Acuden ahí a abastecerse los supermercados, minoristas y restaurantes.
- Los supermercados están concentrados en el Terminal de Villa María del Triunfo.

- Existen algunos intermediarios que son abastecidos sin acudir a los Mercados Mayoristas, esto se da especialmente en restaurantes cerca de las zonas costeras (Sur de Lima y Callao)

### 4.3. Oferta Potencial

#### Estimación Cuantitativa – Basada en Información secundaria

Con fines de **estimar la Demanda de lenguado de forma exploratoria y experimental**, emplearemos información secundaria obtenida de Anuario Estadístico de Pesca.

En ese sentido emplearemos la técnica de regresión para estimar la demanda de Lenguado.

#### Teoría Estadística

Con fines de estimar la Demanda de Lenguado asumiremos que esta está en función de los productos sustitutos naturales (corvina y cojinova) y sustitutos irregulares (lisa y perico) emplearemos el análisis de regresión múltiple.

El Análisis de Regresión Múltiple es una técnica estadística que permite lo siguiente:

- Encontrar modelo matemático que permita explicar una variable independiente en función de otras variables
- identificar que variable regresora o independiente es importante para explicar el comportamiento de la variable dependiente.

El Análisis de Regresión Lineal Múltiple nos permite establecer la relación que se produce entre una variable dependiente  $Y$  y un conjunto de variables independientes ( $X_1, X_2, \dots, X_k$ ). El análisis de regresión lineal múltiple, a diferencia del simple, se aproxima más a situaciones de análisis real puesto que los fenómenos, hechos y procesos sociales, por definición, son complejos y, en consecuencia, deben ser explicados en la medida de lo posible por la serie de variables que, directa e indirectamente, participan en su concreción.

La anotación matemática del modelo o ecuación de regresión lineal múltiple es la que sigue:

$$Y = a + b_{1x_1} + b_{2x_2} + \dots + b_{kx_k} + e$$
$$\bar{Y}$$
$$\text{presente} = a + b_{1\text{pasado}} + b_{2\text{futuro}} + e$$

en donde:

$Y$  es la variable a predecir;

$a, b_{1x_1}, b_{2x_2}, \dots, b_{kx_k}$  son parámetros desconocidos a estimar;

$e$  es el error que cometemos en la predicción de los parámetros.

Para nuestro estudio la variable dependiente será la extracción de lenguado en toneladas (TM) y las variables independientes serán las variables extracción de cojinova, corvina, lisa y perico.

### **Datos Iniciales - Fuente Anuario Estadística Pesca 2012**

Producción de Especies - Anuario Estadístico de Pesca 2012						
DATA INICIAL						
Año	Tiempo	Lenguado	Corvina	Cojinova	Lisa	Perico
2003	1	466	7	1472	19137	35651
2004	2	413	1009	2361	12121	31456
2005	3	243	774	867	6975	37078
2006	4	302	1767	261	4233	33755
2007	5	204	2380	630	10549	35333
2008	6	153	429	764	16185	49473
2009	7	234	457	453	18595	57153
2010	8	288	377	314	10779	53359
2011	9	168	774	638	13335	43688
2012	10	624	514	1105	18638	42347
Estadísticos						
Media		310	849	887	13055	41929
Mediana		266	644	701	12728	39713
Desv Std		149	715	634	5119	8854
Coef. Var.		48%	84%	71%	39%	21%

Al observar los datos encontramos que existe una alta dispersión en los pescados lenguado, corvina y cojinova, para ello, primero realizaremos un análisis de consistencia a la data inicial, eliminado los “valores atípicos” por el valor de la mediana.

### **Resultados del análisis del modelo de regresión:**

#### *Análisis de Correlación Múltiple*

Variables	Correlación con la Variable Producción de Lenguado
Producción Corvina	Correlación 0.72, Conclusión es significativa
Producción Cojinova	Correlación 0.91, Conclusión es significativa
Producción Lisa	Correlación 0.95, Conclusión es significativa
Producción Perico	Correlación 0.91, Conclusión es significativa
Tiempo	Correlación 0.84, Conclusión es significativa

Esto nos permite emplear estas variables en un modelo de regresión. Asumiremos un modelo sin intercepto.

**Análisis de Regresión Múltiple empleando programa SPSS.**

**Resumen del modelo**

Modelo	R	R cuadrado <sup>b</sup>	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,991 <sup>a</sup>	,983	,966	65,07924	,983	57,942	5	5	,000

a. Variables predictoras: perico, corvina, cojinova, tiempo, lisa

b. Para la regresión a través del origen (el modelo sin término de intersección), R cuadrado mide la proporción de la variabilidad de la variable dependiente explicado por la regresión a través del origen. NO SE PUEDE comparar lo anterior con la R cuadrado para los modelos que incluyen una intersección.

**ANOVA<sup>c,d</sup>**

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1227005,462	5	245401,092	57,942	,000 <sup>a</sup>
	Residual	21176,538	5	4235,308		
	Total	1248182,000	10			

a. Variables predictoras: perico, corvina, cojinova, tiempo, lisa

b. Esta suma de cuadrados total no se ha corregido para la constante porque la constante es cero para la regresión a través del origen.

c. Variable dependiente: lenguado

d. Regresión lineal a través del origen

**Coefficientes<sup>a,b</sup>**

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes tipificados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	tiempo	30,418	9,786	,534	3,108	,027
	corvina	-,003	,029	-,008	-,088	,934
	cojinova	,179	,042	,561	4,283	,008
	lisa	,022	,006	,904	3,476	,018
	perico	-,007	,003	-,920	-2,853	,036

a. Variable dependiente: lenguado

b. Regresión lineal a través del origen

Esto nos permite concluir que nuestro modelo matemático descriptivo y exploratorio es el siguiente:

$$\text{Lenguado} = 30,418 (\text{tiempo}) - 0,003 (\text{corvina}) + 0,179 (\text{cojinova}) + 0,022 (\text{lisa}) - 0,007 (\text{perico})$$

Asimismo si deseamos estimar la producción de lenguado para los próximos años y consideramos los coeficientes del modelo obtenido y las medianas de las producciones de cada especie de la data consistenciada, obtendremos los siguientes pronósticos:

**Estimación de la Producción de Lenguado para el año 2013 sería de 463 TM considerando los siguientes valores en el modelo matemático.**

Variables	Coefficiente de Modelo	Valores de las Variables en el modelo
Producción Corvina	<b>-0.003</b>	709
Producción Cojinova	<b>0,179</b>	733
Producción Lisa	<b>0,022</b>	13032
Producción Perico	<b>-0,007</b>	41030
Tiempo	<b>30.4</b>	11

**Y la estimación de la oferta de Lenguado para el año 2014 sería de 493 TM considerando los valores constantes de las otras variables en el modelo matemático.**

Si bien este modelo matemático nos permite estimar la producción de lenguado, se debe precisar que debido a la cantidad de datos (10 casos) es sólo referencial y experimental. Además, se deben considerar otras variables que no se encuentran en el modelo como son:

- El clima del Perú,
- las políticas públicas que viene dando el gobierno.
- El sector requiere de infraestructura para ser competitivo en el mercado,

Es importante tomar en cuenta que además, el cálculo bajo este método de años posteriores sería muy limitado por lo siguiente:

- Se manifestó que este modelo es experimental y exploratorio y por la cantidad de datos (obtenidos de fuentes públicas) nos vemos limitados, dado que los límites de errores son mayores y por teoría estadística requerimos al menos 30 casos para estimar un modelo descriptivo.
- Asimismo, una de las condiciones del pronóstico es que las variables regresoras se mantengan constantes y esta condición no necesariamente lo tenemos.

Por ello, si queremos desarrollar una estimación adecuada esta debería solo para los primeros dos años e incluso la estimación del pronóstico del último año debe incluir los valores oficiales de los datos de la producción de la especie anterior.

## 5. BALANCE OFERTA-DEMANDA

Como se indicó anteriormente, actualmente las cantidades demandas y ofertadas se encuentran en el mismo nivel, ya que esta última limita a la primera, sin embargo existe un potencial de crecimiento interesante, considerando que la demanda total se encuentra insatisfecha.

De tal manera, como se ha visto en los capítulos anteriores, la Demanda tiende a crecer más de lo que se estima que la Oferta crecería, aun con la consideración de cantidad de variables limitadas.

Aventurando un análisis, propenso a llevarnos a un error muy grande, dado la falta de rigor estadístico, y solamente con la finalidad de graficar la existencia de una demanda insatisfecha, tomaremos como referencia que la mediana de la oferta sea un indicador conservador de la oferta, y también podremos el escenario en donde lo pronosticado de oferta para el año 2014, se mantenga como captura para los siguientes años, lo cual significaría en base a lo observado en los últimos 10 años (2003 a 2012) un pronóstico de oferta optimista. Los resultados de dicho análisis se muestran en la Tabla N° 5.1.

**Tabla N° 5.1: Balance Oferta – Demanda (Escenarios)**

Año	Demanda	Oferta 1 (2014 Constante)	Oferta 2 (Mediana 2003-2014)	Demanda Insatisfecha 1	% Demanda Insatisfecha	Demanda Insatisfecha 2	% Demanda Insatisfecha
2003	466	466	466	0	0%	0	0%
2004	472	413	413	59	13%	59	14%
2005	479	243	243	236	49%	236	97%
2006	485	302	302	183	38%	183	61%
2007	491	204	204	287	58%	287	141%
2008	497	153	153	344	69%	344	225%
2009	504	234	234	270	54%	270	115%
2010	510	288	288	222	44%	222	77%
2011	517	168	168	349	68%	349	208%
2012	524	461	461	63	12%	63	14%
2013	531	463	463	68	13%	68	15%
2014	537	493	493	44	8%	44	9%
2015	544	493	295	51	9%	249	85%
2016	552	493	295	59	11%	257	87%
2017	559	493	295	66	12%	264	89%
2018	566	493	295	73	13%	271	92%
2019	573	493	295	80	14%	278	94%
2020	581	493	295	88	15%	286	97%
2021	588	493	295	95	16%	293	99%

Fuente: elaboración Propia



Del análisis de esta información se desprende que la Demanda insatisfecha viene creciendo año a año, llegando a ser en el año 2021 de entre 95 y 293 TM, tomando en cuenta las salvedades ya descritas.

## 6. ANALISIS DE PRECIOS Y MARGENES DE COMERCIALIZACION

En la actualidad los precios vienen determinados por la oferta y la demanda dada en los Terminales Pesqueros. La información obtenida para el período 2013 en Ventanilla se muestra en la siguiente tabla.

ABASTECIMIENTO DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS EN EL MERCADO MAYORISTA PESQUERO DE VENTANILLA														
SEGÚN PRINCIPALES ESPECIES: 2013														
Especie	Datos	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
LENGUADO	Kgs	4950	-	-	-	400	50	1600	450	1950	-	400	-	100
	Precio_Min	28	-	-	-	30	35	28	30	30	-	30	-	45
	Precio_Max	55	-	-	-	55	40	42	40	40	-	48	-	48

El precio mínimo por kilogramo de lenguado entero fue en Junio con S/. 28 y el máximo de S/. 55 en Abril según la tabla mostrada.

Es importante notar en que en el relevamiento hecho en la segunda semana de Diciembre se encontró lo siguiente en distintos supermercados:



Cabe notar que si bien es cierto se ofrecía como lenguado, el mismo correspondía a la especie denominada “Lengüeta”, la cual presenta un menor valor que según lo mostrado en la foto previa es de S/. 21.90 por kilogramo, según lo encontrado en el Supermercado Metro de Barranco.

En el caso de Supermercados, se muestra lo relevado en E. Wong, tanto para el pescado entero (S/. 67.90) como para el filete (S/. 129.90):



En el caso del Supermercado Totus, se encontró en oferta un filete de lenguado congelado de procedencia China, a S/. 18.90



Asimismo, de acuerdo a lo manifestado por los comerciantes del Terminal Pequero de Villa Maria del Triunfo, el margen promedio que obtienen por la comercialización de cada kilo de Lenguado es de S/. 1.00.

## OPINIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL LENGUADO DESDE LA ÓPTICA DE DIFERENTES ACTORES

**Lenguado Entero:**  
**S/ 62.99 por Kg.**



**Salmón Filete:**  
**S/ 55.99 por Kg.**



**Congrio Filete:**  
**S/ 49.99 por Kg.**



Fuente: Supermercado Tottus, Enero 2,015.

Opinión de cada Stakeholder	OPINION DEL PRECIO DE VENTA DEL LENGUADO
<b>Percepción de los Consumidores:</b>	<p><b>PRECIO POR LAS NUBES.</b> Reconocen la calidad del pescado, sin embargo, identifican que las limitantes son el precio de venta y la cantidad a comprar, es decir, si desean comprar dos kilogramos de filete deberían comprar en promedio cuatro kilogramos de lenguado entero.</p> <p>Ante esa situación, prefieren comer esta especie en un restaurante.</p>
<b>Percepción de Especialistas (Ingenieros Pesqueros):</b>	<p><b>PESCADO GOURMET.</b> Por la calidad y el precio de la especie, el lenguado es adquirido por restaurantes, hoteles que tienen como público objetivo a turistas y personas de niveles altos.</p>
<b>Percepción de Personal que labora en restaurante:</b>	<p><b>LO COMPRAN ENTERO.</b> Los entrevistados mencionan que suelen comprar lenguados enteros y lo transportan con hielo hacia su destino. Asimismo, mencionan dado la temporada de verano, tienen pedido de veraneantes del Sur, quienes pagan precio por el producto.</p> <p>Y por esta temporada suelen preparar platos fríos con esta especie.</p>
<b>Percepción de Chefs y Asesor de restaurante de Hoteles:</b>	<p><b>SON PROHIBITIVOS.</b> El Lenguado y la corvina son prohibitivos para la mayoría de las familias, con esos precios, mejor comes bife.</p>

### OPINIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL LENGUADO (CONT.)

Opinión de cada Stakeholder	OPINION DEL PRECIO DE VENTA DEL LENGUADO
Percepción de los Mayoristas:	<p><b>NO ES ECONOMICO Y PRECIO DE VENTA VARIA SEGÚN TAMAÑO.</b> El entrevistado clasifica a la especie y rango de precios, como se muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LENGUADO ENTERO GRANDE POR KG.: S/ 50.0 A S/ 60.0.</li> <li>• LENGUADO ENTERO MEDIANO POR KG.: S/ 40.0 A S/ 50.0</li> <li>• LENGUADO ENTERO PEQUEÑO POR KG.: S/30 A S/40.0</li> </ul> <p>Además es un pescado que se puede encontrar en todo el año, eso si la producción va depender de las condiciones climáticas y la extracción de otras especies.</p>
Percepción de Comerciantes:	<p><b>DEPENDE DEL TAMAÑO.</b> La entrevistada (comerciante de Minka) suele comprar el lenguado en el terminal de Villa María porque allí suele encontrar dicha especie a diferencia del terminal de Ventanilla.</p> <p>Asimismo, suele comprar lenguados de tamaños medianos, porque es más fácil de vender. El precio que suele cobrar por el precio de lenguado es de S/ 45.0 y sus principales clientes son restaurantes de la zona (Callao).</p>
Percepción de Personal que labora en Supermercado:	<p><b>PESCADO QUE TIENE ALTO PRECIO.</b> Los entrevistados consideran que el lenguado es un pescado fino y por su naturaleza se vende a personas de niveles socioeconómicos altos. En ese sentido, la empresa suele distribuir lenguado a las tiendas Wong que se ubican en lugares estratégicos como son Wong de Planicie, Wong de Aurora. Wong de Surquillo, Wong de Benavides.</p> <p>Asimismo, consideran que precio entero de lenguado es de S/ 77.50 por kilogramo y el filete es de S/ 157.0 el kg. Y todo lo que compran en el terminal lo suelen vender.</p>

**Conclusión:** Para todos los actores involucrados en el sector (entrevistas realizadas), consideran que:

- *El lenguado tiene un precio elevado, y que debería bajar el mismo para hacerlo más accesible a los comensales.*
- *Existe diferencia de precio según tamaño de la especie, llegando a tener un precio de S/ 60.0 el kilogramo de lenguado entero.*
- *Asimismo, los entrevistados consideran injusto que el precio de nuestro lenguado este tan alto y otras especies como el salmón que viene de lugares más alejados en filete tenga un mejor precio.*

## **7. PRODUCTOS SUSTITUTOS**

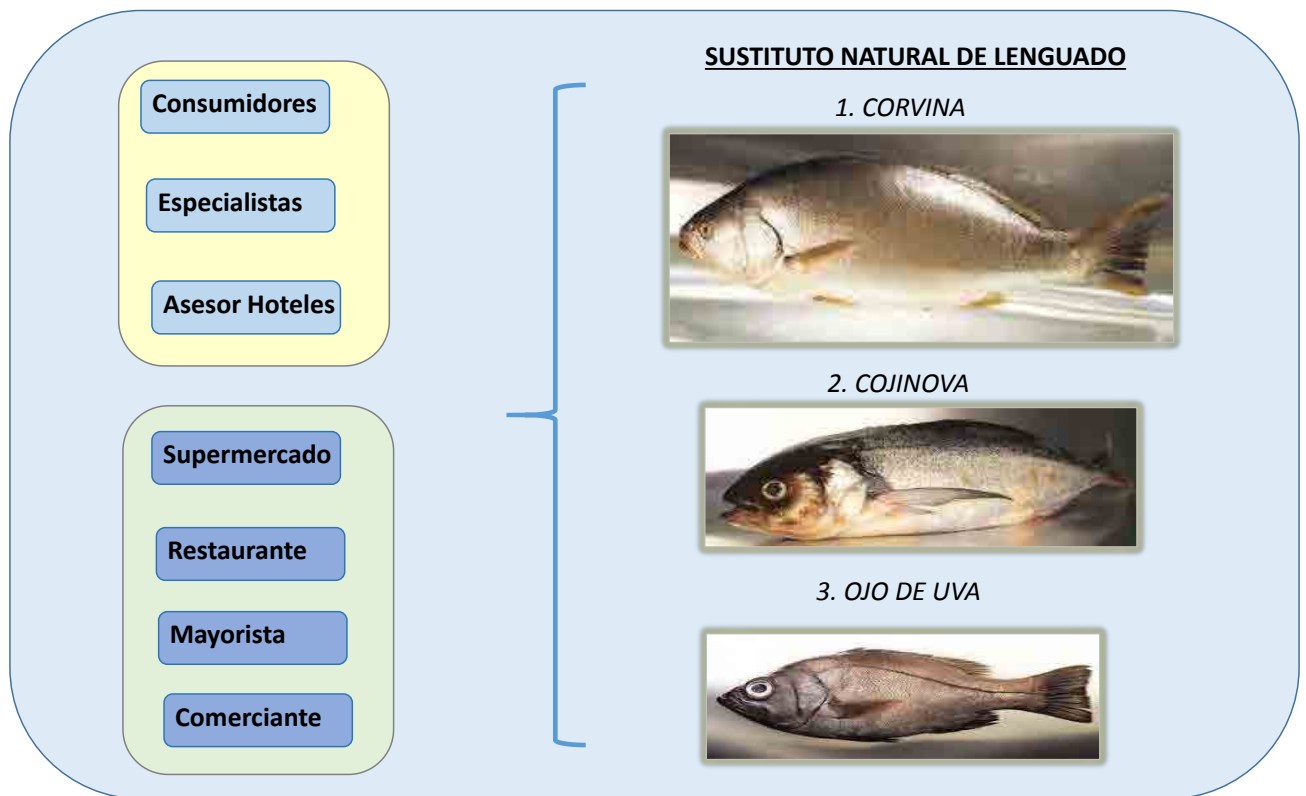
De acuerdo a las entrevistas del estudio de campo, existen en el mercado de Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao, según se toma de las entrevistas y focus group, dos tipos de sustituto para el Lenguado. Formalmente los restaurantes y comercializadores ofrecen, cuando la oferta de Lenguado es menor, otras variedades de características organolépticas y rango de precios similares. Estos sustitutos son: el Mero, Perico, Mero, Ojo de Uva, Lenguado, Corvina, Cojinova, Pez Vela, entre otro.

