

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Informe Especializado



Prospección de Mercado:
Frutas y Hortalizas Frescas
en Australia

prom
perú

FORMATO DE INFORME DE PROSPECCIÓN DE MERCADO (PERU)

Búsqueda de Nuevos Mercados para Frutas y Hortalizas del Perú, Ecuador y Colombia
INT/12K02 (00066443-00082619)

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Alcance del Estudio Especializado: Sector / Línea	3
III.	Análisis de la Oferta en Australia	4
3.1	Oferta Interna:	4
3.2	Oferta de la Competencia	5
3.3	Oferta Peruana	6
3.3.1	Posicionamiento del Perú	6
3.3.2	Reconocimiento de Origen, Marcas y Opinión de Productos	7
3.3.3	Presencia en Puntos de Venta Final	8
IV.	Análisis del Sector	11
4.1	Canales de Distribución	11
4.2	Canales de Comercialización	12
V.	Análisis de la Demanda	12
5.1	Perfil del Consumidor y segmentación	12
5.2	Tendencias y Hábitos de consumo	13
5.3	Preferencias de Marcas y Origen	13
5.4	Requisitos de Acceso	13
VI.	Actividades de Promoción	14
6.1	Propuestas de Actividades de Promoción	14
VII.	Conclusiones y Recomendaciones	14
VIII.	Anexos	¡Error! Marcador no definido.
8.1	Cronograma de Actividades	¡Error! Marcador no definido.
8.2	Perfil de Entrevistados	¡Error! Marcador no definido.
8.2.1	Comerciales	¡Error! Marcador no definido.
8.2.2	Institucionales	¡Error! Marcador no definido.

I. Resumen Ejecutivo

Australia sobresale por el alto nivel de competitividad de su economía y por estar ubicado entre los mejores países para vivir en el mundo. Es un país casi totalmente urbano, ya que el 89% de su población vive en las ciudades, entre las que destaca Sídney. Esta alberga a casi 5 millones de habitantes, de un total de 23 millones que habitan el país. Le siguen en importancia las ciudades de Brisbane y Melbourne, ubicadas en la costa este australiana. Los habitantes tienen un alto poder adquisitivo, con un PBI per cápita de US\$ 59 mil dólares. Asimismo, hay una gran presencia de residentes extranjeros, donde destacan los ingleses, neozelandeses, chinos e hindúes.

En general, son consumidores preocupados por su salud y por tener una alimentación nutritiva, lo que incentiva la demanda por frutas y hortalizas, principalmente frescas. Si bien las importaciones australianas de frutas y hortalizas frescas superan los US\$ 900 millones de dólares, el potencial para productos frescos peruanos es limitado, debido principalmente a la preferencia del consumidor australiano por adquirir productos frescos locales, es decir producidos en su país. De hecho, algunas cadenas de supermercados utilizan esta característica como estrategia de marketing. Adicionalmente, la producción peruana coincide en estacionalidad con la australiana, lo que dificulta el ingreso. Cabe indicar que Australia es uno de los principales exportadores de productos agrícolas en el ámbito mundial con 2/3 de su producción exportada. Entre los principales productos exportados figuran mango, uvas, cítrico y mango.

Perú es reconocido por el espárrago fresco, el cual tiene una alta participación en el mercado y es valorado por su calidad y competitividad. El resto de oferta exportable de frutas y hortalizas frescas y procesadas es aún poco conocida. Productos frescos con potencial serían la maracuyá y granada, para los cuales es necesario iniciar el análisis de riesgo respectivo. Cabe resaltar que las regulaciones de acceso establecidas por el gobierno australiano son bastante exigentes y demoran en obtenerse. En el rubro de procesados, se evidenciaron oportunidades para las pulpas de frutas congeladas, frutas y hortalizas en conserva, menestras en conserva, café y chocolates orgánicos, quinua orgánica, entre otros.

El tiempo de embarque es un factor a tomar en cuenta, dado que hay poca frecuencia de envíos y los tiempos desde la costa oeste sudamericana son mayores a los de EEUU y China. Por vía aérea, la ruta más frecuente es vía Los Ángeles debido a la frecuencia de vuelos.

En relación a actividades de promoción para productos frescos, es importante realizarlas en mercado de destino dado que muy pocos compradores visitan ferias fuera de Australia.

