



INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Jorge Enrique Llosa Morales – Especialista en Agronegocios	04/03/2015

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	4
3.9	Precio de la Entrada	4
3.10	Organizador	4
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	5
5.1	Expositores Nacionales	5
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	7

 <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 5

I. Resumen Ejecutivo

La feria Gulfood es una de las 3 mayores ferias a nivel mundial de alimentos procesados y bebidas conjuntamente con Anuga y Sial en París. A diferencia de ambas ferias, ésta es anual y además se trata de la feria más importante para el Medio Oriente y Asia para el rubro de alimentos, principalmente procesados.

En esta feria se presentarán un total de 4,200 expositores de 152 países, 110 pabellones nacionales y un total de más 77,000 visitantes.

Esta actividad de promoción comercial se enmarca dentro de la estrategia de:

- Diversificación de mercados: Es una plataforma para negocios en el Medio Oriente y de la zona de países árabes
- Penetración comercial: La oferta peruana no tiene aún un nombre propio en los mercados de esta zona pero viene creciendo a tasas muy dinámicas y se busca promocionar el Perú como abastecedor de productos alimenticios de calidad

La participación en el pabellón peruano dejó conforme a las empresas peruanas participantes.

II. Antecedentes y Justificación

En la búsqueda de diversificar nuestros destinos de exportaciones es importante priorizar nuevos eventos de promoción en mercados alternativos a los tradicionales. Emiratos Árabes se encuentra en nuestra agenda de penetración de mercados por sus interesantes cifras económicas, especialmente las de Dubai, ciudad en la que se realiza la feria Gulfood.

Dentro de los nichos de mercado más importantes para las exportaciones de alimentos peruanas se encuentra el canal HORECA ya que este país recibe una gran cantidad de turistas (9 millones en 2010) que se estima que explican un 50% del total de las importaciones.

Adicionalmente se tiene cero arancel para productos de primera necesidad (frutas y vegetales incluidos) 5% para resto de productos, con excepción de tabaco y alcohol. Cabe recordar que el Gulf Cooperation Council (Arabia Saudita, Bahrein, Qatar, Omán y Kuwait) tiene tránsito libre de impuestos.

Por último, Dubai es considerado como el centro logístico de la región: Jebel Ali Free Zone (JAFZA) y cuenta con altos niveles de re-exportación: USD 2,200 millones con destino a Irán, India y Afganistán.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial: Gulfood

3.2 Tipo de Feria: Profesional, Especializada

3.3 Sector: Alimentos

3.4 Fecha: 8 -12 de Febrero 2015

3.5 Edición: 20va

3.6 Frecuencia: Anual

3.7 Lugar de Celebración: World Trade Center, Dubai, Emiratos Árabes Unidos

3.8 Horario de la Feria: 11:00 -19:00

3.9 Precio de la Entrada: 150 dólares

3.10 Organizador: World Trade Center

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION 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 5
3.11 Superficie: 120,000sqm		
3.12 Número de Asistentes: 84,642		
3.13 Fecha de Próxima Edición: 21-25 de Febrero de 2016		
3.14 Productos Presentados en la Feria: Frutas y hortalizas en conservas y congeladas, quinua, productos lácteos, jugos,		
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 84,642 visitantes de 156 países ▪ Más de 4,800 expositores de 120 países 		
IV. Información Comercial		
4.1 Panorama del Mercado <p>Dentro de los nichos de mercado más importantes para las exportaciones de alimentos peruanas se encuentra el canal HORECA ya que este país recibe una gran cantidad de turistas que se estima que explican un 50% del total de las importaciones.</p> <p>Adicionalmente se tiene cero arancel para productos de primera necesidad (frutas y vegetales incluidos) 5% para resto de productos, con excepción de tabaco y alcohol. Cabe recordar que el Gulf Cooperation Council (Arabia Saudita, Bahréin, Qatar, Omán y Kuwait) tiene tránsito libre de impuestos.</p> <p>Por último, Dubai es considerado como el centro logístico de la región: Jebel Ali Free Zone (JAFZA) y cuenta con altos niveles de re-exportación: USD 2,200 millones con destino a Irán, India y Afganistán</p>		
4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales <p>El mercado de Emiratos Árabes en sí mismo es una nueva oportunidad comercial para las empresas exportadoras del Perú. Este es país ha sido inexplorado hasta ahora y se ha visto que existe potencial para una gran cantidad de productos alimenticios ya que este país depende de la importación de los mismos para abastecerse.</p> <p>Los productos con mayor potencial a corto plazo serían productos que ya se consumen en el mercado y que el Perú ya produce como las menestras, el frijol castilla y los pallares tuvieron una más que aceptable demanda. Varias frutas y hortalizas provenientes y producidas en nuestro país ya se encuentran en el mercado por lo cual debería buscarse el abastecer directamente a las empresas importadoras de dicho país.</p>		
4.3 Nuevas Tendencias <p>Las nuevas tendencias están marcadas por lo internacional de que se está volviendo la población principalmente en Dubái. La población árabe representa alrededor del 20% del total lo que significa que hay una gran demanda para producto de todo el mundo sin contar que además Dubái es un puerto de redistribución para la zona del Golfo y sus costumbres están incorporando en su dieta cada vez más productos de consumo occidental.</p>		
4.4 Nuevas Tecnologías No disponible		
V. Participación Peruana		
5.1 Expositores Nacionales <ul style="list-style-type: none"> ▪ Agromix Industrial S.A.C ▪ Andes Alimentos & Bebidas S.A.C. ▪ Gloria S A ▪ Gandules Inc. S.A.C. ▪ Agro Fergi S.A.C. 		

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION 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. 5 DE 5
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Villa Andina Sociedad Anonima Cerrada ▪ Danper Trujillo S.A.C. ▪ ANDES MILLS S.A.C. ▪ EMPRESA AGRARIA CAFETALERA CHANCHAMAYO HIGHLAND COFFEE SAC 		
<p>5.2 Actividades de Promoción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se entregaron los directorios, brochures informativos así como merchandising de marca país. • La oficina comercial de Perú en Dubái estuvo a cargo de la difusión de la participación peruana en la feria en su red de contactos 		
<p>5.3 Resultados</p>		
<p>5.3.1 Cuantitativos No disponible.</p>		
<p>5.3.2 Cualitativos No disponible.</p>		
<p>5.4 Comentarios de la Competencia No disponible.</p>		
<p>5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria No disponible.</p>		
<p>VI. Directorio de Contactos</p>		
<p>No disponible</p>		
<p>VII. Conclusiones</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • El evento fue atendido por la oficina comercial con la participación de 9 empresas peruanas. Los productos exhibidos fueron: Quinua, Cacao, pimientos preparados, frutas procesadas, jugos y leche en conservas. 		
<p>VIII. Recomendaciones</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Se recomienda que el evento sea atendido por la Oficina comercial. Difundir mas el evento con mas tiempo de anticipación. 		
<p>IX. Anexos</p>		
<p>No disponible</p>		