Por otro lado, hay otro tipo de “sustitutos” que los malos comerciantes y restaurantes inescrupulosos hacen pasar por Lenguado. Estos la carne de estos sustitutos tienen características similares a las del lenguado y se presentan en filete o ya preparados, pero sus precios son bastante más bajos que los del verdadero lenguado. Algunas de las variedades que se hacen pasar por Lenguado son: Lengüeta, Camotillo, Carajillo y la Lisa.

### **OPINIÓN DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS DEL LENGUADO DESDE LA ÓPTICA DE DIFERENTES ACTORES**

El estudio exploratorio ha permitido detectar que existen dos competencias al lenguado. La primera competencia la denominaremos Sustitutos Naturales que son especies tienen carne de color blanca, y un agradable sabor. La segunda competencia la denominaremos Sustitutos irregulares que se caracterizan por ser pescados de carne blanca y que tienen un menor precio y lo venden como lenguado. Ambos productos se pueden encontrar en los terminales, en especial el terminal de Villa María.

A continuación presentamos un ranking de las especies consideradas Sustitutos Naturales de lenguado la misma que ha sido consensuada por los diversos actores.





### OPINIÓN DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS DEL LENGUADO (CONT.)

Respecto a la Competencia Irregular del lenguado se debe mencionar que estas fueron mencionados por los mayoristas, comerciantes y personal que labora en restaurante.

Asimismo, las personas entrevistadas en especial **los consumidores no reconocen el sabor de cada especie**, por ello, creemos que se da esta situación de vender un pescado de menor calidad (lengüeta, liza, perico) como lenguado



**Conclusión:** “Para todos los actores involucrados en el sector, existe un consenso que el sustituto natural del el lenguado es la corvina un pescado que resulta ser no tan económico (S/ 45.0 el Kg). Sin embargo, según los comerciantes, personal de restaurante la competencia del lenguado puede ser cualquier pescado de carne blanca y esto involucra pescados masivos como perico o lisa.

## **8. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION**

En la actualidad el Lenguado se comercializa a través de los Mercados Mayoristas Pesqueros de Villa María del triunfo y de Ventanilla.

El producto que se ofrece en el mercado, es un producto no diferenciado, es decir se ofrece un producto fresco sin ningún valor agregado o algún distintivo, las empresas, acopiadores o extractores que comercializan el Lenguado lo hacen sin ninguna marca comercial propia. Cabe mencionar que la rentabilidad del comprador no es afectada por las variaciones del costo, ya que las diferencias son trasladadas al consumidor final; es decir cuando la captura de Lenguado está limitada, los compradores también limitan la oferta, siendo la sensibilidad al precio, muy baja, enfocándose, en general, solo por la calidad del producto.

El desarrollo del Lenguado en el mercado peruano es incipiente debido a que ni el gobierno, ni los inversionistas han enfocado su atención en planes de acción ni medidas que permitan desarrollar este sector.

Una adecuada estrategia comercial debería permitir analizar objetivamente el mercado para evaluar: el comportamiento del consumidor, los hábitos de compra y consumo, los canales de distribución adecuados, el uso e influencia de los sustitutos en la preparación de comidas, con la finalidad de una eficiente satisfacción de la demanda del mercado.

### **OBJETIVO**

Estabilizar la oferta de Lenguado, que se encuentra afectada por la gran presión que se ejerce actualmente sobre el producto, de tal manera que se satisfaga la demanda existente. Analizar la introducción del Lenguado cultivado localmente, en el mercado de Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao, para que sea aceptado por los consumidores.

### **ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

La calidad, en cuanto a la conservación del producto es un factor muy importante, sino el único, que los consumidores exigen. Por lo que el producto a ofertar debe tener garantizada dicha calidad. Siendo la marca comercial, no solo un signo distintivo para la comunicación, sino un distintivo de las cualidades del producto ofrecido, se debe desarrollar una marca que indique a los compradores que las características de conservación, tamaño y procedencia están garantizados. De modo que se debe desarrollar un empaque para productos frescos que permita garantizar la calidad del producto, pero además permita comunicar estas características y transmitir la marca, para lograr recordación y posicionamiento. De la misma manera, sabiendo que tanto la textura como el sabor característico del Lenguado son atributos importantes para los consumidores, habrá que buscar dentro de la técnica de producción el balance de alimentos adecuado para garantizar estos atributos.

### **ESTRATEGIA DE PRECIO**

El Lenguado es poco sensible a cambios de los niveles de precios, por lo que, si en el futuro se logra incrementar la cantidad ofertada, el precio debe maximizar la utilidad del productor, tratando de mantenerse cercano a los niveles actuales.

Aun así es claramente percibido por los consumidores finales (hogares), que es un producto, con un precio alto, por lo que optan por consumirlo en restaurantes, donde son especialistas en su preparación. En el caso de la especie cultivada habría que comenzar a observar la evolución de los precios de otras especies de Lenguado que en el extranjero ya están posicionadas como el “Hirame” y el “Halibut”, que podrían marcar la referencia en el precio futuro.

### **ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**

La promoción de este producto, dadas las características de la cadena de comercialización, debe centrarse en la promoción relacional, ya que se debe implementar un tipo de comercialización del tipo de Negocio a Negocio (B2B), en la cual la marca debe servir de medio de comunicación de la garantía de las características del producto y el conocimiento de las necesidades del cliente. La ventaja de poder mantener una oferta constante en calidad y precio debería ser muy valorada por los negocios (restaurantes y hoteles)

### **ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION**

Los productores / extractores reciben una parte menor del precio pagado por los clientes finales, por lo que se recomienda integrar verticalmente, de modo que un productor a nivel industrial llegue directamente hasta los restaurantes, hoteles y mercados, de modo que logre conociendo las necesidades de sus clientes y garantizando las características del producto, satisfacer eficientemente las necesidades de los mismos.

### **POSICIONAMIENTO**

Como ya se mencionó, se debe apuntar a posicionar el producto como el producto original, con las características en cuanto a tamaño, origen, olor, color y sabor, requeridas y garantía de conservación que el mercado exige.

Sera importante que los consumidores logren valorar el abastecimiento constante y oportuno, que la industria acuícola puede ofrecerles, dejando de lado la incertidumbre de contar con el producto, que en el caso de los negocios es un gran valor adicional.

### **SEGMENTO OBJETIVO**

Dado que la estrategia más eficiente, dadas las características del mercado, es la de Negocio a Negocio, el segmento buscado será el de los clientes “industriales” como restaurantes, hoteles y mercados y supermercados.

### **INGRESO A MERCADOS INTERNACIONALES**

El Lenguado en su especie local es originaria de esta zona del continente, en las costas de Perú y Chile, esta especie no es conocida en el extranjero, como lo están especies de Lenguado de otras zonas como el “Hirame”, el “Halibut”, entre otras, que ya se encuentran posicionadas en los principales mercados internacionales, pero que aún no se comercializan localmente.

Dado el bajo nivel de desarrollo de su cultivo y los bajos niveles de captura existentes, y habiendo un mercado local aun insatisfecho, la oferta primero deberá orientarse al mercado local, en donde todavía hay mucho por desarrollar.

## **9. ANALISIS DEL ENTORNO MACROECONOMICO, LEGAL Y SANITARIO**

### **9.1. ANALISIS DEL ENTORNO MACROECONOMICO**

#### **A nivel externo**

El último año, la actividad productiva mundial de acuerdo a los índices globales de actividad, tanto de manufactura como de servicios han mostrado una estabilización pero con un comportamiento diferenciado a nivel de países.

La recuperación de los Estados Unidos se explica principalmente por el sector servicios y por una recuperación de la manufactura, dado el aumento del consumo y la inversión producto de las políticas monetarias ejecutadas y el fortalecimiento de las condiciones económicas. Situación contraria atraviesa la Eurozona, con una caída en la inversión y un moderado consumo, con una actividad manufacturera estancada y el sector de servicios moderado. En Asia, Japón muestra ligera recuperación con tasas de crecimientos moderadas producto de servicios y manufactura.

Las economías emergentes, presenta menores proyecciones de crecimiento dada la desaceleración en América Latina, dado el impacto de factores externos, caída en términos de intercambio y depreciación de monedas, acompañado de choques domésticos. China presenta también una desaceleración, estancamiento de la actividad manufacturera con una recuperación en servicios, y una moderada inversión en la actividad inmobiliaria.

Es en este contexto que la proyección de crecimiento mundial para el año 2014 es de 3.0 % y para el año 2015 de 3.6%, teniendo peores escenarios para la Eurozona y Japón, y la desaceleración de algunas economías emergentes.

<b>Crecimiento Mundial y Términos de Intercambio</b> (Var. % anual)						
	<b>2003-2007</b>	<b>2013</b>	<b>2014*</b>	<b>2015*</b>	<b>2016*</b>	<b>2017*</b>
<b>PBI Mundo</b>	<b>4.8</b>	<b>3.2</b>	<b>3.5</b>	<b>3.7</b>	<b>4.0</b>	<b>4.0</b>
<b>Economías Desarrolladas</b>	<b>2.8</b>	<b>1.3</b>	<b>1.9</b>	<b>2.2</b>	<b>2.4</b>	<b>2.4</b>
Estados Unidos	2.9	2.2	2.2	3.0	3.0	3.0
Zona Euro	2.2	-0.4	0.7	1.2	1.4	1.4
Japón	1.8	1.5	1.1	1.3	1.2	1.2
<b>Economías Emergentes y en Desarrollo</b>	<b>7.7</b>	<b>4.7</b>	<b>5.0</b>	<b>5.1</b>	<b>5.3</b>	<b>5.4</b>
China	11.7	7.7	7.2	7.2	7.5	7.5
<b>Términos de Intercambio</b>	<b>10.8</b>	<b>-4.7</b>	<b>-3.6</b>	<b>-14.0</b>	<b>-0.8</b>	<b>0.4</b>

Fuente: MEF, BCRP, FMI, Bloomberg

El crecimiento proyectado para Estados Unidos para 2014 es de 2.2 %, mientras que para el Eurozona es de 0.7% y 1.2% para el 2015, el crecimiento de Japón es 1.1 % para 2014, mientras China crecería 7.2% para 2014 y 2015.

Los riesgos que se presentan para estas proyecciones son a la baja:

- Ajustes desordenados de los mercados financieros dada la anunciada normalización de las de interés por parte de la FED, dando lugar a presiones depreciatorias en las economías emergentes.
- Presiones deflacionarias en la Eurozona y el estancamiento de la actividad productiva, el alto desempleo, rebrote inflacionario y la desaceleración alemana.
- La desaceleración de China se presente mayor a la esperada.
- Agravamiento de las tensiones geopolíticas.
- Agravamiento de la situación sanitaria global.

La economía en Estado Unidos se ha recuperado, con una mayor inversión no residencial y consumo, acumulación positiva de inventarios, con una recuperación lenta del mercado inmobiliario. La expansión del consumo, concentrado en bienes durables , los indicadores recientes hacen prever que el consumo crecerá a tasa mayores apoyado en bajas tasas de interés, inflación controlada, confianza de los consumidores y una riqueza de las familias creciente impulsada por la mejora en el mercado laboral y los índices bursátiles en alza. El incremento del ahorro personal y la reducción del nivel de endeudamiento de las familias darían margen para este crecimiento en el consumo.

La tasa de desempleo cayó a niveles menores del 6% pero indicadores más amplios muestran que aún existe una gran capacidad ociosa. La inversión se vio impulsada por la inversión no residencial y una acumulación de inventarios. El gasto de capital se vio favorecido por el aumento de las ganancias corporativas luego de impuestos. La inversión residencial, por su lado, mantuvo un ritmo de recuperación modesto.

Con respecto a la tasa de inflación, esta se encuentra por niveles menores al 2% y la inflación subyacente igualmente.

Con respecto al mercado financiero, la Fed (Federal Reserve), ha declarado que según las condiciones de la economía iniciara el ciclo de ajustes de las de interés, existiendo varios factores de incertidumbre, dada la preocupación por la apreciación del dólar, el deterioro de sus exportaciones, sumado a la desaceleración de la economía mundial, de lo contrario los niveles bajos de las tasa podrían generar presiones inflacionarias o una sobrevaloración en algunos mercados como el bursátil.

En la Eurozona, los indicadores económicos muestran una recuperación modesta y menor a la esperada, los resultados vienen explicados principalmente por una contribución negativa de los inventarios y una contracción de la inversión sobre todo en construcción, esto se explica por el contexto internacional desfavorable a la crisis Ucrania/Rusia, las tensiones en Medio Oriente y los temores de una mayor desaceleración de China, todo se ha visto compensado por un crecimiento modesto del consumo privado y de las exportaciones netas.

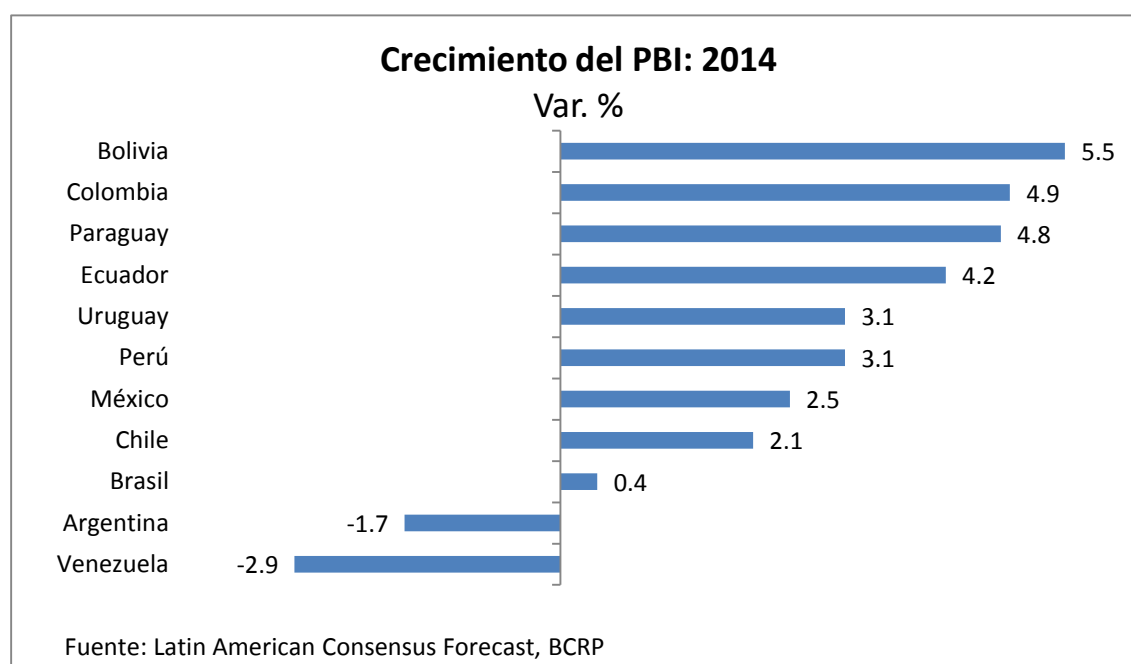
A nivel de países se observa cierta heterogeneidad, Alemania lidera la evolución del bloque, Francia e Italia con rezago por el atraso en la implementación de las reformas estructurales e incertidumbre política. España al igual que Irlanda con crecimiento, mientras que el resto de las economías sigue afectadas por los ajustes implementados. Todo esto en un contexto de niveles de inflación muy bajos y condiciones crediticias restrictivas.

En Japón, el producto se contrajo, la demanda final domestica igual por efecto del aumento del impuesto a las ventas. Destaca la caída del gasto en hogares, contrarrestada con la acumulación positiva de inventarios y la caída de importaciones. Se proyecta crecimientos moderados en la economía cerca al 1%, asumiendo que la demanda interna se recuperará apoyada en las políticas y

reformas dadas por el gobierno. Los principales riesgos se presentan por un menor ritmo de la Eurozona y China, y la falta de medidas fiscales compatibles con su sostenibilidad de su deuda en el largo plazo.

China, presenta evolución positiva de su crecimiento pero a menor ritmo, observándose un menor dinamismo de la manufactura, compensado parcialmente por la evolución del sector servicios. Esta desaceleración de la inversión se explicaría por la desaceleración de la inversión en la actividad manufacturera e inmobiliaria, en la primera básicamente a las industrias pesadas donde se estima un exceso de capacidad, entre medidas monetarias y fiscales tomadas en el último período.

Las principales economías de América Latina, con excepción de Colombia, vienen atravesando una desaceleración debido a un menor impulso en la demanda interna, estimándose para el 2014 una caída por tercer año consecutivo en los términos de intercambio. La inflación en la región ha mostrado una tendencia a la alza, es en este contexto que se estima crecimiento menores al 3% para el 2015 y 2016.



En el mediano plazo, el escenario internacional caracterizado por menores precios de materias primas, mayores costos financieros y menor crecimiento de las economías emergentes, es decir un entorno menos favorable, plantea riesgos de un menor crecimiento de la economía peruana.