II. Alcance del Estudio Especializado: Sector / Línea

El estudio especializado en el mercado australiano estuvo focalizado en el rubro de frutas y hortalizas frescas, el cual incluye partidas del capítulo 07 y 08 del arancel de aduanas. Específicamente, para el caso de Perú, se consideraron productos como uvas, cítricos, banano, granada, espárragos y concentrados de frutas.

Durante el viaje de prospección, que incluyó las ciudades de Sídney, Melbourne y Brisbane, se aprovechó la visita para identificar oportunidades para las frutas y hortalizas procesadas.

III. Análisis de la Oferta en Australia

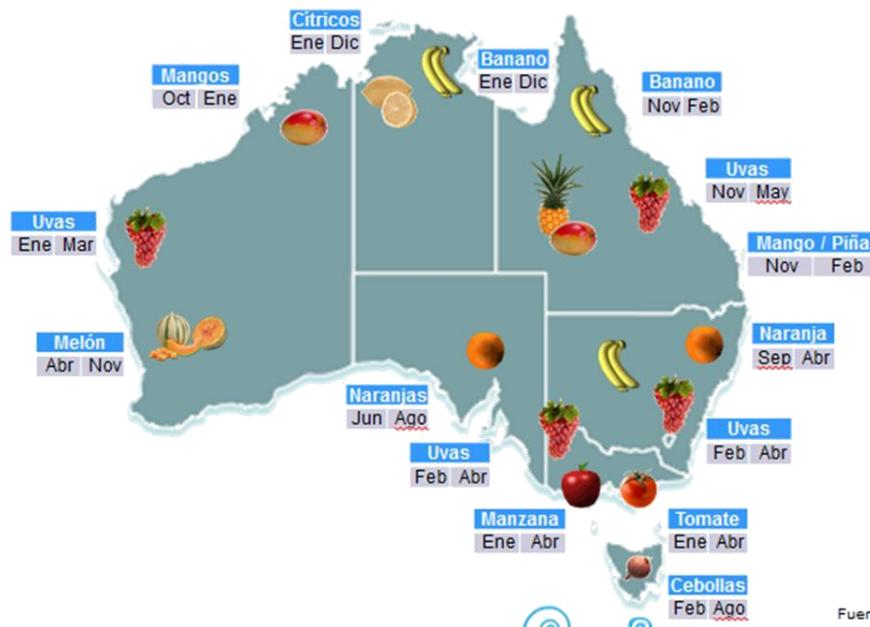
3.1 Oferta Interna:

- Productos

Dada las características climáticas del mercado australiano, este país puede abastecerse de frutas y hortalizas producidas localmente durante gran parte del año. La variedad de frutas producidas van desde las tropicales como mango y banana que se cultivan al norte del país, así como arándanos en las zonas más templadas.

Las principales frutas producidas de acuerdo al Departamento de Estadísticas de Australia son las naranjas (291 mil TM), bananas (200 mil TM) y manzanas (300 mil TM). Cabe indicar que Australia es un importante productor de uvas, las cuales se comercializan frescas o se utilizan en la industria del vino. Respecto a las hortalizas frescas, Australia tiene una interesante producción de tomates (302 mil TM), zanahorias (225 mil TM), papas (1.1 millón TM) y cebollas (331 mil TM). La producción de espárragos ahora es bastante baja y no es suficiente para abastecer la demanda interna.

En el siguiente cuadro se pueden revisar las estacionalidades de producción para algunas de las frutas y hortalizas frescas. Al estar en el hemisferio sur, las estaciones son las mismas que en Perú.



- Zonas de producción

El área destinada a la producción es de 405 millones de hectáreas, cifra que significó una caída de 1% respecto al año previo. La región de Queensland es la que tiene un mayor número de áreas cultivadas (33% del total), seguido por Western Australia (22%) y New South Wales (15%).

