



PARTICIPACIÓN PERUANA EN LA FERIA

ANUGA 2011

Fernando Ego Aguirre

William Arteaga Donayre

Departamento de Agro y Agroindustrias

INFORME DE FERIA ANUGA 2011

INDICE:

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación	3
III.	Ficha Técnica de la feria	4
IV.	Información Comercial	5
	4.1 Nichos de mercados	
	4.2 Nuevas oportunidades comerciales.	
	4.3 Información de precios por producto	
	4.4 Nuevas tendencias	
	4.5 Nuevas tecnologías	
V.	Participación del Perú	12
	5.1 Expositores nacionales	
	5.2 Productos exhibidos	
	5.3 Actividades de promoción	
	5.4 Resultados	
	5.4.1 Cuantitativos	
	5.4.2 Cualitativos	
	5.5 Análisis de la Competencia	
VI.	Conclusiones y Recomendaciones	18
VII.	Anexos	19

I. Resumen Ejecutivo

La feria de ANUGA en Colonia, Alemania es considerada la Feria de alimentos y bebidas más importante del Mundo, es la que establece la agenda para el futuro siendo las razones de su éxito tres consideraciones muy simples: Atracción, Innovación e Información.

Atracción: Todos los tomadores de decisiones de Alemania van a ANUGA. Si su empresa está interesada en primer lugar en hacer negocios con Alemania, Anuga es la feria para la Internacionalización: Ninguna otra feria de alimentos y bebidas en el mundo atrae tantos participantes del exterior. Expositores y visitantes de todos los países del mundo se encuentran en Anuga para concretar negocios internacionales y hacer contactos. 6.607 expositores de 95 países (83% del extranjero) presentaron sus productos y servicios en un espacio de exposición de 304.000 metros cuadrados. 158.817 visitantes de 156 países participaron en Anuga, 52% del exterior

Innovación: Anuga presenta las últimas tendencias del sector. Todos los productos y conceptos relevantes están presentes y son discutidos en la feria, que es el lugar ideal para mostrar sus últimos desarrollos.

Información: Anuga está abierta sólo a profesionales del sector, y el poder de decisión de sus visitantes es el más alto que se pueda esperar en una feria. El concepto de feria de negocios y el programa que lo sostiene están diseñados en línea con los productos y las necesidades del sector de alimentos y bebidas, y coinciden con las de su empresa.

II. Antecedentes y Justificación

- ANUGA, se celebra cada dos años en la ciudad de Colonia, Alemania, en un área aproximada a 300,000 m², con acceso restringido a profesionales del rubro alimentos y bebidas y representantes de empresas del rubro alimentación, hostelería, restauración y colaterales. Es una feria bianual realizada en los años impares que comparte protagonismo con el Salón Internacional de Alimentos – SIAL que se realiza en París, Francia, en los años pares.
- ANUGA tiene las siguientes 10 sub-ferias según especialidades:

1. Productos Procesados	6. Productos Orgánicos
2. Productos Congelados	7. Productos de pastelería
3. Bebidas	8. Productos Frescos
4. Carnes	9. Maquinaria y Equipo para la Industria Alimentaria (catering)
5. Lácteos	10. Servicios y tecnología para detallistas

- ANUGA 2011 organizada por KOELNMESSE, Koln, Alemania, se llevó a cabo entre el 8 al 12 de Octubre. PROMPERU participa en forma ininterrumpida desde el 2001 promoviendo la oferta exportable de productos procesados
- Los resultados exitosos reportados por los empresarios del sector, en su momento han sustentado el incremento de áreas de exhibición convocando la mayor participación de empresas y la consecuente ampliación del portafolio de productos ofertados.

III. Ficha Técnica de la Feria:

Ámbito:	Productos procesados y congelados
Fecha:	08 al 12 de Octubre
Frecuencia:	Bianual
Edición:	XXXI
Director / organizador:	KOELNMESSE (www.koelnmesse.de)
Carácter:	Profesional especializado
Número de visitantes aproximado:	155,000
Número de expositores aproximado:	6,596
Lugar de celebración:	Colonia – Alemania
Horario de feria:	09:00 – 18:00 Horas
Precio de la entrada:	Venta por Internet o en la entrada de la feria. - Un día: 22 euros - Toda la feria: 92 euros
Superficie de exposición:	330.000 m ²
Organizador del Pabellón Peruano:	PROMPERU
Nivel de visitantes:	Compradores profesionales del sector alimentación, mayoristas, productores, importadores, medios de comunicación especializados, consultores.
Sectores y productos representados:	21 empresas que presentaron oferta exportable en 25 Stands, 19 en la zona FINE y 6 en la zona FROZEN. Se adjunta información detallada sobre el particular.
ANUGA FINE FOOD	: Hall 3.1 - 240 m2 / 19 Stands / 19 Empresas