A nivel global, los efectos de la crisis financiera y económica actual se suma a una mayor vulnerabilidad al cambio climático y los fenómenos meteorológicos extremos.

La pesca y la acuicultura realizan contribuciones importantes al bienestar , en los últimos años el suministro mundial de productos pesqueros destinados al consumo humano ha superado el crecimiento de la población mundial, constituyendo una fuente esencial de alimentos nutritivos y proteínas animales para gran parte de la población mundial, proporcionando además medios de vida e ingresos, tanto directa como indirectamente.

En 2012, la acuicultura estableció otro máximo histórico de producción y ahora proporciona casi la mitad del pescado destinado a la alimentación humana. Se prevé que esta proporción aumente 62% para el 2030, debido a la estabilización del rendimiento de la pesca de captura salvaje y el aumento considerable de la demanda de una nueva clase media mundial.

Producción de la pesca y la acuicultura en el mundo (millones toneladas)						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Producción</b>						
<b>Pesca Captura</b>						
Continental	10.1	10.3	10.5	11.3	11.1	11.6
Marítima	80.7	79.9	79.6	77.8	82.6	79.7
Pesca Captura Total	90.8	90.1	90.1	89.1	93.7	91.3
<b>Acuicultura</b>						
Continental	29.9	32.4	34.3	36.8	38.7	41.9
Marítima	20.0	20.5	21.4	22.3	23.3	24.7
Total Acuicultura	49.9	52.9	55.7	59.0	62.0	66.6
<b>Producción Pesquera Mundial</b>	<b>140.7</b>	<b>143.1</b>	<b>145.8</b>	<b>148.1</b>	<b>155.7</b>	<b>158.0</b>

Fuente: FAO

La producción mundial ha aumentado de forma constante en las últimas cinco décadas y el suministro de peces comestibles se ha incrementado a una tasa media anual del 3.2%, superando la tasa de la población mundial 1.6%. El consumo mundial de pescado per cápita aumento de un promedio de 9.9 kg en el decenio de 1960 a 19.2 kg en 2012.

China ha sido el responsable de la mayor parte del aumento de la disponibilidad de pescado, como consecuencia de la expansión de su producción pesquera, especialmente de la acuicultura.

La producción acuícola mundial alcanzó otro máximo histórico de 90.4 millones de toneladas en 2012, de los que 66.6 millones de toneladas correspondieron a peces comestibles y 23.8 millones a toneladas de algas acuáticas. Es decir esta producción aumentó a una tasa media anual del 6.2% en el período 2000-2012.

De acuerdo al informe de la FAO (2014), se considera que todas las poblaciones de merluza y salmonete de roca están sobreexplotadas, al igual, probablemente, que las principales poblaciones de lenguado y la mayoría de las de sargo.

### **A nivel interno**

El 2014, la economía estaría creciendo por debajo del 4%, este menor ritmo de crecimiento habría estado en gran parte asociado a los sectores no primarios, debido al empeoramiento de las condiciones externas y las menores expectativas por parte de los agentes económicos. A esto se le suma diversos choques de oferta, con mayor intensidad en los sectores primarios, proyectándose para los siguientes años una mejora en estos sectores con mayores exportaciones.

Dentro de las actividades primarias, el sector con mayor presencia en la desaceleración es el de minería e hidrocarburos, en particular el subsector minería metálica por el proceso de interdicción realizado en Madre de Dios para contrarrestar la producción informal de oro y la presencia de menores leyes en alguna de las principales minas de oro y cobre del país. Se espera que la entrada en operación de nuevos proyectos y otras ampliaciones para la extracción de cobre, esperándose un mayor crecimiento para el 2016.

En el caso de los sectores no primarios, la mayor contribución a la desaceleración proviene de los sectores de manufactura y construcción, con respecto a la manufactura no primaria, los servicios industriales, la industria textil y la de madera y muebles, serían los grupos con mayor desaceleración, mientras que en construcción sería el avance físico en obras públicas.

<b>PBI por Sectores Económicos (Var. %)</b>				
	<b>2013</b>	<b>2014*</b>	<b>2015*</b>	<b>2016*</b>
<b>Agropecuario</b>	<b>1.5</b>	<b>1.5</b>	<b>2.3</b>	<b>3.5</b>
<b>Pesca</b>	<b>18.1</b>	<b>-6.8</b>	<b>23.1</b>	<b>16.9</b>
<b>Mínería e hidrocarburos</b>	<b>4.9</b>	<b>-1.6</b>	<b>6.5</b>	<b>10.8</b>
Mínería metálica	4.2	-2.8	6.5	12.3
Hidrocarburos	7.2	3.2	6.6	5.6
<b>Manufactura</b>	<b>5.5</b>	<b>-0.7</b>	<b>4.5</b>	<b>4.8</b>
Recursos Primarios	8.7	-2.4	6.2	5.4
Manufactura no primaria	4.4	0.2	4.0	4.7
<b>Electricidad y agua</b>	<b>5.5</b>	<b>5.4</b>	<b>5.5</b>	<b>6.1</b>
<b>Construcción</b>	<b>8.9</b>	<b>2.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.5</b>
<b>Comercio</b>	<b>5.9</b>	<b>4.9</b>	<b>5.5</b>	<b>5.8</b>
<b>Otros servicios</b>	<b>6.0</b>	<b>5.2</b>	<b>5.6</b>	<b>5.8</b>
<b>PBI</b>	<b>5.8</b>	<b>3.1</b>	<b>5.5</b>	<b>6.3</b>

Fuente: BCRP

De acuerdo al BCRP, para el año 2015 se espera que los factores que afectaron el desempeño de la economía durante el 2014 se reviertan en su mayor parte. En cuanto al plano climatológico, se espera una recuperación de la pesca luego de un fenómeno del Niño cuya intensidad esperada estaría pasando. Con respecto a la minería, se espera una mayor producción de cobre de Antamina, por una recuperación de leyes de extracción para finales del 2015 y comienzos del 2016; y un mayor crecimiento de la producción de Toromocho luego de finalizados los periodos de prueba de la mina, cuyo plazo se habría extendido durante 2014. Del mismo modo, una fuerte recuperación en la inversión pública proyectada para el 2015 impulsaría un mayor crecimiento económico.

<b>Producción Minera (Var. %)</b>				
	<b>2013</b>	<b>2014*</b>	<b>2015*</b>	<b>2016*</b>
Oro	-3.3	-13.3	-6.0	-6.4
Cobre	7.4	2.0	10.2	23.8
Zinc	5.5	-4.5	5.1	1.8

Fuente: BCRP

Para el 2015 se espera un mayor crecimiento en el subsector minería, asociado principalmente a la producción de cobre de Antamina, Constancia, Toromocho y Cerro Verde.

- a. El sector agropecuario, presentó una menor producción de maíz amarillo duro afectado por menores siembras, para el 2015 se proyecta un crecimiento moderado mayor al 2%, por ingreso de nuevas áreas como Tacna para la aceituna y sobre todo por la menor intensidad esperada del Fenómeno del Niño lo que implicaría un menor impacto negativo sobre la producción así como los trabajos de renovación y rehabilitación de los cultivos realizados por el gobierno.
- b. El sector pesca estaría cayendo aproximadamente 2% el 2014, debido a una menor captura de anchoveta, esta captura responde principalmente a la menor extracción durante la primera temporada de este año asociada a factores climáticos adversos como el arribo de ondas Kelvin de aguas cálidas. Para el 2015 se estaría proyectando un crecimiento dada la intensidad esperada del Fenómeno del Niño, esperándose una total recuperación para el 2016.
- c. El menor crecimiento de la producción minería metálica, explicado por la caída en la producción de oro por una menor producción de la empresa minera Yanacocha; y debido al proceso de interdicción sobre la minería ilegal en Madre de Dios que habría reducido la producción de oro en esta zona en más de 50%, situación compensada por un crecimiento en la producción de cobre debido al inicio de la operación comercial de Toromocho.
- d. Para la producción de hidrocarburos el año 2014 presento un crecimiento moderado, explicado principalmente por el inicio de la producción de petróleo del Lote 67 de Perenco, y la producción del Lote 57 de Repsol.
- e. La producción del sector manufactura presenta una caída, explicada principalmente por la caída en la manufactura no primaria por la menores prestaciones de servicios industriales, ligadas a la caída en la inversión. Se observa una menor producción textil, debido a una menor demanda tanto interna como externa; y una reducción en la producción del grupo madera y muebles, por una menor demanda interna de productos.

El incremento de la producción de procesadores primarios impulsado por una mayor refinación de metales no ferrosos. Por el contrario, la industria pesquera habría constituido contrariamente al resultado del sector por menor producción de harina y aceite de pescado ligado a la menor captura de anchoveta.

Como se ha señalado, los resultados o coyuntura viene explicada por los factores externos: lenta recuperación de las economías desarrolladas, la desaceleración de las economías emergentes y el deterioro de intercambio en los últimos años. Internamente, problemas transitorios de oferta con

un menor dinamismo del gasto público afectaron negativamente las expectativas de los agentes económicos, lo que se reflejó en el crecimiento de la inversión privada.

El débil crecimiento de la demanda interna en el año 2014 estaría asociado a la contracción de la inversión privada y al menor dinamismo de la inversión pública debido a menores niveles de inversión de los gobiernos regionales. El consumo privado crecería a un ritmo moderado a tasas cercanas al 4 %, mientras que el consumo público presenta un crecimiento en este último año menor al del año anterior.

<b>Demanda Interna y PBI (Var. %)</b>				
	<b>2013</b>	<b>2014*</b>	<b>2015*</b>	<b>2016*</b>
<b>I. Demanda Interna</b>	<b>7.1</b>	<b>3.4</b>	<b>5.1</b>	<b>5.6</b>
<b>1. Gasto Privado</b>	<b>5.7</b>	<b>2.6</b>	<b>3.9</b>	<b>4.2</b>
Consumo	3.3	2.8	2.9	3.2
Inversión privada fija	1.4	-0.1	1.1	1.4
Variación de existencias	1.0	-0.1	-0.1	-0.4
<b>2. Gasto público</b>	<b>1.4</b>	<b>0.8</b>	<b>1.2</b>	<b>1.4</b>
Consumo	0.7	0.8	0.7	0.7
Inversión	0.7	0.0	0.5	0.7
<b>II. Demanda Externa</b>				
<b>1. Exportaciones</b>	<b>-0.2</b>	<b>-0.8</b>	<b>1.5</b>	<b>2.3</b>
<b>2. Importaciones</b>	<b>1.0</b>	<b>-0.5</b>	<b>1.1</b>	<b>1.5</b>
<b>III. PBI</b>	<b>5.8</b>	<b>3.1</b>	<b>5.5</b>	<b>6.3</b>

Fuente: BCRP

La demanda externa, las exportaciones registran una caída del 3% debido a las menores exportaciones de productos tradicionales. Las importaciones registran un decrecimiento debido a un menor dinamismo de las importaciones de bienes de capital y de insumos industriales.

En el 2015, el crecimiento de la economía sería de 5.5%, acelerándose respecto del 2014, dado por la aceleración de la inversión privada, recuperación de expectativas de los agentes económicos y el inicio de construcción de grandes proyectos de infraestructura sumado a la proyección de inversión pública acompañado de medidas para simplificar procedimientos y reducir costos regulatorios.

Aproximadamente un 10% de la pesca total del mundo proviene de las costas peruanas, por lo que es un mar altamente productivo y con un significativo aporte a la economía. No es una industria centrada en el consumo interno, ni lo es en el consumo directo. Tan sólo un 14.6% se dedica al consumo humano directo, mientras un 85.4% del pescado capturado se convierte en aceites y harinas.

El Ministerio de la Producción estimó que las inversiones que habrán concretado en el desarrollo de la acuicultura peruana hasta el 2015 sumarán 130 millones de dólares. El lenguado se encuentra dentro de las especies de peces más cotizadas, siendo escasa y de alto precio, lo que permite una mayor consumo al ser un pez muy apreciado, con un desembarque para consumo mayor las 600 tm, y de la acuicultura 1 tm.

## **9.2. ANALISIS DEL ENTORNO LEGAL.**

El Perú es uno de los países pesqueros más ricos y uno de los principales exportadores mundiales, cuenta con uno de los mares más productivos del mundo y de un territorio con una variedad de microclimas, con una ubicación frente a la Cuenca del Pacífico, el mercado más importante para productos pesqueros, estas características otorgan importantes ventajas comparativas y competitivas a las industrias peruanas de pesca y acuicultura.

La actividad pesquera se rige por la Ley General de Pesca – Decreto Ley N° 25977 de 1994 que tiene por objeto “normar la actividad pesquera con el fin de promover su desarrollo sostenido como fuente de alimentación, empleo e ingresos y de asegurar un aprovechamiento responsable de los recursos hidrobiológicos, optimizando los beneficios económicos, en armonía con la preservación del medio ambiente y la conservación de la biodiversidad” regulando y fomentando la participación de las personas naturales o jurídicas en la actividad pesquera y propiciando la inversión extranjera bajo el cumplimiento de la normativa y el ordenamiento pesquero.

Por otro lado, el Ministerio de la Producción de acuerdo a la Ley de Organizaciones y Funciones, dentro de su accionar le corresponde velar por el desarrollo de las competencias para la promoción y fomento de actividades relacionadas a la pesca y acuicultura.

De acuerdo a la Ley N° 27460, Ley de Promoción y desarrollo de la Acuicultura, cuyo reglamento D.S. N° 030-2001-PE y el Texto Único de Procedimientos Administrativos del Ministerio de la Producción,

los derechos de acuicultura se otorgan a nivel de subsistencia (menos de 2 toneladas de producción al año); centros de producción de semilla y alevinos se encuentran dentro de las actividades a menor escala. Los derechos otorgados tienen una vigencia de 10 años para el caso de actividades de subsistencia, 15 años para actividades de menor escala y 30 años para las actividades a mayor escala. De la Norma se puede resaltar:

- Contratación laboral, régimen especial entre empleador y empleados.
- Seguro de salud y régimen Previsional, en sustitución del régimen de prestaciones de salud.

En el Perú las leyes que rigen la acuicultura son:

Ley Nº 27460, Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura. Luego las Leyes 27460, 28326 y 27592 modifican y complementan la ley original 27460. Mediante el Decreto Legislativo Nº 1032, se ha declarado de interés nacional a la inversión y facilitación administrativa de la actividad acuícola. El 7 de enero de 2010 por decreto supremo N 001-2010 se aprueba el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO ACUICOLA (Promovido por la Dirección General de Acuicultura).

La Dirección de Acuicultura creó la “Estrategia Nacional para el desarrollo de la Acuicultura Sostenible en Perú” acción por la cual se desprendieron las leyes y por medio del decreto 1032 se declaró a la actividad de interés nacional a la inversión.

A continuación se detalla la normativa aplicable a la acuicultura en el Perú:

#### **Ley Nº 28245. Ley Marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental**

##### **Artículo 2.- Del Sistema Nacional de Gestión Ambiental**

El Sistema Nacional de Gestión Ambiental se constituye sobre la base de las instituciones estatales, órganos y oficinas de los distintos ministerios, organismos públicos descentralizados e instituciones públicas a nivel nacional, regional y local que ejerzan competencias y funciones sobre el ambiente y los recursos naturales; así como por los Sistemas Regionales y Locales de Gestión Ambiental, contando con la participación del sector privado y la sociedad civil.

**Ley General de Pesca, Decreto Ley N° 25977.** En su Artículo 1º señala que el objeto fundamental es normar la actividad pesquera con el fin de promover su desarrollo sostenido como fuente de alimentación, empleo e ingresos y de asegurar un aprovechamiento responsable de los recursos hidrobiológicos, optimizando los beneficios económicos, en armonía con la preservación del medio ambiente y la conservación de la biodiversidad.

**Decreto Supremo N° 012-2001-PE.** Reglamento de la Ley General de Pesca, Establece en el Título VII: De la Protección del Medio Ambiente, los aspectos referidos en materia ambiental en el Sector Pesquero, que comprende desde el Artículo 76º al Artículo 99º.

**Ley N° 27460. Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura y su modificatoria.** Que tiene por objeto regular y promover la actividad acuícola en aguas marinas, continentales o utilizando aguas salobres, como fuentes de alimentación, empleo e ingresos, optimizando los beneficios económicos en armonía con la preservación del ambiente y la conservación de la biodiversidad.

**D.S. N° 030-2001-PE. Reglamento de la Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura.** Norma, orienta y promueve las actividades de acuicultura en todas sus formas, fijando las condiciones, requisitos, derechos, y obligaciones para su desarrollo con fines comerciales, recreacionales, culturales y como fuente de alimentación, empleo y optimización de beneficios económicos en armonía con la conservación del ambiente y de la biodiversidad.

**D.S. N° 015-2007-PRODUCE. Modificación de la Ley General de Pesca,** la misma que tipifica las sanciones pesqueras y acuícolas.

**Ley del Servicio Nacional de Sanidad Pesquera (Ley N° 28559, publicada el 22 de junio del 2005).**  
El Servicio Nacional de Sanidad Pesquera comprende todas las fases de las actividades pesqueras y acuícolas, incluyendo los aspectos relacionados a la certificación oficial sanitaria y de calidad de los recursos y/o productos pesqueros y acuícolas. El art. 4º de la Ley establece que el Instituto Tecnológico Pesquero (ITP) es la autoridad competente del Servicio Nacional de Sanidad Pesquera.

**Reglamento de la Ley del Servicio Nacional de Sanidad Pesquera (Decreto Supremo N° 025-2005-PRODUCE; publicada el 28 de septiembre del 2005).**



Este reglamento define las facultades, atribuciones y responsabilidades del SANIPES con el propósito de velar y verificar el cumplimiento de la legislación sanitaria y de calidad en todas las fases de las actividades pesqueras y acuícolas con el fin de proteger la salud de los consumidores y usuarios. Para dicho efecto, desarrolla funciones de inspección, vigilancia y control sanitario de las actividades pesqueras y acuícolas y de los animales acuáticos y emite la correspondiente certificación oficial sanitaria y de calidad.

**Ley Nº 30063. Publicada el 10 de julio 2013. Ley de Creación del SANIPES.** Ley tiene por objeto desarrollar el Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES) y garantizar la inocuidad en toda la cadena productiva de los productos pesqueros, acuícolas y de piensos de origen hidrobiológico, mediante la certificación sanitaria de calidad, fortaleciendo la autoridad sanitaria pesquera, elevándola a niveles de competitividad técnica y científica, con el propósito de proteger la vida y la salud pública.