Región	Valor de la producción agropecuaria (Dólares Australianos)	Principales Frutas y Hortalizas
Queensland (Brisbane)	10 billones	Bananas (415 millones) Paltas (77 millones) Tomates (163 millones)
New South Wales (Sídney)	11 billones	Uvas (145 millones) Naranjas (150 millones) Papas (26 millones)
Victoria (Melbourne)	11 billones	Uvas (343 millones) Manzanas (267 millones) Papas (116 millones) Tomates (85 millones)
Western Australia (Perth)	8 billones	Uvas (128 millones) Manzanas (38 millones) Zanahorias (85 millones) Papas (50 millones)
South Australia (Adelaida)	5 billones	Uvas (356 millones) Naranjas (112 millones) Cebollas (95 millones)
Northern Territory (Darwin)	484 millones	Mangos (39 millones) Bananas (5 millones) Uvas (3 millones)

Fuente: Australian Bureau of Statistics

3.2 Oferta de la Competencia

En 2012, las importaciones australianas de frutas frescas (capítulo 08) sumaron 703 millones (0.4% crecimiento), siendo Estados Unidos el principal abastecedor (25%), seguido por Vietnam (15%), Nueva Zelanda (14%) y China (7%). Cabe indicar que Australia importa del mercado norteamericano uvas, naranjas, nueces y kiwis, siempre en contra estación. En tanto que de Vietnam se importa cocos y uvas principalmente.

Respecto a las hortalizas (capítulo 07), las importaciones australianas sumaron US\$ 272 millones en 2012 (caída de 3.9%). Entre los principales proveedores figuran Nueva Zelanda (33% participación), seguido por China (24%) y Estados Unidos (9%). Los principales productos importados desde Nueva Zelanda son diversos tipos arvejas y maíz dulce, en tanto que desde China se importan diversas legumbres y ajos principalmente.

Durante la visita se pudo evidenciar en los canales minoristas que la gran mayoría de frutas y hortalizas frescas eran provenientes de Australia, donde destacaron las uvas, naranjas, maracuyá, arándanos, paltas, entre otros. No obstante, el espárrago fresco que se comercializaba era de origen peruano.

3.3 Oferta Peruana

3.3.1 Posicionamiento del Perú

Las exportaciones peruanas de frutas y hortalizas frescas y congeladas sumaron US\$ 9 millones en 2012, lo que significó una variación positiva de 50% respecto al año previo. Cabe indicar que de acuerdo a las entrevistas sostenidas con los compradores, las oportunidades para productos frescos, con excepción de los espárragos y maracuyá, son limitadas. Esto debido principalmente a que el consumidor australiano tiene preferencia por consumir producto originario de ese país y adicionalmente, las temporadas de producción son las mismas que en Perú.

Respecto al espárrago reconocieron la calidad y competitividad del producto peruano, el cual se ha posicionado fuertemente en el mercado australiano.

Exportaciones a Australia de las subpartidas seleccionadas				
Millones de US\$				
Subpartida	Descripción	Enero - Diciembre		
		2011	2012	Var. %
07 - Vegetales y Hortalizas frescas y congeladas				
0709200000	Espárragos frescos	4	6	27.1%
Resto 07		0	0.1	142.8%
08 - Frutas y frutos frescos y congelados				
		1	3	79.6%
0801220000	Nueces del Brasil	0.6	1	138.4%
0811909100	Mango congelado	0.5	0.8	76.4%
Resto 08		0.4	0.3	-12.7%
20 - Conservas de frutas, verduras y hortalizas				
		10	8	-17.6%
2005600000	Espárragos en conserva	3	4	15.6%
2001909000	Conservas de p��prika y pimiento, con vinagre	2	2	-22.7%
2008999000	Pulpa de maracuyá y de palta	1	1	10.1%
2005999000	Pimiento morrón en conserva	0.7	0.7	5.3%
Resto 20		3	1	-73.0%
Total		16	17	4.0%

Fuente: Sunat

- Importaciones del producto

Como se ha indicado las frutas y hortalizas frescas comercializadas en Australia son producidas localmente. Las importaciones se realizan en contra estación para ofrecer al consumidor estos productos durante todo el año y cuando la oferta no es suficiente para atender la demanda. En el siguiente cuadro se detallan las importaciones australianas para algunos productos de la oferta exportable peruana que tiene potencial en el mercado.

