



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

***PARTICIPACIÓN PERUANA EN LA FERIA
ASIA FRUIT LOGISTICA – Hong Kong 2011***

Victor Sarabia Molina

Departamento de Agro y Agroindustrias

Promperu

INFORME DE FERIA ASIA FRUIT LOGISTICA 2011

Índice

I.	Resumen Ejecutivo.....	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la feria.....	3
IV.	Información Comercial.....	4
	4.1 Nichos de mercados	
	4.2 Nuevas tendencias	
V.	Participación del Perú.....	6
	4.1 Expositores nacionales	
	4.2 Productos exhibidos	
	4.3 Actividades de promoción	
	4.4 Resultados	
	4.4.1 Cuantitativos	
	4.4.2 Cualitativos	
VI.	Conclusiones y Recomendaciones.....	11

En el marco de la presencia peruana en la feria Asia Fruit Logistica 2011 se organizó una misión de prospección comercial, visitando las ciudades taiwanesas de Taipéi y Taichung, así como la ciudad china de Shanghai para posteriormente trasladarse a la ciudad de Hong Kong, sede de la feria Asia Fruit Logistica.

Estas actividades se hicieron con el fin de contactar a empresas importadoras de frutas, especialmente uvas, cítricos, así como visitas a diversos centros de distribución y comercialización de frutas y vegetales en las ciudades mencionadas.

Feria Asia Fruit Logistica.

En esta nueva versión de la feria asistieron 5,300 visitantes los cuales procedieron de 63 países, lo que significó un incremento de 28% respecto al año anterior. Del mismo modo, se contabilizaron 332 expositores de 33 países, equivalente a un 10% más que el año anterior. El Perú participa por 5ta vez en esta feria, siendo la segunda que participa Promperú.

II. Antecedentes y Justificación

Asia Fruit Logistica es la feria donde se congregan importante representantes y agentes de toda la cadena productiva y de comercialización de frutas y vegetales frescos del continente asiático. Promperu viene asistiendo interrumpidamente a la versión de esta feria en Berlín (Alemania) desde el año 2003.

Desde 2008 empresas peruanas está asistiendo bajo la organización de la cámara alemana y la Asociación de Gremios Agroexportadores del Perú – AGAP y el 2010 Promperu apoyó esta iniciativa asistiendo con una plataforma de información de oferta exportable y paralelamente organizó a un grupo de 10 empresas en calidad de visitantes para conocer de cerca la comercialización de frutas y vegetales en Hong Kong y Guangzhou.

Asia es uno de los mercados priorizados por el Sector Agro de Promperu Exportaciones, por lo que se requiere de una presencia activa y constante a través de misiones comerciales, ferias, gestión de visitas de compradores.

III. Ficha Técnica de la feria

Ámbito:	Frutas y hortalizas frescas
Fecha:	07 al 09 de Septiembre 2011
Frecuencia:	Anual
Director / organizador:	Mese Berlin (http://www1.messe-berlin.de). Cámara Alemana – AGAP.
Carácter:	Profesional especializado
Número de visitantes:	5300
Número de expositores:	332
Tipo de visitantes:	Compradores profesionales del sector alimentación, mayoristas, productores, importadores, medios de comunicación especializados, consultores.

IV. Información Comercial

4.1 Nichos de mercados

En esta feria se ha podido observar gran presencia de frutas en diversas presentaciones, como las listas para consumir y en empaques destinados a diversos segmentos, especialmente los de mayor capacidad de compra.



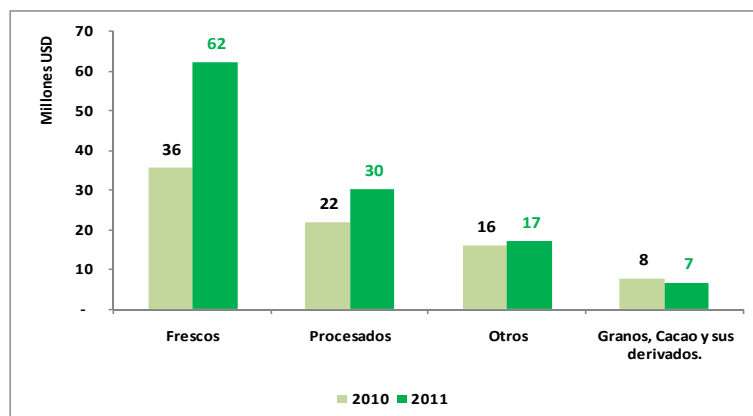
4.2 Nuevas oportunidades comerciales.