ZONA FINE		REGION DE INFLUENCIA	AREA DE STAND	MONTO PAGADO	PRODUCTOS A OFRECER EN FERIA
1	INTERAMSA AGROINDUSTRIAL SAC	LIMA	9m2	MEDIANA	Quinoa, Kiwicha y maíz gigante
2	SUN PACKERS SRL	LAMBAYEQUE / LIMA	9m2	GRANDE 1	Frijoles, maíz gigante, quinoa, especias y productos naturales
3	CONSORCIO PERU MURCIA SAC	AREQUIPA	9m2	MEDIANA	Pimientos morrones y Alcachofas en conserva / cebolla frita
4	GANDULES INC. SAC	LAMBAYEQUE / LIMA	9m2	GRANDE 2	Pimientos y ajies en conserva; pimientos y ajies congelados
5	VINCULOS AGRICOLAS EIRL	LIMA	9m2	MEDIANA	Frijol Castilla, Quinoa, Gandules en conserva
6	APLEX PERU EIRL	LIMA	9m2	MEDIANA	Frijol Castilla, Menestras, Cacao, Quinoa
7	AGROINDUSTRIAS NOBEX SA	LIMA / TACNA / AREQUIPA	9m2	GRANDE 2	Aceitunas diversas presentaciones y Tapenades
8	CORPORACION MISKI SA	LAMBAYEQUE / LIMA	6m2	GRANDE 2	Páprika seca entera, y molida, Pallar, Ajies y Pimientos y Frejoles
9	DANPER TRUJILLO SAC	LA LIBERTAD / AREQUIPA	9m2	GRANDE 2	Esparrago, Alcachofa, Pimiento, Papaya y Mango en conserva
10	ALISUR SAC	PIURA / LIMA	9m2	GRANDE 1	Quinoa, Maíz Gigante Frejol Castilla y Menestras en general.
11	ICATOM SA	ICA	6m2	GRANDE 2	Pasta de Tomate, Tomate y Habas peladas IQF
12	ALSUR	AREQUIPA	6m2	GRANDE 1	alcachofas en conserva; alcachofas congeladas
12	CONSERVAS Y CONGELADOS CERRO AZUL	CAÑETE / LIMA	9m2	MEDIANA	alcachofas en conserva; alcachofas congeladas
14	TURMANYE FOODS SAC	LIMA	9m2	REMYPE	Turrón de Castaña, Aceites y Productos étnicos.
15	CAMPOSOL SA	LA LIBERTAD / LIMA	9m2	GRANDE 2	Espárragos, pimientos y mangos en conserva
16	MULTIFOODS SAC	LIMA	6m2	GRANDE 1	Jugo de Limón, Jaleas y Salsas envasados.
17	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU	LA LIBERTAD / LIMA	9m2	GRANDE 2	Espárragos, Alcachofas y pimiento piquillo en conserva
18	TECNOLOG. & PROCESOS ALIMENTARIOS	SAN MARTIN / LIMA	6m2	REMYPE	Palmitos, fondos de Alcachofa y pimientos en conserva
19	MACHU PICCHU FOODS	LIMA	9m2	GRANDE 2	Cacao en grano, pasta y manteca; barras de chocolate

ANUGA FROZEN FOOD

: Hall 4.2 / 6 Stands / 6 empresas

ZONA FROZEN		REGION PRINCIPAL DE INFLUENCIA	AREA DEL STAND	MONTO PAGADO	PRODUCTOS A OFRECER EN FERIA
1	AGROMAR INDUSTRIAL SA	PIURA / LIMA	9m2	GRANDE 1	Mango concentrado pulpa de mango; jugo concentrado de Maracuyá; mango y piña IQF; Jugos y Néctares tropicales
2	SELVA INDUSTRIAL SA	CHANCHAMAYO / LIMA	9m2	MEDIANA	Jugo de Maracuyá congelado; Pulpa congelada de Mango y las demás pulpas congeladas (Guanábana, carambola, etc.).
3	GANDULES INC. SAC	LAMBAYEQUE / LIMA	6m2	GRANDE 2	Pimientos y ajíes en conserva; pimientos y ajíes congelados
4	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU	LA LIBERTAD / LIMA	9m2	GRANDE 2	Espárragos, Alcachofas y pimientos congelados
5	DANPER TRUJILLO SAC	LA LIBERTAD / AREQUIPA	9m2	GRANDE 2	Espárragos, Alcachofas frescas o refrigeradas
6	CAMPOSOL SA	LA LIBERTAD / LIMA	6m2	GRANDE 2	Espárrago, Pimiento, Mango, Palta, Uva y Mandarina Congeladas

NOTA: 4 de las empresas, condujeron paralelamente otro Stands en la zona FINE.