Importaciones de Australia de las subpartidas seleccionadas								
Millones de US\$								
Partida	Descripción	Importaciones			Principales proveedores		Posición de Perú como proveedor	
		2011	2012	Var. %	Proveedor	Part. %	Posición	Part. %
070920	Espárragos frescos o refrigerados	11	15	28.5%	Perú	49%	1��	49%
					México	31%		
					Estados Unidos	12%		
080122	Nueces del Brasil, frescas o secas	10	11	16.4%	Bolivia	73%	4��	3%
					Brasil	16%		
					Chile	6%		
081190	Otras frutas congeladas	46	52	11.9%	Chile	22%	8��	3%
					Estados Unidos	20%		
					China	12%		
200560	Espárragos en conserva	6	8	37.7%	Perú	58%	1��	58%
					China	39%		
					Nueva Zelanda	2%		
200190	Otras legumbres y hortalizas preparadas en vinagre	19	21	7.7%	China	13%	14��	3%
					Italia	9%		
					Turquía	9%		
200899	Las demás frutas en conserva	60	51	-15.2%	China	20%	19��	1%
					Tailandia	17%		
					Nueva Zelanda	16%		
200599	Las demás hortalizas preparadas en conserva	42	48	14.4%	Italia	20%	7��	6%
					Turquía	14%		
					Nueva Zelanda	13%		

Fuente: Trademap

Las partidas seleccionadas corresponden a las principales de los capítulos 07, 08 y 20 que exporta Perú a Australia

Cabe indicar que si bien Australia registró en 2012 importaciones de uvas (US\$ 53 millones), naranjas (US\$ 22 millones), paltas (US\$ 39 millones), como resultado de la prospección no se pudieron evidenciar oportunidades de negocios para estas frutas dado que Perú las produce durante los mismos periodos que Australia, como se registra en el siguiente cuadro.

Perú: Estacionalidad de productos frescos

Producto	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGT.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.
Espárragos / Asparagus	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Café / Coffee					X	X	X	X	X	X		
Mango / Mangoe	X	X	X									X
Uvas /Grape	X	X	X							X	X	X
Palta / Avocado				X	X	X	X	X	X			
Cebolla / Onion	X	X					X	X	X	X	X	X
Banana	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Aceituna / Olive	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tomate / Tomatoes	X									X	X	X
Mandarinas / Mandarine		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tangelo						X	X	X	X			
Paprika	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Alcachofa / Artichoke	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Pimiento Piquillo / Piquillo Pepper	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Granada			X	X	X	X						

Fuente y Elaboración: PromPerú

Temporada alta

Oferta constante

Al respecto, durante la visita de prospección se pudo evidenciar que las oportunidades en la línea de frescos se tendrían para el espárrago, granada y maracuyá. Aunque como se menciona líneas abajo, no se han iniciado protocolos fitosanitarios para estos dos frutos.

3.3.2 Reconocimiento de Origen, Marcas y Opinión de Productos

La oferta exportable peruana es poco conocida en el mercado australiano con excepción de los espárragos frescos. Esto debido a que no se realizan importaciones de productos frescos y porque la autoridad sanitaria peruana no ha iniciado ningún trámite para obtener permisos fitosanitarios. No obstante, algunos de los entrevistados reconocen la calidad y competitividad de la uva peruana.

Cabe indicar que un grupo de empresas entrevistadas cuentan con oficinas en los mercados asiáticos, las cuales indicaron que ya comercializan uva, espárragos, mandarinas y mango peruano.

La presencia de frutas y hortalizas frescas originarias de Colombia y Ecuador es casi nula. Algunos tienen referencia del café colombiano y el banano ecuatoriano, pero no es una generalidad.

3.3.3 Presencia en Puntos de Venta Final

Foto del Producto	Forma de presentación	Origen	Precio (1AUD = 0.95 USD)	Composición del producto
	Espárrago Fresco	Perú	AUD 2.98 (atado de cinco)	Fresco
	Mandarina fresca	Australia	AUD 3.98 Kg	Fresco
	Maracuyá	Australia	AUD 84 cts.	Fresco
	Palta	Australia	AUD 0.99 c/u	Fresco
	Ajos	Australia	AUD 3.98 Kg.	Fresco

FORMATO DE INFORME DE PROSPECCIÓN DE MERCADO (PERU)

Búsqueda de Nuevos Mercados para Frutas y Hortalizas del Perú, Ecuador y Colombia
INT/12K02 (00066443-00082619)