El continente asiático se está convirtiendo en un mercado cada vez más atractivo y en crecimiento, siendo China, Taiwán, Hong Kong y Japón los representativos, no solo por la diversidad de productos que se consumen, sino por el crecimiento de sus economías en los últimos años, los cuales suman un mercado de más de 2,000 millones de habitantes, convirtiéndola en un mercado bastante atractivo.

Actualmente las exportaciones peruanas de productos agrícolas no alcanzan el 6%, mientras que a la UE se exporta el 32%, lo que muestra un techo bastante por cubrir.

Las oportunidades comerciales se dan principalmente en las frutas frescas, como la uva, los cítricos y mangos. De ellos la uva es la que ha tenido un repunte mayor durante el 2011.

Durante el periodo Enero – Noviembre 2010/2011, se ha registrado un crecimiento importante en las exportaciones de productos frescos, de ellos las frutas son las de mayor crecimiento con 75%, siendo los principales las uvas, bananas, mangos, espárragos.



Cabe destacar que la calidad de la uva peruana está siendo cada vez más apreciada en los mercados asiáticos y porque también se cuenta con a ventaja en que esta fruta está disponible poco antes del año nuevo lunar chino, llegando primero de la fruta que proviene de Chile y luego de la fruta procedente de California (USA).

Entre las marcas que se comercializan destaca la RED DRAGON, marca de la empresa peruana El Pedregal, la cual es comercializada en China, Taiwán, Corea, Singapur, entre otros.

4.3 Información de precios por producto



Global Andes Company Limited
特 鮮 環 球 有 限 公 司

Room 103, TCL Tower, 8 Tai Chung Road, Tsuen Wan, Hong Kong
香港新界荃灣大涌道8號TCL 工業大廈103室 Tel: (852) 3188 2309 Fax: (852) 3188 2307

Market Price & Information							Week:	52				
Item:	GRAPE						Date:	31/12/2011				
Weather:	Sunny,10-20°C											
General Comment:												
Item:	Variety	Country of origin	Brand	Weight	Qty	Spec	Price (RMB)	Spec	Price (RMB)	Remaining	Remarks	
Grape	R.G.	U.S.A.	Prima	18lbs	7		300-290			50%		
Grape	R.G.	U.S.A.	Royalty	18lbs	1		250			Sold out		
Grape	R.G.	U.S.A.	Royal flush	19lbs	1		220-210			50%		
Grape	R.G.	U.S.A.	Golden eagle	18lbs	1		195-190			40%		
Grape	Autumn royal	U.S.A.	MC	19lbs	1		150-140			Sold out		
Grape	Autumn royal	U.S.A.	Royalty	19lbs	1		310-300			Sold out		
Grape	Autumn royal	U.S.A.	Castle rock	19lbs	1		260-250			Sold out		
Grape	Autumn royal	U.S.A.	Super sweet	19lbs	1		90-80			Small amount sold		
Grape	Star light	South africa	Krokodilsdrift	4.5kg	1	XL	187			Sold out		
Grape	Prime	South africa	Lonaka	4.5kg	1	XL	180			Sold out		
Grape	R.G.	Peru	Red dragon	18lbs	1	JJ	285	J	270	Sold out		
Grape	R.G.	Peru	Novo mundo	18lbs	1	JJ	230	J	210	Sold out		
Grape	R.G.	Peru	Polcura	18lbs	1	J	255	XL	240	Sold out		



1USDolar = 1HKDolar

4.3 Nuevas tendencias

Se espera un mayor crecimiento en el consumo de frutas de origen orgánicos, aunque no llegan a los niveles de consumo europeo, donde este mercado nicho está más desarrollado.

En ciudades como Taipei, Seoul, Beijing, Shanghai y Hong Kong se observa que los consumidores están dispuestos a pagar más por la calidad y en algunos segmentos altos a consumir frutas de origen responsable (fair trade).

Las frutas más demandadas han sido las uvas, cítricos (mineolas) y un aumento del consumo del banano orgánico, al igual que las granadas. En el caso de los mandarinas se prefiere las variedades “easy peeling”, es decir las de cascara de pelado fácil y sin pepas ya que están orientado a facilidad el consumo de la población adulta mayor e infantil.



V. Participación del Perú

5.1 Expositores nacionales

Feria Asia Fruit Logistica.

Promperu participó en esta feria en apoyo a la Cámara Alemana y la Asociación de Gremios Agroexportadores del Perú (AGAP), organizadores de la participación peruana.