IV. Información Comercial

4.1 Nichos de mercados:

Bebidas funcionales y energizantes, tal vez la línea de productos con mayor potencialidad para crecer en el corto plazo, dado el interés del consumidor en los productos saludables y Aceitunas rellenas y Tapenades, Productos orgánicos

4.2 Nuevas oportunidades comerciales.

160,998 compradores con dedición de compra provenientes de 157 países. Más del 50% de ellos son visitantes comerciales foráneos, que acuden con cuatro objetivos:

- Buscar nuevos productos y nuevas presentaciones.
- Conocer las tendencias de productos.
- Contactar nuevos proveedores y nuevos procesadores
- Participar en los procesos de preparación de programas anuales de compras y definición de precios por líneas de producto.

4.3 Información de precios por producto.

Los autores tuvieron la oportunidad de visitar, previa a la feria, los principales centros de comercialización y venta de alimento habiendo identificado los precios de algunos de los principales productos alimenticios de interés para el Perú.



Frutas en unidades:
 Precio 100g.: € 1.5 / S/.5.78



Verduras frescas en diferentes presentaciones y precios a la vista



Pimientos
 Precio Unid.: € 3.99; S/.14.9



Ají
 Precio Unid.: € 2.49; S/.9.33



Aceitunas preparadas
 Precio Unid.(negras): € 6.99; S/.26.21
 Precio Unid.(verdes): € 4.49; S/.16.83



Quesos
 Precio Unid.: € 9.99; S/.37.4

4.4 Productos de potencial futuro



Pitahaya



Arándanos y berries



Aceitunas aderezadas



Licores de frutas, bajo contenido alcohólico



KAKI, según los alemanes la fruta que más creció en ventas.



Uvas frescas en racimos separados "concepto de regalo"

4.5 Nuevas tecnologías : Deshidratado de frutas y cereales para consumo directo.



**Deshidratado de frutas
listas para consumo directo**

**INCAHUASI, Café peruano
instantáneo; marca blanca**

V. Participación del Perú

5.1 Expositores Nacionales

ZONA FINE	Productos
INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C.	Quinua, Kiwicha y maiz gigante
SUN PACKERS S.R.L.	Frijoles, maiz gigante, quinua, especias y productoss naturales.
CONSORCIO PERU MURCIA S.A.C.	Pimientos morrones y alcachofas en conserva / cebolla frita.
GANDULES INC. S.A.C.	Pimientos y ajies en conserva; pimientos y ajies congelados.
VINCULOS AGRICOLAS E.I.R.L.	Frijol castilla, quinoa, gandules en conserva.
APLEX PERU E.I.R.L.	Frijol castilla, menestras en general, cacao, quinoa.
AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A.	Aceitunas en varias presentaciones y tapenades.
MULTIFOODS S.A.C.	Jugo de limón envasado, jaleas y salsas diversas envasadas.
CORPORACION MISKI S.A.	Páprika seca entera, páprika molida, pallar BB y jumbo, ajies molidos, ajies secos enteros, frijol negro.
DANPER TRUJILLO S.A.C.	Espárragos, alcachofas, pimientos, papaya y mago en conservas.
ALISUR S.A.C.	Quinua, maiz gigante, frijol castilla y menestras en general.
ICATOM S.A.	Pasta de tomate, tomate IQF, habas peladas IQF
TURMANYE FOODS S.A.C.	Turrón blando de castaña, aceites de castaña y rocoto
MACHU PICCHU FOODS	Grano de cacao entero o partido, pasta o licor de cacao, manteca de cacao, polvos de cacao, gotas de chocolate, centros cubiertos con chocolate, grageas de colores, azucar impalpable
CAMPOSOL S.A.	Espárragos, pimientos y mangos en conserva y congelados; palta, uva y mandarina congelados
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU	Espárragos, alcachofas y pimienta piquillo en conserva
TECNOLOGIA Y PROCESOS ALIMENTARIOS S.A.C.	Palmitos, fondos de alcachofa y pimientos en conserva
CONSERVAS Y CONGELADOS CERRO AZUL S.R.L.	Alcachofas, espárragos y filete de anchoa en aceite vegetal
ALSUR PERU S.A.C.	Alcachofa en conserva y congelada