	Carambola fresca	Australia	AUD 14.98 Kg	Fresco
	Uva fresca	Australia	AUD 4.98 Kg	Red Seedless (roja sin pepa)
	Café orgánico	Perú	AUD 6.99	100% Arabica Ground coffee Certificación Fair Trade
	Espárrago en Conserva Marca SELECT (Woolworths)	Perú	AUD 3.49	425 gr No contiene preservantes
	Pasta de palta		AUD 4.48	

	<p>Alcachofas en conserva</p>	<p>España</p>	<p>Always Fresh - AUD 2.99 Marca Nova - AUD 3.40</p>	<p>En conserva en lata</p>
	<p>Quinoa Roja Macro (Woolworths supermarket)</p>	<p>Envasada en Australia con productos importados</p>	<p>AUD 7.19</p>	<p>500 gramos. Orgánica</p>
	<p>Quinoa Coles</p>	<p>Envasada en Australia con productos importados</p>	<p>AUD 5.99</p>	<p>Orgánica</p>
	<p>Pasta con quinoa ORGRAN</p>		<p>AUD 3.98</p>	<p>250 gr. Libre de Soya, gluten Certificación Kosher</p>
	<p>Chía Coles</p>	<p>Envasada en Australia con productos importados</p>	<p>AUD 5.49</p>	<p>150 gr. Chía negra Gluten free</p>



Plátano deshidratado

Envasada en Australia con productos importados

AUD 3.98

Plátano, aceite de coco, saborizantes naturales. Empacado en Australia con ingredientes importados

IV. Análisis del Sector

4.1 Canales de Distribución

El canal que debe seguir un exportador peruano para ingresar al mercado australiano puede ser a través de un importador-distribuidor australiano, quien prefiere abastecerse directamente del productor y hará cumplir con todos los requerimientos exigidos por el Departamento de Agricultura del país. Este importador por lo general es un distribuidor y cuenta con transporte propio para enviar los productos a los supermercados, tiendas independientes, cadenas de restaurantes, entre otros canales de comercialización.

Cabe indicar que la apreciación del dólar australiano ha generado que empresas que eran solo exportadoras también se dediquen a la importación. Asimismo, muchas han visto interesantes oportunidades en el mercado asiático, por lo cual han empezado a abrir oficinas en China, Hong Kong y Taiwán principalmente.

Algunos importadores y diversos mayoristas han instalado secciones de empaque con el objetivo de entregar en los envases/empaques solicitados por el cliente. Cabe indicar que la mayoría de distribuidores - mayoristas se encuentran localizados en los mercados mayoristas de las ciudades, siendo principal el de Sidney. Las tiendas independientes, el canal Food Service (restaurantes, hoteles y empresas de catering) se abastecen de los distintos mayoristas ubicados en estos mercados.



Se debe indicar que de acuerdo al informe elaborado por la consultora Euromonitor, algunos supermercados ya cuentan con acuerdos con productores, de los cuales se abastecen para que la disponibilidad de frutas y hortalizas frescas y procesadas se de durante todo el año.

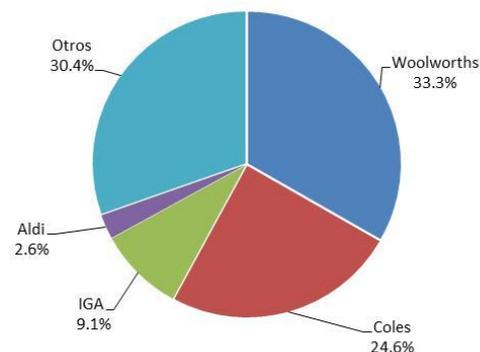
4.2 Canales de Comercialización

Los supermercados son el principal canal de ventas de frutas y hortalizas frescas y procesadas en Australia, y concentran el 50% de ellas. Asimismo, dominan la comercialización de productos envasados, y se han convertido en la principal alternativa para el consumidor australiano, sobre todo por la variedad de productos ofrecidos.

Las variedades exóticas son más frecuentes encontrarlas en las tiendas independientes, las cuales se ubican en áreas cercanas a los supermercados y en áreas residenciales. En tanto que las tiendas de descuento como ALDI, están incrementando su participación al ofrecer productos a bajos precios. De acuerdo a algunos comentarios, este último canal ha incrementado sus ventas en 15% en los últimos años. El formato de hipermercado no ha funcionado, por lo que no se registran en Australia.

