

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS


Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Jorge Llosa Morales – Especialista en Agronegocios	Noviembre 2015

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	3
3.1	Nombre Oficial	3
3.2	Tipo de Feria	3
3.3	Sector	3
3.4	Fecha	3
3.5	Edición.....	3
3.6	Frecuencia.....	3
3.7	Lugar de Celebración.....	3
3.8	Horario de la Feria	3
3.9	Precio de la Entrada	3
3.10	Organizador	3
3.11	Superficie	4
3.12	Número de Asistentes.....	4
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	4
3.14	Productos Presentados en la Feria	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General	4
IV.	Información Comercial	4
4.1	Panorama del Mercado	4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales.....	4
4.3	Nuevas Tendencias	4
4.4	Nuevas Tecnologías.....	4
V.	Participación Peruana	4
5.1	Expositores Nacionales	4
5.2	Actividades de Promoción	5
5.3	Resultados	5
5.3.1	Cuantitativos	5
5.3.2	Cualitativos.....	5
5.4	Comentarios de la Competencia.....	5
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	6
VI.	Directorio de Contactos	6
VII.	Conclusiones.....	6
VIII.	Recomendaciones	6
IX.	Anexos	6

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 3 DE 6

I. Resumen Ejecutivo
<p>La 33ª edición de la feria Anuga se ha celebrado en el recinto ferial de Colonia, ocupando una superficie bruta de exposición de 284.000 m2. Anuga es una feria alimentaria europea en la que se presentan las nuevas tendencias del sector agroindustrial. En esta feria profesional se pueden conocer nuevos productos y proveedores del sector alimentario mundial. En Anuga 2015 se han expuesto productos de todo el mundo diferenciados por categorías: gourmet y delicatessen, bebidas, alimentos congelados, productos frescos, lácteos, productos de panadería y bebidas calientes, productos ecológicos, tecnología y equipos para servicios de catering y alimentación y tecnología para el comercio minorista.</p>
II. Antecedentes y Justificación
<p>La feria Anuga es la principal feria de alimentos procesados y bebidas en el mundo y se celebra cada dos años en la ciudad de Colonia, Alemania con un área de exhibición total de 284,000 m2, con un total de 155,000 visitantes y 6,596 expositores.</p> <p>Esta feria está principalmente es visitada por empresas como supermercados, cadenas de descuento, el sector HORECA, importadores y distribuidores de las principales cadenas de Europa y más en general del mundo por lo cual es considerada como una plataforma global de negocios.</p> <p>Debido a la mayor especialización generada dentro de los canales de comercialización de las grandes empresas es que el Perú se presentó en 2 rubros principalmente: Fine y Frozen.</p> <p>La oferta peruana se conformó por 22 empresas en un total de 24 stands participando 17 empresas en la Zona Fine (zona alimentos finos y specialty incluyendo productos étnicos y gourmets) y 7 empresas en la zona Frozen (básicamente con alimentos como frutas y hortalizas congelados, pulpas y otros).</p> <p>La participación peruana en la edición anterior (Anuga 2013) totalizó con un participación de 20 empresas peruanas en 2 áreas (Fine, Frozen), alrededor de 1235 contactos comerciales y ventas estimadas a 12 meses de USD 42 millones, cifra que se espera rebasar en aproximadamente un 10%.</p>
III. Ficha Técnica de la Feria
3.1 Nombre Oficial: Anuga
3.2 Tipo de Feria: Profesional
3.3 Sector: Agroindustria
3.4 Fecha: 10 al 14 Octubre 2015
3.5 Edición: 33ª
3.6 Frecuencia: Bienal
3.7 Lugar de Celebración: Colonia, Alemania
3.8 Horario de la Feria: 09:00h a 18:00h
3.9 Precio de la Entrada: 52 €
3.10 Organizador: Koelnmesse

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005 VERSIÓN 02 PÁG. 4 DE 6
3.11 Superficie: 284,000 m ²		
3.12 Número de Asistentes: 155,000		
3.13 Fecha de Próxima Edición: 7 – 11 Octubre 2017		
3.14 Productos Presentados en la Feria: Gourmet y delicatessen, bebidas, productos frescos, productos de panadería y bebidas calientes, productos ecológicos, tecnología y equipos para servicios de catering y alimentación.		
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General: <ul style="list-style-type: none"> • Alrededor de 160,000 visitantes de 192 países. • 7,063 expositores de 108 países en 284,000 m², esto incluyó 769 expositores de Alemanda y 6,294 expositores del exterior, 89% de expositores extranjeros. 		
IV. Información Comercial		
4.1 Panorama del Mercado <p>Uno de los sectores que ha mantenido un crecimiento sostenido en los últimos años es el de las exportaciones de alimentos no tradicionales, siendo UE uno de los principales mercados.</p> <p>La UE representa el 45% de nuestras exportaciones en alimentos procesados y por tanto se le considera como el principal destino comercial de este tipo de productos.</p> <p>La feria Anuga es una de las 2 mayores ferias a nivel mundial de alimentos procesados y bebidas alternando su rol con la feria Sial en París. De esta manera es preponderante que la oferta peruana esté presente en la mayor vitrina de promoción comercial para este rubro de alimentos.</p>		
4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales <p>Las nuevas oportunidades comerciales están demarcadas en la senda de productos con mayor elaboración y valor agregado. Existen productos como la quinua que han sido altamente demandados pero en líneas generales nuestra mayor oferta va por producto a granel cuando se debería aprovechar los altos niveles de consumo y popularidad que se tiene para poder presentar líneas de producción más amplias y generar mayor valor, como lo hacen otros países con nuestra materia prima.</p> <p>Se ha firmado un TLC con la UE por lo que es importante mantener relaciones comerciales con ellos así como crear nuevas para un correcto aprovechamiento de las oportunidades comerciales presentes.</p>		
4.3 Nuevas Tendencias <p>Las tendencias apuntan a que las personas sigan consumiendo cada vez más productos naturales, sin aditivos ya que en este mercado los temas de salud son bien ponderados. Los Super Foods está siendo cada vez más demandados y mejor aún si cuentan con certificaciones tipo orgánico y comercio justo. Es necesario crear productos saludables con formatos ready to eat para los consumidores al paso.</p>		
4.4 Nuevas Tecnologías <p>No disponible.</p>		
V. Participación Peruana		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Expositores Nacionales - Gandules Inc. S.A.C. - Inka Crops S.A. 		