**Ley General de Pesca, Decreto Ley Nº 25977.** En su Título II, sobre el ordenamiento pesquero, en los artículos del 10° al 12°, señala que corresponde a la autoridad (Produce), establecer un sistema de ordenamiento que permita la sostenibilidad de los recursos pesqueros y su conservación en el largo plazo, para lo cual puede considerar sea el caso, regímenes de acceso, captura total permisible, magnitud del esfuerzo de pesca, períodos de veda, temporadas de pesca, tallas mínimas de captura, zonas prohibidas o de reserva, artes, aparejos, métodos y sistemas de pesca, así como las necesarias acciones de monitoreo, control y vigilancia.

No hay un límite sobre el ámbito de aplicación, por lo que por sugerencia de Imarpe, el Ministerio puede establecer las zonas de aplicabilidad del ordenamiento. Principales especies sobre las que se han establecidos períodos de veda, anchoveta, merluza, paiche, jurel.

### **9.3. ANALISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL Y SANITARIO.**

Si bien los bancos pesqueros del Perú al parecer son excepcionalmente ricos, su alta explotación está causando problemas de sostenibilidad. La creciente demanda interna y externa de pescado está poniendo mucha presión sobre el recurso, el ecosistema marino y los medios de subsistencia de poblaciones costeras que se dedican a la pesca artesanal, sumado a la falta de regulación de esta, retroalimenta las presiones sobre los ecosistemas marítimos.

En la actividad pesquera, al ser extractiva, las grandes empresas contaminaron e impactaron el medio ambiente a través de los años, actualmente hay una adecuación a las normas y respeto al medio ambiente, siendo lo difícil controlar a los pescadores artesanales.

La sostenibilidad de la pesca peruana está amenazada seriamente por varios factores, la sobrecapacidad de la flota pesquera y el fenómeno del Niño, que han dado como resultado la volatilidad del recurso y sobreexplotación de varias especies.

El cultivo de peces, como en cualquier otra actividad, constituye un factor de alteración ambiental cuya intensidad varía con la forma con que se practique la actividad. Con referencia a la instalación de las plantas de alimentos balanceados, de conservas y de congelado, existe la posibilidad de alterar el medio ambiente con la emisión de residuos contaminantes líquidos o sólidos, sin embargo la tendencia actual insiste en reciclar los efluentes y desechos sólidos para ser aprovechados nuevamente ya sea en la propia actividad o en actividades de sectores afines a la agricultura.

Los acuicultores buscan formas y medios para mejorar sus prácticas de producción, hacerlas eficaces y rentables, con la necesidad de conservar el medio ambiente para mantener una actividad sostenible mejorando el aprovechamiento de los recursos.

La acuicultura impacta en el medio ambiente a través de tres procesos: el consumo de recursos, el proceso de transformación y la generación del producto final. La intervención intensiva que generan las prácticas acuícolas van degradando el medio ambiente; primero por la utilización del agua que recibe en grandes cantidades de desechos, como el alimento no consumido por los peces que sedimenta el fondo marino, dañando un espacio que no sólo es utilizado por los peces cultivados; segundo porque se introducen antibióticos y sustancias químicas al ecosistema, necesarias para realizar la actividad; finalmente se genera una cantidad de desechos en el proceso del producto.

### **Manejo ambiental**

El objetivo del plan de manejo ambiental es exponer y promover la implementación de medidas, pautas, y acciones concretas, orientadas a mejorar el rendimiento ambiental de los proyectos y, por lo tanto, reducir los impactos ambientales generados por el cultivo de peces en las diferentes etapas del proceso productivo, en este proceso hay un conjunto de principios, normas, y actividades que cumplir que están especificadas en la normativa anteriormente señalada, con el objetivo de lograr

una mejor calidad de vida concordante con un desarrollo de la población, la actividad económica y el desarrollo sostenible del patrimonio ambiental y natural del país.

### **Principales impactos ambientales y socioeconómicos en la acuicultura**

<b>ETAPA</b>	<b>AMBIENTAL</b>	<b>SOCIOECONOMICOS</b>
<b>Construcción</b>	<b>Negativos</b>	<b>Negativos</b>
	Contaminación del agua, aire, suelo.	Disminución en la disponibilidad del recurso agua para uso comunitario.
	Pérdida de biodiversidad.	<b>Positivos</b>
	Pérdida de la estructura paisajística.	Incremento en los ingresos (empleos, etc.).
	<b>Positivos</b>	Desarrollo económico local.
	Uso racional de los recursos cumpliendo las leyes y normas técnicas ambientales.	
<b>Operación</b>	<b>Negativos</b>	<b>Negativos</b>
	Contaminación del agua.	Disminución en la disponibilidad del recurso agua para uso comunitario.
	Sobrecarga de los suelos por aporte desmedido de nutrientes.	<b>Positivos</b>
	Pérdida de la biodiversidad.	Generación de empleos.
	Pérdida de la estructura paisajística.	Desarrollo local.
	<b>Positivos</b>	Mejoramiento de la dieta alimenticia.
	Uso racional de los recursos cumpliendo las leyes y normas técnicas ambientales.	

Fuente: Centro Nacional de Producción más Limpia de Honduras, guía de buenas prácticas ambientales, 2009

**Tabla: Diferencias en el comportamiento y la apariencia física externa de un pez sano y de un enfermo.**

<b>Aspecto a considerar</b>	<b>Pez sano</b>	<b>Pez enfermo</b>
1. Natación	Normal (característico de cada especie)	Irregular, errático, puede ser dando giros, con hundimiento de costado en la superficie.
2. Consumo de alimento	Voracidad característica de la especie. Sea en superficie o en fondo, con actividad estimulada en los horarios de rutina de alimentación.	No consume alimento o queda volumen importante de alimento no consumidos.
3. Reacción de fuga	Responde a los ruidos y estímulos	No responde a los ruidos al acercarnos al estanques
4. Coloración.	Pigmentación definida de acuerdo con la especie	Colores claros en caso de anemias, falta de oxígeno y oscurecimiento en algunas enfermedades infecciosas
5. Piel	Suave, sin descamación ni hematomas, con secreción de mucus.	Descamaciones evidentes; úlceras o hematomas con hiper-secreción mucus.
6. Ojos	Brillantes con cornea transparente	Opacos
7. Branquias	Con una coloración rojo brillante y con lamelas completas	Coloración anormal (Rosa Pálidas, Cianótica, Hemorrágicas, con presencia evidente de parásitos
8. Aletas	Integras, sin hemorragias subcutáneas, ni presencia de parásitos	Con heridas y/o lesiones aparentes, con presencia de parásitos adheridos
9. Ano y papilas genitales	No deben presentar hemorragias ni estar congestionadas	Salientes con signos de hemorragias

Fuente, Balbuena E. 2011, Manual básico de sanidad piscícola

### **Consideraciones para mantener la sanidad en el cultivo.**

Se debe usar huevos o crías certificados.

Establecer monitoreo de rutina en busca de enfermedades en los peces.

Se debe satisfacer las necesidades nutricionales de los peces a través del alimento balanceado de buena calidad.

Se debe implementar un plan de desinfección de instalaciones, equipos de trabajo y utensilios.

La granja debe contar con programa sanitario, que contemple la verificación de los procedimientos operativos, registro de resultados y el seguimiento a las acciones correctivas detectadas.

Realizar en forma programada un control de patógenos en las distintas etapas del cultivo.

Evitar la excesiva manipulación del pez, le puede ocasionar pérdida de mucus, escamas y heridas que lo dejan expuesto a contraer enfermedades.

Contar con un programa continuo de capacitación para el personal involucrado en el proceso productivo, que garantice el conocimiento y la aplicación de normas de bioseguridad establecidas<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Villanueva M.;2007, Buenas prácticas en la producción acuícola; [www.ica.gov.co](http://www.ica.gov.co)

## **10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **10.1. CONCLUSIONES**

- El Lenguado es una especie altamente valorada y demandada en el mercado de Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao.
- El mercado en estudio es abastecido de productos hidrobiológicos por los Terminales pesqueros de Villa Maria del Triunfo, Ventanilla y Minka.
- Existe una cantidad indeterminada de Lenguado que no se registra en las estadísticas por que pasa directamente de los pescadores artesanales a los restaurantes.
- Actualmente toda la oferta de lenguado es demandada, y de existir mayor cantidad de lenguado disponible, seria absorbida por el mercado.
- El Perú presenta condiciones favorables para la inversión en el sector de acuicultura.
- Existen problemas tecnológicos para el desarrollo de la acuicultura del Lenguado nativo, considerando la rentabilidad del mismo, sin embargo existen otras especies de Lenguado que ha sido cultivadas con éxito en el extranjero, y podrán servir para el desarrollo tecnológico del cultivo de la especie local.
- Las personas especialistas (ingenieros pesqueros) reconocen que es limitado la crianza de lenguado en nuestro país y esto debido a la falta de investigación y tecnología. Asimismo, consideran que es una especie que tiene problemas de supervivencia en cautiverio.
- Las personas entrevistadas indican que el sabor del lenguado procedente de criadero podría ser muy diferente al lenguado fresco de mar y eso limitaría la comercialización de la especie, si bien es cierto esto no se basa en un hecho real (haber probado el lenguado cultivado)
- Existe un consenso que nuestro mar tiene excelentes especies. Asimismo, para todos los entrevistados, el lenguado es un pescado fino de carne blanca que por su sabor es considerado dentro del ranking de mejores pescados peruanos.
- El lenguado tiene un precio elevado, y que debería bajar el mismo para hacerlo más accesible a los comensales. De igual modo existe diferencia de precio según tamaño de la especie, llegando a tener un precio de S/ 60.00 el kilogramo de lenguado entero (este precio depende del tamaño, mientras más grande, más precio por kg)
- El lenguado tiene una carne blanca de textura y sabor muy agradable, con la que se puede preparar muchos de los platos más emblemáticos de la gastronomía peruana, siendo solicitado por muchos consumidores y referenciado por ellos como un producto Premium.
- Muchos de los entrevistados consideran que el precio del lenguado es muy alto, inclusive comparado con otras especies consideradas Premium y que no tienen origen local, como el salmón.
- Se considera que el lenguado no es accesible para la mayoría de las personas, por su elevado precio. Si se incrementará la oferta de lenguado, producto de su cultivo, se podría comercializar sin problema, siempre y cuando se verificara que en función de mayores volúmenes se revisará a la baja el precio.
- Existe un consenso que el sustituto natural del el lenguado es la corvina un pescado que resulta ser no tan económico (S/ 45.00 el Kg). Sin embargo, según los comerciantes, personal de

restaurante la competencia del lenguado puede ser cualquier pescado de carne blanca y esto involucra pescados masivos como perico o lisa.

- De acuerdo con lo observado, toda la cantidad ofertada de Lenguado (*Paralichthys adspersus*) es vendida, por lo que podemos decir que se encuentra insatisfecha. Siendo en la actualidad, la demanda igual a la oferta y está limitada por esta. Se observó en el estudio de campo que si existiera una mayor cantidad de producto ofertado, esta sería demanda, lo cual constituye la demanda potencial. Dicha demanda potencial puede llegar hasta el límite máximo de la cantidad ofertada potencial. Con fines exploratorios y descriptivos y teniendo presente la limitante de la cantidad de datos se ha empleado un análisis de regresión detectando que existe correlación entre la captura de lenguado y la corvina, cojinova, lisa y perico.
- El modelo matemático predice que la oferta de lenguado para los años 2013 y 2014 serían 463 TM y 493 TM considerando las variables independientes (La mediana de la data de la oferta de cada especie) constantes.
- La Demanda insatisfecha viene creciendo año a año, llegando a ser en el año 2021 de entre 95 y 293 TM, tomando en cuenta las salvedades descritas en cuanto al rigor estadístico por los pocos datos y la inconsistencia de los mismos.

## **10.2. RECOMENDACIONES**

- Impulsar el desarrollo de investigaciones para lograr técnicas de cultivo del lenguado que sean efectivas y eficientes comercialmente.
- Profundizar el estudio para determinar la cantidad de pescado que no se registran en las estadísticas.
- Fomentar una normativa y supervisión para garantizar que lo que consumen los demandantes es realmente la especie por la que han pagado.
- Además, se deben considerar otras variables que no se encuentran en el modelo como son:
  - El clima del Perú,
  - las políticas públicas que viene dando el gobierno.
- El sector requiere de infraestructura para ser competitivo en el mercado

## **11.ANEXOS**

### **ANEXO 1**

#### **PÚBLICO OBJETIVO - STAKEHOLDERS –**

##### **Composición de Entrevistados (Degradados)**

- i. Profesionales y Líderes de Opinión (03). Entrevistas: 8, 11, 12
- ii. Comerciantes Mayoristas (03). Entrevistas: 1, 2, 3
- iii. Comerciante Minorista (01). Entrevista 4
- iv. Personal de Supermercado (01). Entrevista 9
- v. Asesor de restaurantes y hoteles (01). Entrevista 7
- vi. Chef (01). Entrevista 6
- vii. Dueño de Restaurante (01). Entrevista 5
- viii. Consumidores Heavy (03). Entrevistas: 10, 13, 14



## **ANEXO 2**

### **PÚBLICO OBJETIVO - STAKEHOLDERS –**

#### **GUIA DE PAUTAS - ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE LA EVALUACION DE LOS PRODUCTOS: PESCADO LENGUADO**

##### **Calentamiento**

- Agradecer por el tiempo otorgado para la entrevista.
- Explicación de las normas básicas de la entrevista (explicar el porqué de la grabación; decir al entrevistado que no hay respuestas buenas ni malas, lo importante es que pueda comentar todas las experiencias, recuerdos y opiniones que tenga en base a lo que se está preguntando).
- Nombre, edad, ocupación, experiencia en el sector.

##### **Exploratorio sobre ¿aspectos generales del sector ACUICULTURA?**

- ¿Cuénteme de manera general, cuáles son sus expectativas de crecimiento en el sector PESQUERO?
- ¿Dígame por favor que requiere el sector para ser competitivo?
- ¿Usted, considera que este Sector tiene oportunidades considerando los factores políticos, económicos, ecológico que vive el país? ¿Por qué dice eso?
- ¿Dígame por favor PARA USTED CUALES SON LAS AMENAZAS EN ESTE SECTOR?
- ¿Qué recomendaciones realizaría a este sector?

##### **Exploratorio sobre ¿Demanda de Productos Marinos?**

- ¿Cuál es su percepción sobre LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS MARINOS QUE TIENE NUESTRO MAR PERUANO? ¿Por qué dice eso?

- ¿Pensando en pescados, para Usted cuales son las mejores especies de pescado que nuestro mar peruano ofrece?
- ¿Y cómo determina si una especie de pescado es mejor que otra?
- ¿Usted qué piensa del pescado Lenguado, es de agrado o no para el público? ¿Por qué dice eso?
- ¿Para Usted, que productos son sustitutos respecto al lenguado? ¿Por qué dice eso?
- **¿Cuál es el canal de venta o punto de venta para realizar las compras de los productos tipo lenguado y sustitutos?**
- ¿Usted cree que si trae más lenguado al mercado y camarón de río, el público compraría en mayor medida este producto? ¿Por qué dice eso?
- **¿Desde su percepción quienes serían los públicos objetivos (clientes que comprarían en mayor medida lenguado y camarón de río? ¿Por qué cree eso?**
- **¿Usted cree que el incremento de restaurantes y hoteles generarían mayor demanda sobre el lenguado?**
- **¿Dígame por favor, donde se puede comprar lenguado?** (ESPONTANEO – explorar los puntos de venta).
- **¿Y Dígame por favor, en que presentaciones se puede comprar lenguado?**
- **¿usted tiene conocimiento sobre problemas o restricciones para comprar lenguado? ¿Cuáles?**
- **¿Y cuál es el problema más importante? ¿Por qué dice eso?**

#### **Exploratorio sobre ¿Oferta de Productos Marinos?**

- ¿Usted tiene conocimiento de alguna empresa que se dedique a la comercialización de lenguado y camarón de río?
- **¿Usted cree que las empresas tienen suficiente producción para satisfacer la demanda por el lenguado? ¿Por qué menciona eso?**
- **¿Dígame que se puede hacer para comercializar cuando se tiene productos con época de contra estación? (Profundizar)**

- **¿Qué puede comentar sobre la infraestructura de almacenamiento de pescado que tienen las empresas? (Profundizar)**
- ¿Usted ha escuchado sobre criaderos de pescado? ¿Y qué piensa de estos criaderos? ¿Cree que tiene futuro?
- ¿Qué piensa del sabor de las especies que se crían en estos criaderos de peces? ¿Por qué dice eso?
- ¿Desde su percepción o creencia, cuales son los problemas que presentan las empresas que se dedican a la producción de peces?

#### **Exploratorio sobre ¿Precio?**

¿Qué piensa del precio actual de la especie lenguado, camarón? ¿Es económico, caro? ¿Por qué dice eso?

¿Puede decir cuánto es el precio actual del lenguado? ¿Y este precio es similar en los diferentes canales de venta? ¿Por qué cree que existe este diferencial?

#### **Aspectos valorativos**

- **¿Qué es lo que usted más valora en el lenguado?? ¿Qué es lo mejor que tiene?**
- ¿Por qué dice eso?
- ¿Qué es lo que le disgusta o no le agrada tanto? ¿Alguna sugerencia para cambiar esto?

#### **Agradecer por la colaboración**

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro. 01

**Entrevistado:** LUIS GOMEZ

**Expertise:** 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN VENTA DE PRODUCTOS MARINOS –

MAYORISTA TERMINAL DE VILLA MARIA DE TRIUNFO

### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

#### Productos que Comercializa

- El comerciante manifiesta que la venta de productos marinos está en función de lo que recibe y traen de los puertos. Y suelen trabajar con varios proveedores procedentes de las zonas norte (Chimbote) y zona sur (Pisco).
- En ese sentido, puede vender un buen pescado como el lenguado o un pescado de precio económico como el bonito.

*Verbatim: “Yo vendo bien, y no solo vendo lenguado, vendo lo que me traen del puerto”*

#### Opinión de los Mejores Pescados

- El entrevistado manifiesta que nuestro mar peruano ofrece una variedad interesante de pescados de calidad.
- En ese sentido, los tres pescados considerados como de excelente calidad destacan:
  - Lenguado
  - Corvina
  - Mero.
- Respecto al porque son mejores, destacan las asociaciones, de ser pescados blancos, tener un agradable sabor y tienen buena textura.
- Asimismo, existen otros pescados buenos como: chita, cabrilla, cachema.
- Del mismo modo, existe la creencia, que la FRESCURA del pescado está asociado a un mayor SABOR al pescado.
- El lenguado es un producto ideal para hacer ceviche y en fritura, su agradable sabor le hace diferente.