A nivel de supermercados, Woolworths tiene la mayor participación de las ventas en el mercado minorista (33%), seguido por Coles (25%). Aldi tiene una participación de 3%, aunque algunos empresarios han indicado que ya llega al 5%.

Principales Canales de Comercialización



Se observó que la mayor variedad de productos se encuentra en Woolworths y Coles, donde se pudo apreciar espárragos frescos y en conserva peruanos, café orgánico peruano (con certificación fair trade) así como hojuelas de quinua (aunque solo se indica que está fabricado por productos importados).

Woolworths maneja marcas propias para sus productos. Una de ellas es "Select", la cual es la más económica del supermercado. Asimismo, "Macro", para productos de tipo orgánico o especiales, como el café orgánico peruano. En tanto que en Coles se pudo apreciar también espárragos frescos. Asimismo, banana chips (no indica procedencia de productos importados) y quinua orgánica en grano y hojuelas bajo su marca Coles (certificación Australian Certified Organic). Asimismo, se pudo evidenciar en algunos envases de café, la certificación "Carbon Neutral Certified", lo cual refleja la tendencia por consumir productos que no dañan el medio ambiente.

En ALDI se evidenciaron espárragos en conserva peruanos. Cabe indicar que esta es una tienda de descuento, por lo que principalmente se ofrecen productos de bajo precio.

Respecto a las tiendas independientes, estas ofrecen un surtido limitado de frutas y hortalizas frescas y procesadas, en comparación con los supermercados. De acuerdo a la consultoría realizada, es probable que estos establecimientos registren menores ventas en los próximos años dada los mayores niveles de descuento y campañas de marketing que están utilizando los supermercados y tiendas de descuento.

V. Análisis de la Demanda

5.1 Perfil del Consumidor y segmentación

- Los consumidores australianos en general están acostumbrados a consumir frutas y verduras cultivadas localmente y de alta calidad todo el año. En los supermercados se encuentran naranjas, mandarinas, uvas, palta, mango, banano, entre otros. Cabe indicar que el banano es parte de la dieta alimenticia.
- Existe una alta preferencia por consumir productos de esta línea producidos localmente, por lo que no demandarán / consumirán productos importados. Incluso los supermercados utilizan campañas publicitarias para resaltar el origen australiano de los productos y que están apoyando al productor local.
- La calidad es altamente valorada, por lo que en épocas de contra-estación o baja producción debido a problemas climáticos, los australianos



pagarán un precio alto, siempre y cuando el producto sea de calidad.

- Dado el poder adquisitivo y la fortaleza del dólar australiano, se están empezando a demandar frutas más exóticas y con un elemento diferenciador. Es importante destacar el valor nutricional del producto.

5.2 Tendencias y Hábitos de consumo

- El 90% de familias australianas prefieren comer en casa, y preparan sus comidas ellos mismos, por lo menos cinco veces a la semana. Esto genera una demanda de productos frescos y procesados, e implica continuas visitas a los supermercados.
- En Australia viven más de 400 mil residentes extranjeros, donde destacan los ingleses, neozelandeses, chinos e hindúes. Esto genera una rica diversidad cultural e intereses por sabores exóticos.
- Demandan una mayor cantidad de productos innovadores y sabores étnicos en presentaciones que les permitan cocinar con un estilo gourmet. Cabe indicar que hay una gran presencia de platos asiáticos e hindúes, y se empieza a observar por una mayor presencia de platos mexicanos.
- Hay una gran demanda por productos gluten free. Durante la visita a los distintos canales de comercialización se pudo evidenciar diversos productos listos para consumir con el rótulo de gluten free.
- La tendencia por productos orgánicos está en crecimiento, sobre todo por la preocupación del consumidor australiano por el medio ambiente. Durante la misión de prospección se evidenció la presencia de café y quinua orgánica peruanos en uno de los supermercados. Para esto se exige Australian Certified Organic.
- Se está incrementando el consumo de quinua orgánica, la cual se vende en grano, hojuelas y como insumo utilizado en la elaboración de productos finales.
- El término "Comercio Justo" ha sido adoptado por los productores australianos como una forma de diferenciarse de la competencia. Entre los productos que se comercializan con esta certificación figuran café, té, chocolates, entre otros.
- Existe cultura del café, donde priman las cafeterías independientes frente a las cadenas, así como los productos con certificación orgánica y de comercio justo (fairtrade). Una de las cadenas más representativas en el mercado es Gloria Jeans Coffee.