En esta nueva versión de la feria asistieron 5,300 visitantes los cuales procedieron de 63 países, lo que significó un incremento de 28% respecto al año anterior. Del mismo modo, se contabilizaron 332 expositores de 33 países, equivalente a un 10% más que el año anterior. El Perú participa por 5ta vez en esta feria, siendo la segunda que participa Promperu.

Según directivos de la feria, más del 40% de los expositores presentes provinieron de Asia, lo que demuestra la especialización de este evento.

En esta oportunidad participaron 12 empresas e instituciones expositoras:

EMPRESA	REGION
Asociación de Gremios Agroexportadores del Perú – AGAP	Nacional
Asociación Peruana de productores de Cítricos - PROCITRUS	Nacional
Asociación Peruana de Exportadores de Mango – APEM	Nacional
Asociación de Productores de Vid – PROVID	Nacional
Camposol SA	La Libertad
Danper Trujillo SAC	La Libertad
El Pedregal SAC	Ica
Ecosac	Piura
Dominus SAC	Piura
Fundo Sacramento SAC	Ica
Interbank - IFHC	Nacional
Promperu	Nacional

5.1 Productos exhibidos

Sectores y productos representados:

- Frutas frescas
- Hortalizas frescas
- Alimentos de cuarta gama (frutas y hortalizas frescas, listas para consumir)

5.2 Actividades de promoción

Misión de Prospección

Promperú organizó nuevamente a un grupo de empresas de visitantes con quienes se realizaron de visitas en la ciudad de Hong Kong y Guangzhou entre el 6 de al 10 de setiembre con el objeto de dar a conocer a los empresarios detalles acerca de la cadena de distribución de frutas, hasta su comercialización.



El grupo visitante estuvo integrado por formado por las siguientes empresas:

EMPRESA	REGION
1. Greenland Peru	Arequipa
2. Frutas Piuranas	Piura
3. Fundo San Isidro	Ica
4. Corporación Agrolatina	Arequipa
5. Fundo San Judas Tadeo	Ica
6. Green Perú	La Libertad

Con dicho grupo y empresas expositoras se realizaron visitas a las siguientes instalaciones: Terminal de Frutas y Vegetales Western Food Wholesale Market, Cadenas de Supermercados Park and Shop, Jusco, Vanguard Co y Super City, que presentan formatos altos, medianos y masivos.



Almuerzo de Trabajo con HKTDC

Como actividad central se realizó un almuerzo de trabajo con el Consulado General del Perú y el Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), organización encargada de la promoción de negocios e inversión de HK, con la asistencia de las gremios y empresas locales más importantes de HK, así como de la delegación de empresarios agrícolas y pesquero peruanos.

Se contó con la participación de 70 invitados entre empresas peruanas y locales de los rubros de alimentos, funcionarios de gremios empresariales, supermercados y operadores logísticos. En ella se planteó evaluar la posibilidad de organizar una misión comercial al Perú el 2012, para lo cual las respectivas representaciones harían las respectivas consultas entre sus sectores empresariales.



Participación en Asia Fruit Congress.

El Asia Fruit Congress es el más importante evento empresarial que reúne a los actores más importantes de la industria de las frutas y hortalizas frescas, destacando entre ellos medios especializados de prensa, productores y exportadores, distribuidores e importadores de la región, consultores y autoridades relacionadas al sector.

Por primera vez el Perú ha sido elegido en uno de los temas del congreso denominado “ El Proveedor en la Mira” donde se presenta y analiza el rol de un determinado país como proveedor importante de la industria, sus potencialidades y perspectivas a futuro, con la participación de importantes empresas peruanas con presencia en Asia como El Pedregal, Danper y Camposol.



Ello muestra el papel que el Perú está asumiendo cada vez más importante en la región como proveedor serio de frutas y gracias también al profesionalismo de las empresas peruanas.

5.3 Resultados

5.4 Cuantitativos

Según las encuestas realizadas por los organizadores del pabellón, se estima en US\$ 36 millones el monto negociado por los expositores en los próximos 6 meses, sin contar los montos negociados por empresas visitantes. Esto significa un aumento de más del 100% respecto al año pasado, lo que nos muestra el gran potencial que significa esta feria y el continente asiático como destino de las exportaciones peruanas.