- Interamsa Agroindustrial S.A.C.
- Multifoods S.A.C.
- Agromar Industrial S.A.
- Selva Industrial S.A.
- Tropical Farm S.A.C.
- Agroindustrias Amazonicas S.A
- Fructus Terrum S.A.
- Sociedad Agricola Viru S.A.
- Agro Fergi S.A.C.
- Vinculos Agricolas E.I.R.L.
- Agrofino S.A.C.
- Villa Andina Sociedad Anonima Cerrada
- Alicorp Saa
- Conservas Vegetales Cerro Verde S.A.C.
- Alisur S.A.C.
- Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.
- Danper Trujillo S.A.C.
- Aplex Trading Sociedad Anonima Cerrada Aplex Trading S.A.C.
- Camposol S.A.
- Agrícola Y Ganadera Chavin De Huanter Sa

5.1 Actividades de Promoción

PROMPERÚ organizó la feria Anuga y fue el encargado de los 2 pabellones peruanos (Fine y Frozen) que se presentaron en el evento y el que coordinó con la Oficinas Comerciales en Europa para hacer una difusión entre sus contactos sobre la participación del Perú.

Se entregaron los directorios, brochures informativos así como merchandising de marca país.

Todo el evento contó con un soporte de publicidad, avisos y algunos paneles para complementar nuestras acciones de promoción

5.2 Resultados

5.2.1 Cuantitativos

Se estiman ventas a 12 meses de alrededor de USD 100,000

5.2.2 Cualitativos

La presentación fue bajo los lineamientos de la Marca País y con las características del pabellón peruano que cada vez destaca de mejor manera en los eventos internacionales.

Los expositores peruanos tuvieron la oportunidad de contactar con diferentes actores de la cadena de comercialización con los cuales tuvieron la oportunidad de ofrecer sus productos así como recibir recomendaciones acerca de los mismos. Además se tuvo la oportunidad de observar las últimas tendencias en el sector y percibir la recuperación paulatina de este bloque comercial.

Todos los expositores coincidieron con el potencial de esta feria para realizar negocios y su importancia para sus negocios principalmente con el continente europeo sin olvidar que se trata de una plataforma mundial. La calidad de compradores encontrados ha sido muy valiosa y todas las empresas peruanas han reportado posibilidades de negocio para los próximos 12 meses.

5.3 Comentarios de la Competencia

El Perú sigue creciendo en cuanto a espacio y número de empresas que exhiben en los eventos más importantes a nivel mundial; sin embargo, todavía estamos tanto en extensión como en número de empresas por detrás de países como Brasil, Argentina y

 <small>COMISION DE PROMOCION DEL PISCO PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</small> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 6 DE 6

Chile, por lo tanto debemos seguir invirtiendo como en los últimos años para acortar esta brecha.

5.4 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

Se reforzaron los esfuerzos en publicidad en comparación al año anterior.

VI. Directorio de Contactos

No disponible.

VII. Conclusiones

- Los niveles de venta negociados a 12 meses estuvieron alrededor de los USD138,25 millones y 2331 contactos comerciales.
- La feria Anuga se mantiene como una feria de carácter mundial al tener participantes de más de 108 países por lo que es de vital importancia seguir mostrando nuestra oferta en esta importante vitrina además de contar con la presencia todos los Consejeros Comerciales presentes en Europa.
- Chile, Argentina y Brasil cuenta con pabellones mucho más grandes que el Perú; sin embargo, el interés por Perú es bastante grande y el flujo de visitantes similar al de la competencia.
- Las publicidades tanto en la feria como en los puntos estratégicos en Colonia son de gran importancia y llegan a muchas personas que cada vez reconocen más el origen de los productos y le otorgan una valorización diferencial.
- Existe potencial de productos de coctelería, para que la oferta peruana evalúe su participación en el Hall 8 – Bebidas.

VIII. Recomendaciones

- Se deben aumentar las áreas de exposición en la zona Fine y Frozen para albergar a más empresas, habría que ver si hay alguna forma de negociar estos espacios con la feria o ver si podemos albergar la demanda insatisfecha en algún otro pabellón que no sea Fine Food.
- Debemos seguir participando en los sectores Fine y Frozen y evaluar una presencia en Organics y Drinks.
- Ya que la feria es de alcance mundial deberíamos trabajar con todos nuestros consejeros comerciales para una promoción entre sus contactos de la presencia peruana en la feria es por ello indicado que, al menos los que están presentes en Europa puedan asistir algunos días del evento.
- Impulsar una mayor presencia de la línea de congelados debido que tiene una fuerte demanda en la feria y cada vez hay más cantidad de empresas involucradas.
- Debemos repetir el esfuerzo en publicidad en lugares estratégicos.
- El sector Pisco, bebidas energizantes, café e incluso vinos debería ser estimulado a una participación en Anuga Drinks ya que se tiene mucho potencial en el sector, tal vez con un espacio de oferta exportable como inicio.

IX. Anexos

No disponible.