5.3 Preferencias de Marcas y Origen

El consumidor australiano se preocupa por la calidad del producto y por el beneficio nutritivo que este brinda. Al respecto, se debe mencionar que para el caso de las frutas y hortalizas frescas, tienen una amplia preferencia por productos de origen australiano. Esto debido principalmente a los altos estándares de calidad que deben cumplir los productores para comercializar el producto.

Para la línea de frescos, es muy difícil que el importador-mayorista demande productos importados cuando este puede ser producido internamente. Al respecto, se debe comentar que de acuerdo a algunos compradores entrevistados, no se demanda uva chilena porque los supermercados/consumidores preferirán uva australiana, aun cuando Chile ya cuenta con protocolo fitosanitario para ingresar al mercado australiano.

5.4 Requisitos de Acceso

Cabe indicar que de acuerdo al DAFF (Department of Agriculture, Fishery and Forestry), todo producto fresco debe contar con un "Risk Assessment", el cual establece los procedimientos que se deben seguir para que este pueda ingresar al mercado australiano.

Dado el mayor potencial de Perú para los productos procesados, se hicieron las consultas respectivas. El funcionario indicó que esta línea de productos también cuenta con procedimientos definidos, como por ejemplo que esté almacenado a una temperatura de -18°C al menos durante 7 días. Mencionó que la pulpa de frutas es tratada como producto fresco (a nivel de regulaciones) y que los requerimientos para certificar un producto como orgánico son indicados por el Federal Government.

Respecto a las inspecciones, señaló que estas pueden ser en destino así como en puerto de origen. Estados Unidos y Nueva Zelanda son los países que tienen disponible esta facilidad.

FORMATO DE INFORME DE PROSPECCIÓN DE MERCADO (PERU)

Búsqueda de Nuevos Mercados para Frutas y Hortalizas del Perú, Ecuador y Colombia

INT/12K02 (00066443-00082619)

Muchos distribuidores y minoristas cuentan con un espacio para que funcionarios de DAFF realicen la inspección de los embarques que ingresan y egresan de los respectivos almacenes. Una de las empresas logísticas también cuenta con esa facilidad.

Respecto a los productos peruanos, de enero a mayo 2013 se han recibido seis embarques de espárragos frescos en Brisbane, tres de los cuales han tenido que ser fumigados. Se encontró armyworm calerpillars (*spodeptera spp*) y western flower thrips (*franklineiella occidentalis*). Esta información se remite al importador para que notifique a su proveedor. Cabe indicar que la DAFF tiene disponible un "supplier confiden list" en el cual llevan un registro de los exportadores cuyos embarques han tenido problemas durante la inspección.

Hasta la fecha, Perú no tiene Risk Assessment iniciados para ningún tipo de fruta. Si bien la maracuyá podría tener potencial en el mercado, solo Nueva Zelanda ha iniciado el proceso respectivo ante la DAFF.

VI. Actividades de Promoción

6.1 Propuestas de Actividades de Promoción

En la Feria Comercial PMA exhiben las principales empresas de Australia relacionadas con la producción, distribución y comercialización de productos agrícolas frescos. Esta se realizó en el Centro de Convenciones de Sídney, los días 12 y 13 de junio. Es una feria pequeña, con 53 stands aproximadamente y principalmente compuesta por empresas productoras/comercializadores australianas.

La zona de exhibición incluía espárragos peruanos, los cuales son comercializados por Vizarre Farms. Entre los productos exhibidos figuran cítricos como naranjas y mandarinas, paltas y uvas. Esta feria también incluyó una serie de conferencias, a las cuales sin embargo no se pudo asistir porque se tenían visitas pactadas.

Cabe indicar que de acuerdo a los comentarios de las empresas entrevistadas, lo más conveniente es difundir oferta exportable peruana, principalmente de productos procesados, en destino. No es una generalidad que los empresarios / importadores australianos participen en ferias por lo que hay que visitar en ferias especializadas de productos procesados en Australia y organizar misiones comerciales.