#### Aspectos sobre la procedencia del Lenguado

- Desde la experiencia del entrevistado, los mejores lenguados son los que provienen desde Chiclayo hacia el Sur. (Y desde su óptica el mejor lenguado es de Chimbote)
- Esta apreciación se basa en la distancia y el tiempo que llega el producto a los terminales de Lima Metropolitana y por el tamaño y peso de los pescados.
- Las zonas que suelen traer lenguado son: Chiclayo, Chimbote, Barranca, Pisco.

*Verbatim: “Los pescados que vienen de puertos más alejados (Ejemplo: Puerto Pizarro) tienen más días y pierden frescura y calidad”*

- El entrevistado manifiesta y cree que en promedio ingresa 500 kg de lenguado al terminal de VMT al día, y esta cifra puede aumentar a 1,500kg en buenas épocas.

#### Opinión de Precio de Lenguado

- El entrevistado expresa que el precio del producto no es económico, y varía dependiendo el tamaño del producto. A continuación presentamos un cuadro comparativo de precios.

<b>Producto Entero</b>	<b>Rango de Precio x Kg</b>
Lenguado Grande	S/50 .0 a S/ 60.0
Lenguado Mediano	S/40 .0 a S/ 50.0
Lenguado chico	S/30 .0 a S/ 40.0

- Asimismo, se debe precisar que en el terminal de VMT se vende el lenguado entero, y existe una zona especial donde se puede realizar el servicio de corte y fileteado cobrando hasta S/ 2.0. por Kg.
- Por otro lado, cuando una persona compra un lenguado y desea que este fileteado, el rendimiento es alto, es decir 50% de filete y 50% de merma (cabezas y espinazo) superior a otro pescado como el mero.
- Asimismo, se debe precisar que el lenguado suele llegar en todo el año al terminal de VMT, sin embargo en épocas de invierno la cantidad de pesca de lenguado se reduce y ello hace que eleve precio del producto.

#### ¿Quiénes compran lenguado?

- El lenguado es un producto reconocido por los conocedores, por ello es adquirido principalmente por dueños de restaurantes, representantes de hoteles y por los encargados de Supermercados en especial los de Wong y Vivanda.
- Otro segmento interesante son los comerciantes (revendedores) que compran en cantidad, buscan precio y comercializan el producto en otras zonas del país.  
Por ejemplo, existen personas que compran lenguado en el terminal VMT y lo llevan hasta Arequipa.
- El público masivo no suele comprar este producto, debido a su alto precio.

Productos Sustitutos al Lenguado

El lenguado tiene sustitutos naturales que son los pescados blancos como son: la Corvina y el ojo de uva.

Sin embargo el entrevistado manifiesta que existe una competencia desleal, dado que compran pescados y lo comercializan como lenguado. Por ejemplo,

- La lengüeta los vendedores lo hacen pasar como un lenguado pequeño
- La liza es un pescado de carne blanca y suelen eliminar la parte negra y lo hacen pasar como filete de lenguado
- El carajito es un pescado de carne blanca y como filete chico lo hacen pasar como lenguado chico.

Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- El entrevistado manifiesta que no existe alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado.
- Y en caso de existir, manifiesta que el sabor del pescado no sería igual al sabor fresco de un pescado de mar.

Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- Si tiene conocimiento de la existencia de criaderos de camarón de río.
- Reconoce que existe una veda en este producto y se debe respetar.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro. 02

**Entrevistado:** MANUEL ROJAS

**Expertise:** AÑOS DE EXPERIENCIA EN VENTA DE PRODUCTOS MARINOS –

MAYORISTA TERMINAL DE VILLA MARIA DE TRIUNFO

### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

#### *Opinión de Productos Marinos Peruanos*

- El comerciante manifiesta que las especies que nos proporciona nuestro mar son de altísima calidad, por ello, se considera para la exportación.
- Asimismo, considera que los factores que determinan la calidad de nuestros productos son EL SABOR Y TEXTURA DE NUESTRAS ESPECIES MARINAS.

#### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El entrevistado manifiesta que los tres pescados considerados como de excelente calidad destacan:
  - Corvina
  - lenguado
  - Mero.
- Respecto al porque son mejores, destacan las asociaciones, de ser pescados blancos, tener un agradable sabor y tienen buena textura.
- Asimismo, existen otros pescados buenos como: robalo, y respecto a los pescados económicos considera al bonito y al jurel.
- Del mismo modo, el entrevistado considera que el lenguado es un producto consistente tienen un sabor agradable y presenta menos colesterol.
- 

#### *Aspectos sobre la procedencia del Lenguado*

- Desde la experiencia del entrevistado, la procedencia de los lenguados es dispersa dado que viene de todo el litoral del norte y en el sur de los puertos de PISCO, ICA y MARCONA.
- Existe la percepción que los lenguados procedentes del sur, son de mejor calidad que los que vienen del norte.
- El entrevistado manifiesta y cree que en promedio ingresa 1500 kg de lenguado al terminal de VMT al día, y que el comerciante suele vender 150 kg de lenguado al día.

- Asimismo, en épocas de frío y neblina existe escasez de lenguado y el precio tiende a subir. Esta situación se da por lo general en invierno.

#### Opinión Ode Precio de Lenguado

- El entrevistado expresa que el precio del producto es caro, sin embargo, los restaurantes son los que suelen comprar en mayor medida. Asimismo, el precio del lenguado varía dependiendo el tamaño del producto. A continuación presentamos un cuadro comparativo de precios.

<b>Producto Entero</b>	<b>Rango de Precio x Kg</b>
Lenguado Grande	S/55.0
Lenguado Mediano	S/40 .0
Lenguado chico	S/20 .0

#### ¿Quiénes compran lenguado?

- El lenguado es un producto adquirido principalmente por dueños de restaurantes, representantes de hoteles.
- El público masivo no suele comprar este producto, debido a su alto precio.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**El lenguado tiene como sustituto natural a la Corvina y el precio de este pescado es de S/ 45.0 por kg.**

**Sin embargo el entrevistado manifiesta que existe una competencia desleal, dado que compran pescados y lo comercializan como lenguado. Por ejemplo,**

- **La lengüeta los vendedores lo hacen pasar como un lenguado pequeño y el precio que ofrecen por este producto es de S/ 20.0 por Kg.**

#### Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- El entrevistado manifiesta que no existe alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado.
- Y en caso de existir, manifiesta que el sabor del pescado no sería igual al sabor fresco de un pescado de mar.

#### Otras Consideraciones

- El entrevistado considera que el terminal de VMT tiene muy buenas cámaras frigoríficas, y esto da la confianza en comprar cantidad de pescados.
- Respecto a las empresas que están asociadas a la comercialización de lenguado, el entrevistado menciona a empresas que realizan la distribución de los muelles al terminal de VMT. Las empresas mencionadas son:
  - Transportes Zavaleta
  - Transporte Sr. De Muruhuay



## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro. 03

**Entrevistado:** JAIME ZARATE

**Expertise:** 28 AÑOS DE EXPERIENCIA EN VENTA DE PRODUCTOS MARINOS –

MAYORISTA TERMINAL DE VILLA MARIA DE TRIUNFO

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Opinión de Productos Marinos Peruanos*

- El comerciante manifiesta que existe escasez de pescados en especial en la zona de Tumbes y esto se debería a la exploración petrolera en la zona.
- Asimismo, esta situación generaría un incremento de precios en las especies.

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El entrevistado manifiesta que los tres pescados considerados como de excelente calidad destacan:
  - Mero
  - Corvina
  - Lenguado.
- Respecto al porque son mejores, destacan las asociaciones, de ser pescados blancos, tener un agradable sabor.
- Asimismo, el entrevistado manifiesta que nuestros pescados no tienen punto de comparación con los pescados de origen chileno (Ejemplo la reineta).

##### *Aspectos sobre el Lenguado*

- El lenguado es un pescado fino, por su color, calidad y sabor.
- Además, se considera que el lenguado es un pescado rendidor sobre todo cuando se da en presentación de filete.
- El entrevistado, considera que el limeño es un comensal particular, dado que suele comer lenguado principalmente en filete y no aprovecha las otras partes del pescado.

Verbatim:

*“El limeño solo come filetito, no sabe comer cabeza ni hueso, no es como el consumidor del Norte”.*

##### *Opinión de Precio de Lenguado*

- El entrevistado expresa que el precio del producto es caro. Asimismo, el precio del lenguado varía dependiendo el tamaño del producto. A continuación presentamos un cuadro comparativo de precios.

Producto Entero	Rango de Precio x Kg
Lenguado Grande	S/35.0 a S/ 40.0
Lenguado Mediano	S/28 .0
Lenguado chico	S/20 .0

- Asimismo, el entrevistado expresa que el precio de un lenguado mediano en muelle es de S/26.0 por kilogramo y eso deja poco margen para ellos.
- **INFORMACION RELEVANTE:**
  - *“El entrevistado menciona que en un buen día y donde hay lenguado se puede vender 100kg a 150kg, pero por lo general él vende 50kg de lenguado”.*
  - *Asimismo, el entrevistado considera que la mayor cantidad de venta de lenguado depende de la producción que se da en la playa.*
  - *Y piensa que si se da mayor cantidad de lenguado los clientes comprarían más dicho producto.*

#### ¿Quiénes compran lenguado?

- El lenguado es un producto adquirido principalmente por dueños de restaurantes, representantes de hoteles.
- El público masivo no suele comprar este producto, debido a su alto precio.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

El lenguado tiene como sustituto a la lengüeta y que entre estos dos pescados no hay grandes diferencias, dado que la lengüeta es un pescado tierno.

Sin embargo el entrevistado manifiesta que existen compradores que suelen comprar otras especies como: lisa, lengüeta y lo hacen pasar como lenguado en sus locales

#### Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- El entrevistado manifiesta que no existe alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado.
- Eso si menciona que existe piscigranja para la especie tilapia.

#### Otras Consideraciones

- El entrevistado considera que en el terminal de VMT se vende pescados frescos y son de mar.

- Respecto a la escasez de pescado y en particular de algunas especies, el entrevistado menciona que esta se puede dar en cualquier momento. Y esto puede ser por las condiciones climatológicas.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro. 04

**Entrevistado:** PUESTO DAYANA – MERCADO MINKA

**Expertise:** COMERCIANTE MINORISTA

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Venta de Productos Marinos Peruanos*

- El comerciante manifiesta que en su puesto de mercado suele vender variedad de productos como son:
  - Mero en diferentes colores.
  - Lenguado
  - Cojinova
  - Chita
  - Corvina,
  - Ojo de Uva
  - Tramboyo.
- Asimismo, manifiesta que suele comprar los productos en el terminal de VMT, dado que allí venden pescados finos y no como en el terminal de Ventanilla.
- Respecto a cómo percibe el sector pesquero, la entrevistada ve con optimismo dado que piensa en crecer y comprar un vehículo que ayude a comprar pescado desde los muelles.
- Sin embargo, la entrevistada piensa que los pescadores solo se preocupan por traer pescados económicos y masivos como son el bonito y el perico y descuidan traer los pescados de calidad.

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El entrevistado manifiesta que nuestro mar tiene las mejores especies y entre las que destacan tenemos a:
  - Mero
  - Ojo de Uva
  - Lenguado
  - Corvina
  - Cojinova
- Asimismo, la entrevistada que hay pescados ideales para cada plato. Por ejemplo, el lenguado es ideal para ceviche y en fritura.

##### *Aspectos sobre el Lenguado*

- El lenguado es un pescado fino, por su textura y sabor.
- Además, se considera suele vender lenguado de forma entera. Y si desean el lenguado en filete le ofrece el servicio a un costo adicional.
- La entrevistada, considera que el lenguado no tiene muchas vísceras y eso es bueno porque es rendidor.
- Un aspecto limitante para la compra de lenguado en cantidad, es que es un pescado fino y se malogra muy rápido en comparación con otras especies

#### Opinión de Precio de Lenguado

- La entrevistada expresa que el precio del lenguado va depender del tamaño. Y la comerciante suele comprar lenguados de tamaño medianos.
- La entrevistada suele comprar en promedio 30Kg diarios de lenguado y este se compra para tener variedad en el puesto y el cliente no vaya a otro mercado.
- **OPINION:**
  - **SI SE DA EL INCREMENTO DE RESTAURANTES Y HOTELES, ELLO GENERARÍA UNA MAYOR DEMANDA DEL LENGUADO Y POR ENDE SU PRECIO SE INCREMENTARIA EN LAS CONDICIONES ACTUALES**

#### ¿Quiénes compran lenguado?

- El lenguado es un producto adquirido principalmente por dueños de restaurantes de la zona, y personas de mayor nivel socioeconómico.
- El público masivo no suele comprar este producto, debido a su alto precio.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**El lenguado tiene como sustituto a la corvina, dado que este pescado es bueno y tiene un agradable sabor.**

#### Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- El entrevistado manifiesta que no existe alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado.
- Eso si tiene conocimiento que existen criaderos de trucha, tilapia y paiche.
- **Respecto al sabor de un pescado de mar y un pescado de piscigranja, la entrevistada sugiere que hay diferencia en el sabor y esto puede ser una limitante.**
- 

#### Otras Consideraciones

- El entrevistado considera que en el terminal de VMT se vende pescados frescos y son de mar y tiene mayor variedad que el terminal de Ventanilla.
- Respecto a la escasez de pescado menciona que lenguado no tiene estacionalidad y que suele llegar al terminal de VMT.
- **Actualmente se suele vender en mayor medida la especie Perico y esto limita que se vaya a traer especies más finas.**

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 05

**Entrevistado:** ROBERT SANCHEZ

**Expertise:** 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN NEGOCIO DE RESTAURANTE

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Productos (platos) que Comercializa*

- El entrevistado manifiesta que en su restaurante suele vender platos conocidos y pedidos especiales. Entre los platos que dispone en su menú, dispone de: Ceviche, chicharrón, filete, calamar, camarón y langostinos.
- En ese sentido, el restaurante suele tener una carta con una lista de especies marinas. Y destacan en la preparación de los platos los pescados: chita, perico, lenguado, corvina.

*Verbatim: “Yo tengo un restaurante, que ya tiene su clientela que son caseritos y tienen su plato preferido, imagínate, hasta pollo frito me piden”*

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El entrevistado manifiesta que nuestro mar peruano ofrece una variedad interesante de pescados. Por ello, sugiere que en el Norte de Perú destacan las especies de: Mero y Congrio.
- Sin embargo a nivel general, los tres pescados considerados como de excelente calidad destacan para elaborar diferentes platos son:
  - Chita
  - Corvina
  - Lenguado.
- Asimismo, existen pescados ideales para diversos platos.
- Por ejemplo: Para hacer un buen ceviche es recomendable considerar las especies: corvina, ojo de uva y perico, y esto se debe a la consistencia de estos pescados.

- Del mismo modo, cuando el entrevistado compra pescado, trata que estos calcen en un plato. Y el tamaño promedio de un pescado es de 400 gramos.
- Asimismo, el entrevistado manifiesta que no siempre hay pescados. (Ejemplo: corvina)

#### Aspectos sobre la procedencia del Lenguado

- El lenguado es una especie moldeable se puede preparar frito, a la plancha, ceviche y en sudado.
- Esta apreciación se basa en la presentación y características del lenguado, que además de su color blanco y agradable sabor, es solicitado por los comensales.
- El entrevistado manifiesta que los restaurantes de buscan pescado de tamaño mediano, dado que por un aspecto visual impacta en la presentación en el plato.

#### Opinión de Precio de Lenguado

- El entrevistado expresa que existe un precio consensuado entre el mayorista y su persona (restaurante). Y esto se debe por la confianza y amistad (más de 20 años de conocerse).
- Por ejemplo, si el Kilogramo de lenguado chico está S/30.0 al entrevistado lo dejan a un precio especial de S/ 28.0.
- El entrevistado manifiesta que suele comprar 20 Kg de lenguado a la semana. Y el consumo se incrementa en especial los fines de semana.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**El lenguado tiene sustitutos naturales que son los pescados blancos como son: la Corvina y el ojo de uva.**

- Asimismo, el entrevistado informa que a inicios de enero entro poco lenguado y al entrevistado (restaurante) separaban y guardaban mínimo unos 5 kg.
- Ante la ausencia de lenguado y la “criollada” de algunos dueños de restaurantes suelen engañar a comensales que desean lenguado.

*Verbatim:*

*“Cuando hablamos de lenguado, hablamos de pescado fino, sin embargo, en algunos restaurantes nos dan gato por liebre.”*

*“Al perico lo hacen pasar como “Corvina”, “Lenguado”, meten leche y lo blanquean al pescado”*



**Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado**

- El entrevistado manifiesta que no conoce la existencia de alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado.
- No da opinión del sabor, dado que no puede comentar sobre algo que desconoce.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 06

**Entrevistado:** VICTOR MINAYA

**Expertise:** 20 AÑOS DE EXPERIENCIA CHEFF Y ENCARGADO DE COMPRAS DE RESTAURANTE CANTARANA

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### Productos (platos) que Comercializa

- El restaurante es conocido y ha ganado un premio como el mejor huarique.
- El entrevistado manifiesta que en el restaurante suele vender platos conocidos en base a pescados finos. Entre los platos que dispone en su menú, dispone de: Ceviche, filete, frito, calamar, camarón y alguna exquisitez de algún cliente (Por ejemplo: filete de lenguado con crema de camarones).

*Verbatim: “Nosotros tenemos un local en Punta Hermosa y vendemos mucho más que el restaurante Don Angello, eso si la gente de la zona es muy exigente”*

##### Opinión de los Mejores Pescados

- El entrevistado manifiesta que nuestro mar peruano ofrece una variedad interesante de pescados. Sin embargo a nivel general, los tres pescados desde su óptica y gusto son:
  - Lenguado: Por su sabor, textura y color blanco.
  - Corvina: es tan bueno como el lenguado, sin embargo llega poco al terminal.
  - Carajito: es similar como pejerrey tiene un sabor similar al lenguado.
- Asimismo, el entrevistado manifiesta que no siempre hay pescados. (Ejemplo: corvina)

##### Aspectos sobre la compra del Lenguado

- El entrevistado menciona que suelen comprar el lenguado fresco en el terminal de Villa María. La elección del terminal se da por la cantidad de pescado que ingresa a este terminal. No recomienda comprar en terminal de Ventanilla.
- Por otro lado, el entrevistado informa que en el terminal de Villa María existen comerciantes que colocan piedra al lenguado para que tenga mayor peso.