ZONA FROZEN	PRODUCTO
AGROMAR INDUSTRIAL S.A.	Mango concentrado, pulpa de mango, jugo concentrado de maracuyá, mango y piña IQF; jugos y néctares tropicales.
SELVA INDUSTRIAL S.A.	Jugo de maracuyá congelado; pulpa congelada de mango y las demás pulpas congeladas.
GANDULES INC. S.A.C.	Pimientos y ajies en conserva; pimientos y ajies congelados.
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU	Espárragos, alcachofas y pimiento piquillo en conserva
DANPER TRUJILLO S.A.C.	Espárragos, alcachofas, pimientos, papaya y mago en conservas.
CAMPOSOL S.A.	Espárragos, pimientos y mangos en conserva y congelados; palta, uva y mandarina congelados.

5.2 Actividades de Promoción

5.2.1 Desarrollo del concepto Pabellón peruano



Vista panorámica del Stand Peruano zona FINE 240 m2 con 19 empresas exhibiendo oferta



Vista lateral de Stand del Perú con fotografía de Machu Picchu atrajo interés de visitantes

5.2.2 Diferentes vistas del Pabellón Peruano





4 tomas de los 19 Stands presentados en zona FINE



Vistas de 3 de los 6 stands de la zona FROZEN. Tuvieron excelente gestión y por ello han solicitado incluir zona FROZEN en Stand de SIAL

5.2.3 Visitantes distinguidos



Entrevista concedida por DEUTSCHE WELLE, versión latina de DW Radio y DW World



Los compradores: 1500 visitaron los Stands peruanos. (700 de ellos, clientes nuevos).

La Srta. Katharina Hama, Chief Operating Officer de Koelnmesse, quien expresó el reconocimiento de los

organizadores de ANUGA, por la destacada presentación y presencia importante de las empresas peruanas.

5.2.4 Visitas Realizadas por los Funcionarios Peruanos

5.2.4.1 Visitas a otros Pabellones





5.2.4.2 Actividades de prospección en el marco de la feria Visitas a Cadenas de Supermercados en la ciudad de Colonia



5.3 Resultados

Cuantitativo

- Las Encuestas de Evaluación de la feria en lo referente a sus aspectos cuantitativos indican que las empresas, recibieron la visita de 700 clientes conocidos, hecho que permitió a muchas empresas reforzar relaciones comerciales y sobre todo, “hacer mantenimiento de pedidos”. Igualmente, se ha reportado 800 citas con clientes nuevos, con lo cual se totalizan 1,500 compradores atendidos, lo que implica una atención promedio/día de 300 compradores.
- GANDULES, SUN PACKERS y VIRU fueron las empresas que reportaron haber atendido mayor cantidad de compradores (395, 165 y 115). El 40% de ellos fueron importadores nuevos, cifra que grafica el intenso trabajo desplegado por estas empresas en los 5 días de feria.

- La calidad y gran diversidad de productos ofertados por las empresas peruanas, permitió cerrar negocios en feria por más de 7 millones de dólares y dejar un importante número de transacciones, con expectativa de cerrar negocios estimados en 55 millones de dólares en los próximos 12 meses.

VI. Conclusiones

- ANUGA 2011 confirmó ser el principal foro anual de alimentos y bebidas no sólo de la Unión Europea sino del mundo, destacando la innovación, calidad y acreditaciones de los productos procesados ofertados y el profesionalismo de los agentes comerciales que convoca. Sin lugar a dudas, es el centro de atención de compradores del rubro agroalimentario de los principales mercados de consumo.
- Las dos áreas atendidas este año en ANUGA, permitieron exponer la oferta exportable de 21 empresas ubicadas en 25 stands, involucrando a más de 70 empresarios; cifra que es significativamente mayor si se toma en consideración la participación de GLORIA SA que tuvo una excelente presentación en el Hall 10.1 donde su oferta compite con las más connotadas empresas de lácteos y derivados del mundo. QUICORNAC y AGROJUGOS también presentaron stands en los halls 8.0 y 4.1 respectivamente, así como AGROINDUSTRIAS GUADALUPE, INNALSA y MERFRUT compartieron la presentación promovida por el Programa ALINVEST para Latinoamérica.
- La importancia de ANUGA 2011 quedó demostrada por el mayor número de empresas, países, alimentos y bebidas ofertados en 11 Pabellones de exhibición, 6 de los cuales tuvieron dos niveles (pisos). En este entorno, la calidad y gran diversidad de productos ofertados por las empresas peruanas, permitió cerrar negocios en feria por más de 7 millones de dólares y dejar un importante número de transacciones en camino, con expectativa de cerrar negocios estimados en 55 millones de dólares. Dichos resultados, reportados por las empresas integrantes de la delegación peruana, se han sustentado en 1,500 entrevistas con las empresas, 800 de las cuales fueron agentes compradores nuevos.