VII. Conclusiones y Recomendaciones

- Las oportunidades para productos frescos son limitadas, con excepción de los espárragos (el cual ya es importado por varias empresas australianas), y potencialmente maracuyá y granada.
 - En el rubro de frescos, los australianos prefieren consumir productos de origen australiano.
 - Obtener los permisos fitosanitarios puede llegar a tomar varios años.
 - Obtener permiso fitosanitario no asegura demanda del producto. Chile lo tiene para las uvas y no exporta por las preferencias locales de consumo.
- Tiempos de entrega se convierten en un factor a tomar en cuenta: la frecuencia es limitada y los barcos paran en distintos puntos antes de llegar al mercado australiano:
 - Vía marítima: 11 días desde China a Australia, 15 – 20 días desde EEUU y cinco semanas en promedio desde América del Sur.
 - Vía aérea: una noche desde LA y de 3 a 4 días desde Perú, sin contar el alto costo del flete. Si bien la ruta vía Santiago es la más directa, los compradores manifestaron que tienen problemas frecuentes con las conexiones, lo que perjudica la carga de productos frescos.
- Oportunidades para los productos procesados: Entre estos figuran el pimiento piquillo, espárrago y alcachofa en conserva y menestras enlatadas. Asimismo, concentrados y pulpas de frutas congeladas como mango, granada y maracuyá.
- Un mercado interesante es el de los productos "gluten free". Entre ellos la quinua orgánica, la cual se vende en grano, hojuelas y como insumo en productos finales.
- La tendencia por productos orgánicos está en crecimiento. Se pudo encontrar café y quinua orgánica peruanos en uno de los supermercados. Se exige Australian Certified Organic.
- La calidad es muy importante para el consumidor australiano. Va a pagar un precio alto si el producto es de calidad, o tiene alguna ventaja nutricional respecto al resto de productos.
- Poco conocimiento de la oferta exportable peruana y temporadas de producción. Esto hace que importen mediante distribuidores,



Comisión de Promoción del Perú para la
Exportación y el Turismo

FORMATO DE INFORME DE PROSPECCIÓN DE MERCADO (PERU)

Búsqueda de Nuevos Mercados para Frutas y Hortalizas del Perú, Ecuador y
Colombia
INT/12K02 (00066443-00082619)



Pág. 15 de 15

principalmente norteamericanos.

- Empresas australianas hace unos años eran solo exportadoras, pero la apreciación del dólar australiano y las oportunidades del mercado asiático, han generado que varias empiecen a importar e incluso a tener áreas de empaque. Esto es una oportunidad que se debe aprovechar, dado que varias de las entrevistadas tienen oficinas en Asia (Hong Kong principalmente) y tienen interés por proveer distintos mercados durante todo el año.
- El canal de comercialización está dominado por dos cadenas australianas, Woolworths y Coles, los cuales tienen gran poder para definir los productos a adquirir. Recientemente ha ingresado Aldi, pero su participación en el mercado solo llega al 5% aproximadamente. Los importadores – distribuidores están en los grandes mercados de Sidney, Brisbane y Melbourne, quienes abastecen a las cadenas de retail y tiendas independientes.

Recomendaciones

- Difundir oferta exportable peruana, principalmente de productos procesados, en destino. No es una generalidad que los empresarios / importadores australianos participen en ferias por lo que hay que visitar el mercado australiano.
- Iniciar "Risk Assessment" para maracuyá y granada, dado el potencial que estos productos podrían tener en el mediano plazo. Estos toman varios años para obtenerlo por lo que es importante iniciarlo con anticipación.
- Promover con la embajada a las empresas peruanas de espárragos frescos. No obstante, es importante tener más precauciones en la consolidación de embarques, dado que algunos de los embarques de espárragos peruanos en el presente año requirieron ser fumigados.
- Dado que próximamente se tendría un acuerdo con Australia en el marco del TPP, es importante establecer estrategias de difusión de productos peruanos, para hacer conocida la oferta peruana en Australia y Nueva Zelanda. Este último es un mercado de 4 millones de habitantes, pero de acuerdo a los entrevistados un 30% consume productos importados (en Australia es 20% aproximadamente).