- Y en el área de fileteado, uno debe estar atento, dado que, los “fileteros” cabecan tu compra, compran lenguado y en el medio ponen filete de otros pescados.
- Asimismo, el entrevistado manifiesta que la compra de lenguado para su restaurante CantaRana es diaria, de lunes a jueves suelen comprar 2 kg diarios y de viernes a domingo compran 7 kg por día, es decir, en promedio, el restaurante compra 28 kg de lenguado a la semana.
- Respecto a la refrigeración del lenguado, esta suele como máximo un día, dado la naturaleza del pescado y ofrecer un producto de calidad a sus comensales.
- *Del mismo modo, el entrevistado manifiesta que el restaurante abre a las 11am en su local principal y a la 1pm ya no tienen lenguado.*
- Con relación al tamaño que buscan en un lenguado, esta suele ser de tamaño mediano de 3 a 4 kg, y lo emplean en filete y en ceviche.
- Por otro lado, la porción de lenguado que suelen dar a los comensales es de 250 gramos.

#### Opinión de Precio de Lenguado

- El entrevistado expresa que el precio del lenguado va depender del horario que uno compra el pescado.
- Por ejemplo si uno va de 3am a 4am encuentra el precio de lenguado mediano a S/ 28.0.
- Y si una persona va de 7am a 8am encuentra el kilogramo de lenguado mediano a S/35.0.
- Además el entrevistado menciona que los comerciantes sólo dan factura si uno compra en cantidad.
- *Con relación si se incrementará la producción de lenguado se compraría mayor cantidad. El entrevistado informa que eso va depender del precio del pescado y eso dependería de la aceptación del público.*
- *El lenguado que se compra en Lima y se lleva al sur, donde la clientela paga precio.*

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**El lenguado tiene sustituto natural como lo es la Corvina que es un pescado blanco.**

- Sin embargo hay restaurantes que cabecan al lenguado con otras especies.
- Por ejemplo la lengüeta es similar en forma al lenguado pero no recomendamos porque tiene mucha espina.

*Verbatim: “Hay restaurantes como Pez Azul o Choza náutica que cabecan el pescado.”*

**Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado**

- El entrevistado manifiesta que si ha escuchado de la existencia de alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado.
- Por orden del dueño de restaurante no recomienda comprar ni usar lenguado de piscigranja, dado que, tienen la creencia que es un “pescado inflado” y tiene otro color.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 07

**Entrevistado:** ALVARO LOPEZ

**Expertise:** EXPERIENCIA ASESORANDO EN RESTAURANTES DE HOTELES, DESARROLLO DE EVENTOS Y ES CHEFF DE SUPERMERCADOS PERUANOS.

### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

#### *Evaluación de Sector Pesquero*

- El entrevistado manifiesta que nuestras playas por lo general son verdes y esto ayuda a traer buenas especies como el lenguado.
- Asimismo, comunica que nuestras autoridades no realizan fiscalizaciones frecuentes y esto aunado a la pesca por explosivos vienen perjudicando a nuestros pescados.
- Del mismo modo, el entrevistado sugiere que se debe eliminar la mentalidad depredadora. Por ejemplo, el consumo de pulpo bebe fue una moda que colocó en situación difícil a la especie. Y para ello, una buena recomendación es dar periodos de veda como se viene haciendo con el camarón de río.
- Respecto a la regulación y normas, el entrevistado menciona se da para la pesca industrial, sin embargo, estas reglas no se cumplen.

#### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El entrevistado manifiesta que las mejores especies en general son: Corvina, Cojinova, Lenguado, Mero y Tramboyo.
- Asimismo, sugiere que ahora los restaurantes vienen usando la liza de altamar y están obteniendo buenos resultados en los restaurantes.
- Sin embargo, el entrevistado sugiere que se debe considerar mejores pescados dependiendo el plato que se va a preparar.
  - Por ejemplo, si uno desea preparar ceviche los mejores pescados son: lenguado, tramboyo y cojinova y esto se debe por el sabor del pescado.

- Si uno desea un pescado frito, el mejor es la Chita.
- *Verbatim: “Mi opinión personal, es que cada pescado su característica y depende para que y en que vas a preparar, por ejemplo si estoy en el Norte, el mejor pescado es la Cachema que es un pescado versátil”*
- Asimismo, el entrevistado manifiesta que uno debe tener cuidado cuando compra pescados, dado que hay pescados que no aguantan todo el día y cambian su textura, como son: pintadilla y cabrilla.
- Asimismo, el entrevistado manifiesta que actualmente los restaurantes tienen problema de abastecimiento de pescados finos, por ello, se está mezclando con opciones de plato criollo.

*Verbatim: “El abastecimiento de pescados finos en los restaurantes es un dolor de cabeza, porque no se sabe de qué va a llegar”.*

#### Aspectos sobre el Lenguado

- Los lenguados ya sean del norte o sur chico, son pescados rendidores dado que tienen el lomo grueso y son rendidores, y tienen agradable sabor.
- El lenguado es ideal para ceviche porque tiene un color blanco además permitir cortes de dos centímetros
- El entrevistado manifiesta que hay restaurantes con el fin de rendir el pescado suelen colocar tiritas de lenguado, y esto lo hacen porque esta especie tiene un alto precio.

#### Opinión de Precio de Lenguado

- El entrevistado expresa que no suele comprar el lenguado en el terminal de Villa María, dado que tiene personas encargadas de realizar esa labor. (ir a comprar al terminal a las 3am).
- Sin embargo, manifiesta que el precio actual de lenguado es prohibitivo para el público.

*Verbatim: “Es inaudito, es un espanto el precio del lenguado, por ejemplo, el precio entero del kilogramo de lenguado varía de S/ 45.0 a S/ 60.0. Y el filete de lenguado esta S/ 120.0 por Kilogramo. En cambio, el salmón que viene de Chile, que es un pescado rico y agradable este S/55.0 el kilogramo el filete”.*

*Verbatim: “El lenguado y corvina son prohibitivos para la mayoría de las familias, a esos precios mejor comes bife”.*

**DATO:** *“El restaurante pescados y capitales consume en promedio 400 kg pescado entero de lenguado a la semana, compran todo el lenguado y negocian precio”.*

**DATO:** *“Supermercado Wong llega al terminal con sus camiones y levantan todo lo que encuentren y negocian precio”.*

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**El lenguado tiene sustitutos naturales que son los pescados blancos como son: la Corvina y la cojinova que son pescados grandes y blancos.**

*Verbatim: “Si uno quiere hacer un buen cebiche y no tiene lenguado, lo recomendable es usar corvina”.*

- Asimismo, el entrevistado informa que existen restaurantes que tienen sustitutos al lenguado como son: la lengüeta y la liza y mencionan a la clientela que son lenguado.

**INSIGHT:** *“Los peruanos creemos que sabemos comer, sin embargo, NO RECONOCEMOS el sabor de las diversas especies de pescado”.*

#### Percepción Incremento de Demanda de Lenguado

- Para el entrevistado, piensa que si se incrementa la producción de lenguado y no se baja el precio, este sería un producto caro.
- Sin embargo, al disponer de este producto en los diversos canales de compra o en restaurantes, las personas de mayor poder adquisitivo consumirían mayor medida este producto.

#### Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- El entrevistado manifiesta que no conoce la existencia de alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado. Sin embargo conoce de la existencia en otros países que tienen tecnología y ayuda al desarrollo de la oferta. , como son

- Asimismo, el entrevistado considera que los “pescados de laboratorio” como suele llamar a los pescados de piscigranja, no generan confianza, y esto se debe a que existe la percepción de no tener el sabor que tiene un pescado de mar.



## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 08

**Entrevistado:** JULY MONTOYA

**Expertise:** INGENIERA PESQUERA.

### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

#### *Evaluación de Sector Pesquero*

- Con relación a la calidad de nuestras especies, la entrevistada, considera que nuestro país es bendecido por tener los mejores pescados del mundo.
- Por otro lado, la entrevistado manifiesta que si hablamos de pesca extractiva, nuestro país tiene restricciones para salvaguardar especies como por ejemplo la anchoveta.
- Sin embargo, existe la amenaza de la contaminación de empresas que no cumplen con normas medioambientales, en especial las petroleras.
- Asimismo, comunica que desde su óptica el futuro debe orientarse hacia la acuicultura. Y esto se debe principalmente a dos razones: por ser orgánico y ecológico. Por ejemplo, en Europa ya existe diferenciación en las presentaciones de los pescado que se comercializan en los diversos puntos de venta, es decir, se especifica si el producto es de mar (extractivo) o de criadero (cultivo).
- Del mismo modo, la entrevista percibe que va a haber más temporada de veda para diversas especies, y esto se debe a que no se está dando una renovación del ambiente natural de las especies.

#### *Opinión de los Mejores Pescados*

- La entrevistada manifiesta que desde su óptica los mejores pescados son los de carne negra, como son: la anchoveta, jurel y bonito, y esto se debe al omega 3 que contienen.
- Sin embargo, cuando nos referimos a pescados de carne blanca que son más de gourmet, la entrevistada considera que los mejores pescados son:
  - Lenguado, que es un pescado que tiene buen sabor y se puede utilizar en diversos platos.
  - Corvina, que es un pescado de carne blanca.

#### Aspectos sobre el Lenguado

- La entrevistada considera que la venta del lenguado se da principalmente en terminales.
- Está consciente que tiene un precio alto para la mayoría de las personas e incluso el consumo no debe ser frecuente en personas de nivel socioeconómico alto.
- Sin embargo considera que es un producto gourmet y la especie tiene un sabor exquisito.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**Para la entrevistada, el lenguado tiene un sustituto natural que es la corvina, y al igual que el lenguado tiene un precio alto.**

**Sin embargo que la competencia del lenguado es cualquier producto (pescado) de carne blanca.**

*Verbatim: “Particularmente, no puedo diferenciar entre el lenguado y corvina, ambos tienen sabor suave”.*

#### Percepción Incremento de Demanda de Lenguado

- **La entrevistada considera que si se incrementa la producción de lenguado, la gente accedería más al producto y esto debería ir aunado a una reducción en el precio del producto.**

#### Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- La entrevistada manifiesta que si conoce la existencia de empresa que se dedique a la acuicultura de lenguado.
- La entrevista menciona a la empresa Deep Frozen como principal centro acuicultor y esta se encuentra en Huarney. Asimismo, considera que esta empresa tiene una producción mínima y desconoce su rentabilidad.
- Asimismo, considera que a nivel general un centro acuicultor de la especie lenguado tiene muchos problemas en la producción, dado que solo la supervivencia es alrededor del 12%. Y la alta mortandad se debe cuando la especie realiza la rotación del cambio de ojo.
- Sin embargo, la entrevistada considera que se debe imitar a países que son líderes en el tema de criaderos de lenguado y acceder a su tecnología, como es el caso de Corea.
- La entrevistada considera que se requiere mayor investigación en esta especie (lenguado) y menciona el caso exitoso de la trucha que ha crecido su producción y es aceptado el sabor en el público.

- La entrevistada menciona que si un inversionista solicita asesoría sobre la creación de cultivo de especies, ella recomienda ir por especies que ya tienen éxito y cuentan con un mercado, como son: la trucha, paiche, tilapia, langostino y conchas de abanico.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 09

**Entrevistado:** PERSONAL ENCARGADO DE VENTA DE PESCADO EN SUPERMERCADO DE METRO DE COLONIAL

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Venta de Productos Marinos Peruanos*

- El informante manifiesta que en los supermercados metro compra los pescados en el terminal de Villa María y compran los pescados que proceden mayormente del norte.
- Asimismo, comunica que existe un área especializada en realizar las compras que van con los camiones y arriban al terminal promedio a las 3am y a las 6am están repartiendo la mercadería en los diferentes supermercados.
- Los supermercados compran los pescados en el terminal de Villa María y toda la compra realizada lo venden en el día. Suelen comprar por toneladas y por variedad y de la disponibilidad de la especies.
- Desde el viernes hasta el domingo se incrementa la cantidad de compra de pescados y mariscos
- Asimismo, informa que el lenguado se distribuye principalmente en los supermercados ubicados en las zonas de nivel socioeconómico alto. Y salvo un pedido especial, se entrega lenguado a otro supermercado que no sea de la zona.

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El informante do manifiesta que nuestro mar tiene las mejores especies y entre las que destacan tenemos a:
  - Lenguado
  - Corvina
  - Cojinova,
  - Mero
- Asimismo, el entrevistado considera que hay pescados que nos son propios de nuestro mar como es el caso del salmón, el mismo que tiene buena aceptación por parte del público.

**Aspectos sobre el Lenguado**

- El lenguado es un pescado fino, por su color, brillo, y es ideal para ceviches
- Además, es un producto que tiene un alto precio y no es accesible para la mayoría de las personas.
- Cuando el lenguado es de una zona limpia (mar profundo) tiene un mayor costo y tiene mejor sabor.
- El precio de lenguado entero en Supermercado de Wong es de S/ 77.50 por kilogramo, no diferenciando el tamaño del producto.
- Y respecto al precio de filete de lenguado el precio promedio en supermercados Wong es de: S/ 157.0 por kilogramo.
- Asimismo, el informante declara que los supermercados metro y Wong no tienen definido que pescado se va a vender dado eso va depender de la disponibilidad del producto en el terminal.

**¿Quiénes compran lenguado?**

- El lenguado es un producto adquirido principalmente por personas de mayor nivel socioeconómico.
- Las tiendas que venden lenguado son:
  - Wong de Molina
  - Wong de Aurora
  - Wong de Planicie
  - Wong de Benavides
  - Wong de Bajada Balta
  - Wong de Surquillo

**Productos Sustitutos al Lenguado**

**El informante considera que el sustituto del lenguado es la cojinova y corvina.**

**Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado**

- El entrevistado manifiesta que no existe conoce alguna.
- Sin embargo, considera que el sabor de un pescado de mar no tiene punto de comparación con uno de un criadero.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 10

**Entrevistado:** LUIS RUESTA

**Expertise:** CONSUMIDOR FRECUENTE DE LENGUADO

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Opinión de Productos Marinos Peruanos*

- El entrevistado manifiesta que nuestro mar tiene variedades de altísima calidad, como lenguado, cojinova y mero. Y especies de carne oscura como el jurel y bonito.
- Asimismo, considera que el pescado es un alimento saludable y por sus ingredientes Omega 3 y fosforo resulta ser beneficioso para la persona.
- Del mismo modo, el entrevistado menciona que ha consumido especies de otros países como la tilapia de Chile, y menciona que el si existe diferencia en el sabor.
- Respecto a la diferencia de color de pescado, el entrevistado está convencido que existe diferencia en el sabor del pescado y la carne de color negra presenta un olor más fuerte.

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El entrevistado considera que existen especies masivas y pescados finos y cada uno tiene su característica.
- Por ejemplo cuando hablamos de pescados finos, el entrevistado piensa que los mejores son del norte y en especial de la zona de Piura y Tumbes y esto debido a su buen clima.
- Respecto al ranking de pescados finos, el entrevistado considera al :
  - Mero
  - Lenguado
  - Cojinova
- El sabor de estas especies es la principal razón del porque el entrevistado considera que son mejores.
- Asimismo, el entrevistado que estas especies se venden en los mercados en menor cantidad y por lo general los precios de estas especies son caras.

#### Aspectos de consumo del Lenguado

- El entrevistado compra de forma quincenal lenguado. Y lo hace en la quincena y en fin de mes.
- Respecto al lugar donde compra lenguado, el entrevistado menciona que lo hace en Minka y si allí no encuentra busca la especie en el mercado de Fawcett con Av. Venezuela y la cantidad que suele comprar por ocasión es de 3 a 4Kg.
- La presentación que el entrevistado suele consumir lenguado es filete o entero.
- Dada la versatilidad de la especie, el entrevistado menciona que consume el producto en horno, a la plancha, en ceviche
- Considera al lenguado es un pescado fino, de carne exquisita.
- Además, considera que el lenguado es ideal para preparar ceviches y esto se debe porque su carne es de color blanca.

#### Opinión de Precio de Lenguado

- El entrevistado considera que el precio de lenguado no es económico, puede variar de S/ 35.0 a S/ 60.0 por kilogramo y va depender del tamaño del pescado.
- **OPINION:**
  - ***SI SE DA EL INCREMENTO PRODUCCION DE LENGUADO, EL ENTREVISTADO CONSIDERA QUE ESO SUCEDE Y EL PRECIO DEL PESCADO BAJA, ENTONCES MAS PERSONAS PODRÍAN CONSUMIR DICHO PRODUCTO.***

#### ¿Quiénes compran lenguado?

- Desde la óptica del entrevistado, El lenguado es un producto adquirido principalmente personas de mayor nivel socioeconómico y por personas quieren darse un “gustito”.
- Asimismo, cuando el entrevistado, menciona que desea comer lenguado en el restaurante y no encuentra, este suele solicitar algún plato que tenga corvina o cojinova.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**El entrevistado considera que el lenguado tiene como sustituto a la corvina que es de color blanco.**

**Otra especie como el ojo de uva es considerada competencia de lenguado, dado, que se adapta en la preparación de diferentes platos.**

**Asimismo, el entrevistado considera que la corvina y el ojo de uva tienen un agradable sabor.**

#### Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- El entrevistado ha escuchado la existencia de criaderos de lenguado pero desconoce la calidad del producto
- Sin embargo considera que el pescado en granja no tiene el mismo saber que un pescado de mar y esto se debe a los alimentos que se proporciona en la piscigranja.



## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 11

**Entrevistado:** DAVID

**Expertise:** INGENIERO PESQUERO – LABORA EN MINISTERIO DE PRODUCCION.

### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

#### *Evaluación de Sector Acuicultura en el Perú*

- El entrevistado sugiere que el sector pesquero va crecer y especialmente el sector de acuicultura.
- Las razones que percibe que el sector acuicultura crecerá y los factores determinantes de estas perspectivas de desarrollo son:
  - El clima del Perú,
  - la creciente demanda interna,
  - la economía peruana que sigue creciendo,
  - las políticas públicas que viene dando el gobierno.
  - Y el boom gastronómico que impulsa a consumo de especies marinas.
- Sin embargo, el entrevistado reconoce que aún existen barreras o debilidades en este sector de acuicultura como son:
  - El sector requiere de infraestructura para ser competitivo en el mercado,
  - Las empresas que se dedican a la acuicultura deben contar o modernizar su sistema de frío.
  - Fortalecer y tener mayor presencia y Soporte Institucional.
- Asimismo, el entrevistado menciona que en el país las condiciones de cultivo son buenas, y su opinión se basa en la existencia de casos exitosos de cultivo de especies en el país, como son:
  - Paiche,
  - Trucha,
  - Tilapia,
  - Concha de abanico y

- Langostinos.
- Asimismo, el entrevistado considera que la **acuicultura de lenguado** es incipiente y la oferta tiene problema para generar una producción interesante. Del mismo modo, considera que la institución IMARPE pone barreras muy altas para que una empresa dedique al cultivo de esta especie.