Vistas panorámicas al ingreso de la zona Sur de ANUGA 2011

- Los empresarios resaltaron el profesionalismo de los compradores asistentes, caracterizados por su interés en conocer los atributos técnicos de los productos, sus certificados y acreditaciones. Por ello, se sugiere incorporar estos atributos en la foto institucional de cada empresa, información que no fue incluida en esta versión de ANUGA 2011.
- Las empresas manifestaron no percibir gran impacto debido a la latente crisis europea, en algunos casos les han solicitado menores precios pero a su vez mayores volúmenes, tal es el caso de las menestras.
- La empresa GLORIA también estuvo presente en el Stand de productos lácteos, con un Stand propio, dando muy buena imagen de la empresa. Ellos atendieron a varios compradores principalmente del África.
- La presencia del Perú en ANUGA fue reconocida a partir de la entrevista concedida por DEUTSCHE WELLE, versión latina de DW Radio y DW World, que finalmente formó parte de un Artículo sobre la participación latinoamericana y española publicada en el link <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,15453626,00.html>
- Con respecto a los temas cualitativos, las Encuestas arrojan la siguiente información: 20 de las 21 empresas expresaron que cumplieron los objetivos empresariales planteados para ANUGA, 19 empresarios han confirmado enfáticamente que participarán en la próxima versión de ANUGA (en la reunión de cierre, 16 empresas, confirmaron decisión de participar en SIAL 2012). Se atendió el pedido de 4 empresas (VIRU, DANPER, CAMPOSOL y GANDULES) de tener DOS stands en ambas ferias y 3 de ellas – excepción de VIRU – solicitaron 1 Stand adicional en zona FROZEN. Hubo consenso para mejorar diseños y espacios en próximas ferias, refiriéndose a ANUGA y SIAL, expresando su disposición de pagar una cuota de preinscripción para sustentar el pedido de mayor área de parte de PROMPERU.
- La visita al pabellón Taste 11 destinado a la innovación, mostró algunos productos destacables, aunque no tan lúcida como SIAL 2010. Se tomó nota de los prospectos desarrollados para ser comunicados a las empresas que no pudieron asistir a ANUGA 2011, en la perspectiva de reforzar la visión de investigación y desarrollo de productos con mayor valor agregado.

VII. ANEXOS

Estadística de exportaciones a Europa productos procesados:

PERÚ: EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PROCESADOS EN UE

Valor FOB USD

LINEAS	2009	2010	Variación 09 -10
Frutas y Hort. Procesadas	121.865.385	124.607.941	2%
Capsicum	86.101.562	92.973.047	8%
Frutas y Hort. Congeladas	37.825.869	53.167.103	41%
Productos vegetales no expresados	2.815.696	5.562.964	98%
Insumos Industriales	3.706.273	4.768.681	29%
Aceites y Grasas	2.226.285	3.748.514	68%
Bebidas	2.467.788	2.624.764	6%
Specialties	1.128.263	1.847.135	64%
Mucilagos y Derivados	277.443	518.203	87%
Preparaciones alimenticias	262.510	344.137	31%
Lacteos y derivados	19.085	229.623	1103%
Confiteria	144.479	182.577	26%
Total general	258.840.915	290.578.768	12%

Fuente: SUNAT / Elaboración : Promperu

Principales frutas y hortalizas procesadas exportadas a Alemania 2009 – 2010.

Producto	2009	2010	Variación 09 -10
1 Pimientos en conserva	8.433.656	10.689.371	27%
2 Espárragos preparados	5.196.183	7.066.186	36%
3 Aceites vegetales	934.921	1.995.008	113%
4 Alcachofas preparadas	1.547.236	1.951.591	26%
5 Cortezas de Limon	1.420.116	1.331.550	-6%
6 Pimiento piquillo	1.197.715	1.247.110	4%
7 Páprika entera	42.985	696.059	1519%
8 Fresas congeladas	171.922	555.515	223%
9 Tripas procesadas	342.227	450.634	32%
10 Cebolla liofilizada	359.941	407.730	13%
11 Mango congelado	91.773	403.723	340%
Resto	2.575.624	2.037.363	-21%
Total general	22.314.300	28.831.841	29%

Fuente: SUNAT / Elaboración : Promperu