**Verbatim:** *“Según empresarios chilenos no ven rentable la acuicultura de lenguado en el Perú y esto se debe por las trabas burocráticas”.*

**Verbatim:** *“una empresa coreana quiso introducir una especie de lenguado para cultivo en el Perú, invirtió cinco millones de dólares, e IMARPE no dio la autorización, y la empresa tuvo que retirarse”.*

#### Opinión del Lenguado:

- El entrevistado reconoce al lenguado como una especie nativa del Perú y que tiene un agradable sabor, sin embargo aún no es reconocido a nivel mundial como lo es la especie HIRAME (lenguado japonés).
- El entrevistado menciona que el avance de la crianza del HIRAME es famosa por que logra el crecimiento de la especie en doce meses y esto se debe a su crecimiento genético.
- Asimismo, el entrevistado que actualmente no hay cuota para la extracción de esta especie (lenguado), por el consumo y la producción viene regulado por la oferta y demanda, esto indicaría que el lenguado peruano no sea para todos.
- Del mismo modo, el entrevistado piensa que el lenguado no debe congelarse, y esto porque afecta de forma directa la textura del pescado, perjudicando la calidad del mismo.
- Por otro lado, el entrevistado considera que los hoteles y restaurantes son los principales compradores de lenguado fresco y esto se debe para ofrecer una gama alta para sus comensales.
- Del mismo modo, el entrevistado está convencido que existe una necesidad de parte de los hoteles y restaurante por contar pescados finos (lenguado, cojinova, corvina, etc) y no se puede hablar de fidelidad a una especie, dado que esto va depender de lo que llegue al terminal.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

**Para el entrevistado, el lenguado tiene un sustituto que es la corvina, por su carne blanca y en segundo lugar el mero.**

Sin embargo, el entrevistado reconoce que hay comerciantes que hacen pasar la liza como si fuera lenguado, perjudicando a los clientes.

Percepción Incremento de Demanda de Lenguado

- El entrevistado considera que tanto en extracción y en acuicultura todo lo que se vende, en ese sentido, considera que si existe más lenguado igual se debería vender.

Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- El entrevistado manifiesta que si conoce la existencia de empresa que se dedique a la acuicultura de lenguado.
- EL entrevistado menciona a la empresa Pacific Deep Frozen la misma que está realizando una fuerte inversión para desarrollar tecnología y actualmente tiene una producción de una tonelada anual, lo cual resulta ser marginal.
- Asimismo, el entrevistado informa que la empresa Pacific Deep Frozen viene postulando a fondos de inversión de proyectos innovadores del Ministerio de Producción.
- Respecto al sabor del lenguado de acuicultura, el entrevistado considera que esto es muy similar al lenguado fresco de mar, y que los consumidores no deben percibir diferencia alguna.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 12

**Entrevistado:** PAUL BALTAZAR

**Expertise:** INGENIERO PESQUERO.

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Evaluación de Sector Pesquero*

- El entrevistado comunica que desde su óptica el futuro debe orientarse hacia la acuicultura. Además que este sector requiere diversificación e investigación (este último no se hace en el país). Y para ello el estado debe implementar leyes y atraer paquetes tecnológicos.
- Asimismo, el entrevistado considera que el crecimiento del sector se viene dando por los volúmenes de producción de las especies cultivadas como: trucha, concha de abanico, langostinos y otros.
- Por otro lado, el entrevistado consideran que las especies: cabrilla, cojinova y corvina tienen oportunidad de ser trabajada en el sector acuicultura.
- Respecto a las instituciones que ven este tema, como son IMARPE y FONDOPEZ, no replican investigaciones en acuicultura y que el enfoque están asociadas a especies como anchoveta, pota, merluza.
- Una crítica que realiza el entrevistado es que cada vez que hay cambio de gobierno existen cambios de políticas y que los nuevos encargados públicos no consideran lo que avanza una gestión anterior, lo cual repercute de forma negativa en todo el sector.

##### *Recomendaciones del Entrevistado*

- El entrevistado manifiesta que desde su óptica el recomendaría que la inversión debería de hacerse en especies que tienen comprobado éxito en el mercado. Y ello, porque es lo más saludable y no es tan arriesgado para un inversionista.

- Asimismo, considera que nuestro país debe imitar lo que realizó CHILE en la especie Salmón, el cual es de origen noruego. es decir, generaron políticas que fueron respetados por los gobiernos.
- Del mismo modo, el entrevistado que el estado debe atraer especialistas en el tema acuicultura, y capacitarlos de forma permanente. Actualmente solo se favorecen a burócratas que piensan más en los viáticos que en la innovación.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 13

**Entrevistado:** NELLIDA LEON – DNI: 25558745

**Expertise:** CONSUMIDOR FRECUENTE DE LENGUADO

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Opinión de Productos Marinos Peruanos*

- La entrevistada manifiesta que nuestro mar tiene diversas variedades desde jurel, bonito hasta corvina y lenguado.
- Asimismo, considera que el pescado es un alimento saludable y que se está alejando de la mesa familiar por el elevado precio.
- Respecto al color de pescado, la entrevistada considera que el pescado negro (lisa, bonito) son más saludables, sin embargo, ella prefiere el pescado que tiene carne blanca.

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- El entrevistado considera que existen especies de muy buena calidad en nuestro Perú como el lenguado, corvina y la cojinova.

##### **Verbatim:**

- “El lenguado tiene carne de color blanca y su sabor no parece a pescado, tiene un sabor muy agradable”
- Respecto al ranking de pescados finos, el entrevistado considera al :
  - Lenguado
  - Corvina
  - Cojinova

##### *Aspectos de consumo del Lenguado*

- La entrevistada considera que estos pescados (lenguado, cojinova) lo consume en restaurante o en reuniones familiares dado que aprovecha se compra y se da su gusto.

- La presentación que la entrevistada suele consumir lenguado es en filete porque se disfruta y se siente el pescado
- Dada la versatilidad de la especie, el entrevistado menciona que consume el producto lenguado en ceviche y frito (lo cortaba en cuadraditos para que coma su hijo).
- Además, considera que el lenguado es un buen pescado que por su color, sabor, textura y el precio es un pescado gourmet.
- **OPINION:**
  - ***SI SE DA EL INCREMENTO PRODUCCION DE LENGUADO, LA ENTREVISTADA CONSIDERA QUE ESO SUCEDE, ELLA PODRIA CONSUMIR MAS LENGUADO.***
  - ***ASIMISMO, CONSIDERA QUE EL PRECIO DE LENGUADO DEBERÍA BAJAR PARA QUE MAS PERSONAS PRUEBEN ESTA ESPECIE QUE ES MUY BUENA Y DE EXQUISITO SABOR.***

#### Productos Sustitutos al Lenguado

La entrevistada considera que el lenguado tiene como sustituto a la cojinova y a la corvina que son pescados de color blanco, y tienen precio alto como el lenguado.

Sin embargo, la entrevistada considera que los comensales en general no diferencian los sabores de los diversos pescados y por ello, pueden ser “engañados”.

#### Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- La entrevistada NO ha escuchado la existencia de criaderos de lenguado Y DUDARIA DE LA CALIDAD del producto
- La desconfianza desde la óptica de la entrevistada, considera que el pescado en granja no tiene el mismo saber que un pescado de mar y dudaría en comprar este producto.

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**ENTREVISTA:** Nro 14

**Entrevistado:** KARY SANCHEZ –

**Expertise:** CONSUMIDOR FRECUENTE DE LENGUADO

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Opinión de Productos Marinos Peruanos*

- La entrevistada manifiesta que EL PERÚ ES UN PAIS BENDECIDO POR ESPECIES MARINAS.
- Asimismo, considera que EXISTE PESCADO PARA TODO LOS GUSTOS, desde los ECONOMICOS y de agradable sabor como el pejerrey hasta los tipo gourmet como LENGUADO.

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- La entrevistada considera que existen especies ideales para cada plato, como por ejemplo para sanguche pejerrey frito, para escabeche existe el bonito, para un pescado frito se tiene la trucha, chita y para ceviche se tiene al lenguado, toyo y perico.

##### **Verbatim:**

- “Las reuniones familiares lo hacemos en mi casa, y cuando queremos comprar pescado nos vamos al terminal y compramos varias especies de pescados y varios kilos, compramos pescado para hacer ceviche, pescado para jalea y agregamos mariscos”
  - La entrevistada no puede hablar de rankings de mejores pescados, sin embargo tiene un ranking de pescados que presentan elevados precios. En ese sentido considera que el precio del lenguado esta por las nubes y los otros pescados similares como cojinova, ojo de uva.

##### *Aspectos de consumo del Lenguado*

- La entrevistada considera que el lenguado es muy exquisito, sin embargo por el costo del producto solo consume en restaurantes.



- Asimismo, la entrevistada menciona que hay buenos restaurantes que sirve lenguado de calidad. Menciona que en Pecados y Capitales si venden lenguado original.
- Asimismo, la entrevistada que los buenos restaurantes acaparan buen lenguado y ello lo hacen porque los comensales reconocen que Perú esta teniendo un boom gastronómico.
- Asimismo, la entrevistada menciona que si va al restaurante y no encuentra lenguado suele comer lo que el local recomiende (sea cojinova, ojo de uva, etc).
- **OPINION:**
  - ***SI SE DA EL INCREMENTO PRODUCCION DE LENGUADO, LA ENTREVISTADA CONSIDERA QUE LOS RESTAURANTES SERIAN LOS MAS BENEFICIADOS Y NO TANTO LOS CONSUMIDORES, DADO QUE EL PRECIO DE LA ESPECIE ES ELEVADO***

Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- La entrevistada NO ha escuchado la existencia de criaderos de lenguado.
- Sin embargo, sugiere que se requiere mayor información y difusión de los beneficios de la crianza por este método.

## **ANEXO 3**

### **PÚBLICO OBJETIVO - CONSUMIDORES –**

#### **GUIA DE PAUTAS - ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE LA EVALUACION DE LOS PRODUCTOS: PESCADO LENGUADO**

##### **Calentamiento**

- Agradecer por el tiempo otorgado para la entrevista.
- Explicación de las normas básicas de la entrevista (explicar el porqué de la grabación; decir al entrevistado que no hay respuestas buenas ni malas, lo importante es que pueda comentar todas las experiencias, recuerdos y opiniones que tenga en base a lo que se está preguntando).
- Nombre, edad, ocupación, experiencia en el sector.

##### **Exploratorio sobre ¿Opinión de los Productos Marinos Peruanos?**

- ¿Qué beneficios tiene una persona si consume de forma frecuente pescado?
- ¿Y Qué desventajas tiene una persona si consume de forma frecuente pescado?
- ¿Dígame por favor cuál es su opinión de las especies marinas que proporciona nuestro mar peruano? ¿Son de calidad o no? ¿Por qué menciona eso?
- **¿Usted ha consumido especies de origen de otros países? ¿Qué especie ha sido? ¿Y cual es su opinión?**
- ¿Qué especies conoce que proporciona nuestro mar peruano?
- ¿Para usted sabe cuáles son las especies de carne blanca y cuáles de carne oscura? ¿Hay diferencia en el sabor por el color de pescado? ¿Por qué dice eso?

- ¿Qué especies para usted se vende en mayor medida en los mercados?

#### **Exploratorio sobre ¿Preferencia de Productos Marinos?**

- ¿Dígame para Usted de donde proceden los mejores pescados del mar peruano, del Norte, Sur?  
(E: Especifique zona)
- ¿Por qué considera eso?
- **¿Pensando en pescados, para Usted cuales son las mejores especies de pescado que nuestro mar peruano ofrece?**
- ¿Y cómo determina si una especie de pescado es mejor que otra? E: Profundizar.

#### **Opinión de Lenguado**

- ¿Usted qué piensa del pescado Lenguado, es de agrado o no para el público? ¿Por qué dice eso?
- **¿Qué aspecto valora el lenguado, que hace diferente frente a otras especies?**

#### **Sustitutos**

- ¿Para Usted, que especies pueden sustituir al lenguado? ¿Por qué dice eso?
- ¿Si Usted va a un restaurante y desea comer lenguado y no encuentra, ¿ Por qué pescado preferiría cambiar? ¿Corvina, Mero, Lengüeta? (E: Indagar)
- **¿Cuál es el canal de venta o punto de venta para realizar las compras de los productos tipo lenguado y sustitutos?**

#### **Aspectos de compra**

¿Dónde suele comprar lenguado? ¿En terminales? ¿En Mercado? ¿En supermercados? (E: especificar e indagar por cada canal)

- ¿Cuánto kilogramos suele compra por punto de venta? ¿Por qué compra esa cantidad? ¿Hay posibilidades de comprar mayor cantidad?
- ¿En qué ocasiones suele comprar lenguado?
- **¿Y Dígame por favor, en que presentaciones se puede comprar lenguado?**
- **¿usted tiene conocimiento sobre problemas o restricciones para comprar lenguado? ¿Cuáles?**
- **¿Dígame que se puede hacer para comercializar cuando se tiene productos con época de contraestación? (Profundizar)**

#### **Exploratorio sobre ¿Precio?**

¿Qué piensa del precio actual de la especie lenguado, camarón? ¿Es económico, caro? ¿Por qué dice eso?

¿Puede decir cuánto es el precio actual del lenguado? ¿Y este precio es similar en los diferentes canales de venta? ¿Por qué cree que existe este diferencial?

#### **OPINION**

- **¿Usted cree que si trae más lenguado al mercado, el público compraría en mayor medida este producto? ¿Por qué dice eso?**
- **¿Desde su percepción quienes serían los públicos objetivos (clientes que comprarían en mayor medida lenguado? ¿Por qué cree eso?**
- **¿Usted cree que el incremento de restaurantes y hoteles generarían mayor demanda sobre el lenguado?**

#### **Aspectos de consumo**

- ¿En qué platos se suele consumir el lenguado? ¿Algún otro?

- Y en que presentación suele comer?
- ¿Dónde suele comer lenguado? En restaurante?, en casa? (E: Profundizar)

**Exploratorio sobre ¿Oferta de Productos CULTIVADOS?**

- ¿Usted tiene conocimiento de alguna empresa que se dedique a la comercialización de lenguado?
- Usted ha escuchado sobre criaderos de pescado? ¿Y qué piensa de estos criaderos? ¿Cree que tiene futuro?
- **Usted cree que hay diferencia entre un lenguado de un criadero y un lenguado de mar? ¿Por qué dice eso?**
- ¿Qué piensa del sabor de las especies que se crían en estos criaderos de peces? ¿Por qué dice eso?
- Usted ha escuchado sobre criaderos de camarones? ¿Y qué piensa de estos criaderos? ¿Cree que tiene futuro?
- **Usted cree que hay diferencia en la calidad entre un producto de criadero y otro que no es de criadero? ¿Por qué dice eso?**

## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

**Entrevistadas:** Consumidoras de lenguado, camarones de río

**Perfil:** Mujeres mayores de 45 años de nivel socioeconómico AB

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Opinión de Productos Marinos Peruanos*

- Los entrevistados consideran que nuestro mar tiene variedad y los pescados tienen buen sabor.
- Consideran que existe ventajas de comer pescado dado que es fuente de omega 3 y proteínas, en especial los pescados de carne negra como la caballa, bonito, jurel y atún.
- Del mismo modo, las entrevistadas recomiendan comer pescado con escamas, debido a la creencia que son más saludables.
- Las entrevistadas consideran que No existe desventaja alguna en comer pescado todos los días.

##### **Verbatim:**

*“Son más los beneficios que desventajas en comer pescado. Por ejemplo a las personas que sufren de colesterol les cae muy bien.”*

*“Esta comprobado si uno come pescado todos los días, uno se vuelve saludable”*

##### *Opinión de los Mejores Pescados*

- Los entrevistados mencionan que existen buenos pescados en el Perú, destacando los siguientes: Lenguado, en primer lugar, seguido de corvina, cojinova, chita y ojo de uva.
- Asimismo, existe la creencia que los mejores pescados proceden del Norte, y esto por el mar.
- Del mismo modo, consideran que los mejores pescados, los cuales tienen mejor sabor, no tienen muchas espinas y son aquellos de carne blanca.

##### **Verbatim:**

*“Yo le exijo a mi esposo comer a la semana comer pescado, nos hemos acostumbrado y nuestros hijos comen por nosotros”.*

#### Aspectos de consumo del Lenguado

- Las entrevistadas consideran que el lenguado tiene un mejor sabor y no deja olor fuerte de pescado.
- La percepción de las entrevistadas es que en antes el mercado existía abundancia de lenguado y ahora no.
- El lenguado es versátil y se puede prepararse en diversos platos como ceviche, en filete, frito.
- Asimismo, las entrevistadas consideran que los restaurantes acaparan todo el pescado en especial el lenguado y que cada plato venden en promedio de S/ 40.0 a S/50.0.
- Respecto a los lugares de compra del lenguado, las entrevistadas consideran que en los supermercados Wong, Tottus y en el mercado San Luis de Javier Prado suelen encontrar dicha especie, no vana terminal de Villa María.
- Del mismo, cuando las entrevistadas compran lenguado fresco, suelen preparar ese mismo día.

#### **Verbatims:**

*“El lenguado es el rey y esto se debe a su agradable sabor”.*

*“Yo pienso que el lenguado es un pescado muy gourmet para cocinar en casa, por ello, lo como en restaurante”*

*“Cuando como en restaurante lenguado, lo pido como filete, es muy agradable y no hay espinas”*

#### Aspecto asociado al precio del Lenguado

- Respecto al precio de lenguado, las entrevistadas consideran que tiene un precio muy alto que son prohibitivos.

#### **Verbatims:**

- *“En Wong he visto a S/ 140.0 el kilogramo de filete de lenguado, me parece carísimo”.*

- Asimismo, las entrevistadas consideran que si habría más lenguado en el mercado, existiría más posibilidades de comprar dicha especie, y eso debe ir de forma conjunta con un precio menor.
- Respecto a la percepción de existir más restaurantes en el mercado de Lima, ello, incrementaría la compra de lenguado.

#### **Productos Sustitutos al Lenguado**

Las entrevistadas consideran que el lenguado es un pescado fino, sin embargo, cuando van a un restaurante y no encuentran dicha especie, suelen pedir de preferencia un pescado de carne blanca como la cojinova. Una entrevistada mencionó que pide salmón que es un pescado de buen sabor

Asimismo, el entrevistado considera que la corvina y el ojo de uva tienen un agradable sabor.

#### **Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado**

- No existe conocimiento de alguna empresa de piscigranja.
- Existe percepción que el sabor de un lenguado de piscigranja es de menor calidad que un pescado fresco de mar.
- Asimismo, las entrevistadas manifestaron su rechazo al lenguado de criadero



## **IDEAS FUERZA - EVALUACION DE ESTUDIO EXPLORATORIO DE PRODUCTOS:**

### **LENGUADO**

#### **SEGUNDO MINIFOCUS**

**Entrevistadas:** Consumidoras de lenguado, camarones de río

**Perfil:** Mujeres mayores de 40 años de nivel socioeconómico AB

#### **TEMA 1: ASPECTOS GENERALES**

##### *Opinión de Productos Marinos Peruanos*

- Los entrevistados consideran que la calidad de los pescados de nuestro mar son de muy buena.
- Consideran que existen especies que están desapareciendo lo cual da pena, como es el caso de la cojinova que ya no encuentran en el mercado.
- Asimismo, las entrevistadas consideran que los pescados de carne blanca porque tiene mejor sabor y olor, sin embargo, reconocen que los pescados oscuros contiene omega3,
- Del mismo modo, consideran que los pescados de carne blanca tienen una buena textura es decir tienen más fibra y que no se deshaga la carne.

##### **Verbatim:**

*“Ahora cuando hablas de pescado, da pena, ya no encuentras las especies que uno consumía, antes había bastante variedad”.*

*“Lo rico del pescado es la frescura”.*

*“Yo prefiero comer pescado de carne blanca por tradición, mis padres solo comían filete y la parte negra lo botaban”.*

*“Yo pienso que no hay desventaja de comer pescado y NO ENGORDA”.*

**Asimismo, consideran que existen personas que desconocen de especies y tienen miedo a consumir pescado por la percepción del olor fuerte que deja consumir el producto.**

#### Opinión de los Mejores Pescados

- Las entrevistadas mencionan como mejores pescados destacan los siguientes: Lenguado, en primer lugar, corvina y chita.
- Del mismo modo, consideran que los mejores pescados, los cuales tienen mejor sabor, no tienen muchas espinas y provienen del sur y esto se debe a que las aguas del sur son frías.
- Asimismo, existe la creencia que los peores pescados son los que están cerca de la orilla y son los más sucios.

#### Aspectos asociados al lenguado

- El lenguado es un excelente pescado que es ideal para ceviches y tiraditos.
- El lenguado tiene carne fina y se come en la casa en restaurantes y lo consideran darse un gusto.
- El lenguado es versátil y se puede prepararse en diversos platos como ceviche, en filete, frito.
- El lenguado es un pescado rendidor, tiene un buen sabor y no tiene olor a pescado.

#### **Verbatim:**

*“El lenguado para un gustito es bueno y lo consumo en un restaurante.”*

- Asimismo, las entrevistadas consideran que cuando compran lenguado, suelen comprar de 1kg a 1.5kg pensando la preparación para cuatro personas.
- Respecto a los lugares de compra del lenguado, las entrevistadas consideran que lo hacen en el mercado y la razón de compra en ese lugar es que perciben que es fresco y tiene una alta rotación. Asimismo, piensan que los pescados que se comercializan en los supermercados tienen varios días y por ello no son frescos.

#### Aspecto asociado al precio del Lenguado

- Respecto al precio de lenguado, las entrevistadas consideran que tiene un precio alto y por eso se considera como un gustito para la familia.

#### Productos Sustitutos al Lenguado

Las entrevistadas consideran que los sustitutos del lenguado son: corvina, mero y la chita en especial en fritura.

Conocimiento de Existencia de Piscigranjas de Lenguado

- No existe conocimiento de alguna empresa que se dedique a la piscigranja de lenguado, eso si conocen que existen acuicultura para otras especies como: tilapia, truche, etc.
- Existe percepción que el sabor de un lenguado de piscigranja es de menor calidad que un pescado fresco de mar.
- Asimismo, las entrevistadas manifestaron que la única forma de venta de pescados procedentes de acuicultura se comercializan de forma congelada.

## ANEXO 4

### ABASTECIMIENTO DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS EN EL MERCADO MAYORISTA PESQUERO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO SEGÚN PRINCIPALES ESPECIES: 2007 – 2013 (Kg)

Especie	2007	2,008	2,009	2,010	2,011	2,012	2,013
ABALON/CHANQUE/TOLINA			40			26,460	
AGUJA			8,000				19,000
ALMEJAS			5,200				
ANCHOVETA			9,200	1,100		7,380	
ATUN/TUNO			1,500	17,940	59,780	1,300	82,100
BASA						2,400	
BERECHE			44,600	1,000	10,500	200	122,750
BONITO		3,156,734	2,105,811	1,273,395	1,130,130	1,433,051	4,134,185
CABALLA		1,379,981	1,923,082	315,546	352,078	430,480	1,005,492
CABINZA		109,618	114,200	77,592	41,732		33,400
CABRILLA			459,861	25,360	7,000	1,500	13,000
CABRILLA VOLADORA				107,340	59,220	26,500	10,000
CACHEMA			91,060	92,560	20,960	7,130	217,000
CALAMAR		554,289	923,745	913,388	759,056	943,061	836,626
CAMARON			51,320	28,690	7,840	1,600	
CAMOTILLO		354,730	875,842	314,650	47,000	9,000	365,400
CANGREJO/JAIVA		172,002	241,988	288,659	225,278	186,203	9,953
CARACOL			7,520	100			
Carajito			479,964	118,910	31,260	1,440	4,000
CASTAÑETA							1,000
CHARELA			43,254	39,708	27,370	44,502	125,510
CHAVELO							98,300

**“Servicio de consultoría para la elaboración del estudio de mercado del lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao”**

CHIRI		206,565	243,312	328,890	334,736	58,180	329,300
CHITA			4,800	1,000		2,500	
CHORO	1,632,380	1,823,770	2,325,540	1,975,436	2,297,719	1,806,769	2,082,978
CHUMBO			3,800				
COCO/SUCO			8,000	2,000			
COJINOVA		149,894	60,596	20,820	90,066	20,578	60,560
CONCHA DE ABANICO		119,650	243,285	144,508	12,220	2,260	
CONCHA NEGRA			43,660	43,200	9,820	3,435	
CONGRIO			4,310	500			7,200
CONGRIO GATO			1,000				
CORVINA			29,662	34,060	30,800	30,094	66,300
CORVINA DORADA			48,200	13,500	12,680		
DONCELLA				3,000			41,300
ESPEJO			71,976		8,120	2,000	25,000
FORTUNO			1,000	3,000	2,000		3,500
JUREL	17,187,511	10,655,339	7,742,853	7,214,750	12,031,063	7,616,360	4,434,085
LANGOSTINO		563,592	927,152	1,070,979	1,133,278	1,655,854	1,755,801
LENGUADO			2,145				
LENGÜETA			3,690	7,900		1,510	
LISA	860,205	1,567,742	1,050,014	707,594	958,351	996,960	1,175,530
LORNA		190,388	197,698	129,450	150,940	9,130	86,300
MACHETE			92,128	89,604	1,300	5,500	53,720
MERLUZA		530,400	1,048,044	1,873,050	598,568	732,952	1,945,728
OTRAS ESPECIES			16,286,479	18,813,905	21,476,058	25,845,073	26,066,921
OTROS MARISCOS			304,508		72,570	383,137	
OTROS PECES			36,883	66,386	45,830	288,347	879,476
OTROS PECES x	21,118,795	16,992,046					

**“Servicio de consultoría para la elaboración del estudio de mercado del lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao”**

PAMPANO			11,688	1,500	2,000		4,500
PARDO			17,000	2,500	4,500		3,000
PEJE LUNA			2,000				
PEJE/PEZ GALLO			2,700				
PEJERREY		123,742	233,211	163,030	144,600	93,480	59,920
PERICO	4,817,426	5,215,753	5,702,718	5,922,073	2,947,814	5,631,128	6,511,123
PESCADILLA			47,350	2,800			
PEZ ESPADA			44,200	52,930	87,440	144,310	198,700
PEZ VELA			41,800	18,950			
PICUDO			4,000	6,250	18,390	8,500	3,000
PINTADILLA				3,000			
POTA	5,350,446	5,478,854	6,015,992	5,380,969	5,162,286	4,398,490	5,600,024
PULPO			98,300	175,999	99,560	7,860	3,000
RAYA							3,500
REYNETA		157,610	626,336	449,113	1,342,956	1,124,814	78,820
ROBALO			500				2,000
SALMON			28,894	15,335			
SIERRA			7,000	1,000	2,000		4,000
TIBURON AZUL				6,000			
TIBURON DIAMANTE				2,000			
TILAPIA		389,162	393,932	548,844	388,517	600,718	859,940
TOLLO		640,738	756,117	701,372	1,278,670	507,082	701,080
TOLLO AZUL				322,832	10,000	3,360	
TOLLO DIAMANTE				57,160	1,500	4,000	
TOLLO ZORRO				30,500	2,300		
TRUCHA		284,933	416,132	434,485	408,811	430,700	90,890
VOLADOR				86,200	111,000	30,000	470,000

YUYOS			117,013	73,988	54,430	7,720	595
<b>Total General Kg</b>	<b>50,966,763</b>	<b>50,817,532</b>	<b>52,733,803</b>	<b>50,618,299</b>	<b>54,112,097</b>	<b>55,575,007</b>	<b>60,685,507</b>

Fuente: Reporte diario de ingreso al Mercado Mayorista Pesquero de Multimercados Zonales

Elaboración: PRODUCE-OGTIE-Oficina de Estadística

## ABASTECIMIENTO DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS EN EL MERCADO MAYORISTA

### PESQUERO DE VENTANILLA SEGÚN PRINCIPALES ESPECIES: 2007 - 2013 (Kg)

Especie	2007	2,008	2,009	2,010	2,011	2,012	2,013
ABALON/CHANQUE/TOLINA						7,000	
AGUJA			28,000	35,500	76,880	71,600	110,500
ALMEJAS			44,810	78,450	70,198	82,890	101,490
ANCHOVETA				2,500	3,600	7,000	
ANGELOTE			2,500				
ATUN/TUNO			10,000	46,950	97,097	30,400	35,500
BAGRE							1,000
BARRACUDA						1,000	
BARRILLETE			4,000	11,000	64,610	6,000	17,400
BERECHE			387,600	163,370	539,500	467,030	220,800
BONITO	2,633,800	10,184,800	7,266,930	3,090,180	2,994,355	5,425,721	8,757,099
BOQUICHICO							800
BOTELLA			11,000	15,000	10,200		
CABALLA	3,840,500	4,023,900	5,918,600	1,565,197	1,647,356	2,411,013	3,810,275
CABINZA		1,079,800	1,528,500	1,371,745	1,061,774	575,553	497,120

**“Servicio de consultoría para la elaboración del estudio de mercado del lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao”**

CABRILLA			260,820	102,640	121,510	39,800	148,580
CACHEMA			665,500	828,350	899,330	734,720	1,017,850
CALAMAR			653,000	443,090	37,000	660,070	838,600
CAMARON			35,500	63,530	87,720	61,660	109,235
CAMOTILLO	1,649,000		586,440	491,780	504,620	622,050	396,230
CANGREJO/JAIVA			234,650	335,470	489,510	668,592	594,014
CARACHAMA							1,500
CARACOL			136,400	188,465	185,435	129,495	141,901
Carajito			7,500		3,500	5,000	
CHARELA			5,000	2,280	4,000	4,000	27,850
CHAVELO							500
CHERLO			3,200				
CHILINDRINA			4,400	10,000	1,000		214,050
CHIRI	1,404,800	1,160,200	1,428,450	2,694,432	2,765,459	2,098,800	1,863,249
CHITA			1,700	100		500	3,200
CHORO	1,342,800	1,266,550	1,548,400	1,182,365	904,220	581,060	590,489
CHUMBO			33,500	153,950	84,000	5,000	44,000
COCO/SUCO			66,600	16,500	21,600	11,600	2,500
COJINOVA			83,300	78,880	165,160	40,400	75,150
CONCHA DE ABANICO			97,310	238,015	321,485	201,105	217,365
CONCHA NEGRA			57,260	74,590	144,900	154,960	149,140
CONGRIO			800	1,000		1,000	9,350
CONGRIO NEGRO							400
CONGRIO ROJO							350
CORVINA			75,500	65,100	278,240	148,650	120,950
CORVINA DORADA			53,700	30,000		4,000	5,500
DONCELLA			15,500	54,400	8,206	49,200	251,567



**“Servicio de consultoría para la elaboración del estudio de mercado del lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao”**

ERIZO							7,820
ESPEJO			375,500	105,900	135,650	288,100	187,072
Exocoetus Volitans Linnaes			800				
FORTUNO			3,500				3,000
JUREL	36,214,340	21,744,000	21,171,200	20,922,463	32,645,619	24,028,761	15,928,705
LANGOSTINO			95,920	131,000	295,210	443,400	449,034
LAPA							23,401
<b>LENGUADO</b>			<b>2,950</b>				<b>4,950</b>
LISA	2,871,200	3,920,400	4,138,102	2,689,633	3,244,532	3,870,140	3,568,995
LORNA	2,011,700	3,046,300	2,985,740	3,349,148	3,014,482	2,526,474	2,078,887
MACHAS			200	1,300			
MACHETE			1,266,100	960,947	321,940	446,230	582,565
MEJILLON			13,510	51,930	37,915	30,471	62,670
MERLUZA		2,128,500	3,055,000	4,271,555	2,997,697	2,915,055	6,378,268
MERO			4,000	1,500			750
MERO MURIQUE							150
MIS MIS							2,000
OTRAS ESPECIES			107,000	21,020	35,350	22,450	750,489
OTROS MARISCOS			233,965	279,982	284,440	260,485	33,550
OTROS PECES		1,915,622	2,041,000	1,483,650	1,353,900	1,178,430	912,902
OTROS PECES x	8,218,988	6,070,824					
PALOMETA							1,500
PAMPANO			32,000	11,300	10,300	20,500	5,100
PARDO			81,900	9,500	87,100	185,000	60,450
PEJE BLANCO			12,000	1,500			5,150
PEJE LUNA			10,000				
PEJE/PEZ GALLO							3,250

***“Servicio de consultoría para la elaboración del estudio de mercado del lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao”***

PEJERREY	3,240,700	2,950,300	3,482,150	2,188,812	1,400,790	2,062,265	2,183,935
PEPINO DE MAR							8,000
PERICO	6,282,000	7,699,300	7,505,380	7,125,115	3,256,801	7,074,509	6,730,513
PESCADILLA			12,000		500	7,000	
PEZ ESPADA			275,650	89,140	388,974	558,430	357,180
PEZ HOJA			18,000	29,501	37,500	19,500	7,000
PEZ VELA			117,000	30,180	171,848	347,990	53,810
PICO DE PATO				420		410	2,760
PICUDO				6,500	6,000	2,500	7,300
PINTADILLA			14,000	8,700	3,850	3,700	14,500
POTA	9,501,300	10,809,800	11,258,300	9,263,406	7,099,250	8,367,300	8,739,550
PULPO			2,000	13,870	2,700		18,950
RAYA			6,000	36,300	19,420	21,050	42,750
REYNETA			377,600	363,700	1,263,236	812,460	53,503
SABALO							300
SARDINA						7,600	300
SEMITA				32,500	24,100	6,000	
SIERRA			68,500	37,800	60,000	21,500	8,600
TAMBORIN/MELVA					6,000		
TIBURON			51,500				
TIBURON DIAMANTE			2,000	5,200			
TILAPIA				9,000			11,500
TOLLO			40,000	284,110	981,620	660,140	379,670
TOLLO AZUL			662,702	455,760			305,550
TOLLO BLANCO							4,000
TOLLO CACHO				2,000			9,000
TOLLO CRUCETA			2,000				

**“Servicio de consultoría para la elaboración del estudio de mercado del lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao”**

TOLLO DIAMANTE			130,200	62,540			79,700
TOLLO ZORRO			5,000	81,610			12,140
TRAMBOYO			1,000	8,700	22,100	10,800	31,010
TRUCHA				17,500	62,500	116,300	88,050
VOLADOR			168,500	510,876	1,646,507	1,627,450	1,276,305
YUYOS			160,500	138,830	187,240	226,870	278,188
<b>Total General Kg</b>	<b>79,211,128</b>	<b>78,000,296</b>	<b>81,246,739</b>	<b>68,529,227</b>	<b>74,697,536</b>	<b>73,476,139</b>	<b>72,130,226</b>

Fuente: Reporte diario de ingreso al Mercado Mayorista Pesquero de Multimercados Zonales

Elaboración: PRODUCE-OGTIE-Oficina de Estadística

**ABASTECIMIENTO DE LOS RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS EN EL MERCADO MAYORISTA**

**PESQUERO DE MULTI MERCADOS ZONALES SEGÚN PRINCIPALES ESPECIES : 2003 - 2010 (Kg)**

<b>Especie</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
ANCHOVETA					76,346	75,053	26,020	
CABALLA	389,270	179,100		227,000	159,450			
CALAMAR	303,425	111,050						
CAMOTILLO				86,220				
CHIRI		113,150	123,120	76,470	92,950			
CHORO		111,750	118,200					
CONCHA DE ABANICO		111,380						
JUREL	902,867	1,152,300	713,850	132,120	106,570			
LISA	543,040	292,101						
MERLUZA		221,350	121,480					
OTROS PECES	1,835,504	2,305,682	2,640,756	1,083,195	728,504			
PEJERREY		191,250	111,070					

***“Servicio de consultoría para la elaboración del estudio de mercado del lenguado en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao”***

PERICO		150,950	494,130					
POTA	3,198,690	3,840,700	2,077,806	703,200	287,350	606,630	1,688,950	800,800
<b>Total General Kg</b>	<b>7,172,796</b>	<b>8,780,763</b>	<b>6,400,412</b>	<b>2,308,205</b>	<b>1,451,170</b>	<b>681,683</b>	<b>1,714,970</b>	<b>800,800</b>

Fuente: Reporte diario de ingreso al Mercado Mayorista Pesquero de Multimercados  
Zonales

Elaboración: PRODUCE-OGTIE-Oficina de Estadística