En el stand de Promperú se atendieron al rededor de 70 visitantes, principalmente de importadores y distribuidores de frutas de China, (incluyendo Hong Kong), Australia, Sudáfrica, Taiwán y Corea Indonesia, Japón, Malasia, Holanda, Reino Unido, Argentina. Así mismo, se atendió a proveedores de servicios, operadores logísticos, proyectos feriales, marketing, publicaciones, etc.

5.5 Cualitativos

Se concretaron las citas con empresarios provenientes de Taiwán, como resultado de las gestiones de la Oficina Comercial en dicho país. De la misma manera se concretaron citas con importadores provenientes de Hong Kong con el apoyo del Consulado General del Perú en esta ciudad.

Cabe destacar que ha sido la primera vez que la nueva Marca Peru ha sido presentada en una feria de alimentos en el continente asiático, concitando comentarios positivos entre expositores, visitantes y funcionarios de otras agencias de promoción, debido a que con ello se logra una mayor recordación del país en este tipo de eventos y puede asociar los productos peruanos.

En cuanto a la presentación peruana en la feria Asia Fruit Logistica los empresarios peruanos han coincidido en las ventajas de contar con una imagen unificada del pabellón, que le da más prestancia y refleja el profesionalismo de las empresas peruanas.



5.6. Análisis de la Competencia



VI. Conclusiones y Recomendaciones

- Una vez más la participación peruana en la misión programada ha sido importante y satisfactoria y con empresas en diferentes niveles de crecimiento.
- Las frutas más demandadas han sido las uvas y granados y cítricos mandarinas. Así mismo se observó interés en otras como mangos, granados y banana convencional.
- En cuanto a la feria, se recibieron números críticas positivas a la nueva presentación peruana en el Asia. Bajo el formato de la Marca País, con un pabellón adecuadamente ubicado. Se pudo observar una mayor afluencia de visitantes a la feria respecto al año pasado.
- Los contactos hechos por las empresas visitantes han sido los adecuados, contándose con flexibilidad y capacidad de distribución. Se ha podido constatar
- Otras presentaciones como Sudáfrica, Japón, Italia, Chile y China destacaron por su área y presentación adecuada. En esta oportunidad que las únicas presentaciones de Sudamérica fueron las de Perú, Chile y Argentina.

Recomendaciones

- La propuesta de integrar una misión con el sector agro y pesca ha tenido un impacto que puede ser explotado y que en el futuro debería repetirse con mayor recurso y antelación. Por ello se debe organizar visitas y misiones similares involucrando otras ciudades de importancia regional como Beijing, Tokio y Seul de manera que se puedan realizar nuevamente en el marco de Asia Fruit Logística y Asian Sea Food Expo Show.
- Se requiere trabajar en la promoción del consumo de frutas peruanas especialmente las uvas y cítricos. Así mismo, evaluar las posibilidades de interés en banana orgánica en la que Perú sí es competitivo. Para ello se recomienda informar a las autoridades sanitarias peruanas sobre estas posibilidades e manera que las incluyan en las agendas a tratar con sus pares de China y Taiwán.
- La promoción del consumo de alimentos peruanos se vería reforzada a través de ciertas herramientas para las oficinas comerciales de la región y el Consulado de Hong Kong, de esta manera, sería recomendable la apertura de una oficina comercial en Hong Kong.
- Por otro lado existe la posibilidad de hacer promoción directa a través de medios visuales en mercados mayoristas como Long Wu (Shanghai) y Jiangnan (Guangzhou).

VII. Anexos

Anexo 1.

Fecha	Actividades	Comentarios sobre su ejecución
29 Agosto	Llegada a Taipei	Viaje a la ciudad de Taichung y citas con empresas locales

Taipei		importadoras y distribuidoras de frutas: Amanda & Vincent Resources Co. Ltd, Taiwan Fullbloom Int. Ltd., Crown Fruits Enterprises Co. Ltd., Mercado Central de Frutas de Taichung. Agenda organizada por la Oficina Comercial del Perú en Taipei.
30 Agosto	Visita a empresas importadoras de frutas en Taipei.	Entrevistas con las empresas Pomina Enterprise Co. Ltd. y Cal Ex. Trading Company.
31 Agosto	Traslado a Shanghai	Sin contratiempos
01 Septiembre Shanghai	Visita al Centro de Distribución de Alimentos de Xijiao. Cita con Shanghai Foreign Trade Ltd.	Se visitó el Centro de Distribución de Alimentos de Xijiao, que será el nuevo centro de distribución de alimentos de Shanghai. Actualmente está en su segunda etapa de construcción y ya cuenta con el terminal de alimentos procesados y cámaras de frío, así como un área de exposiciones para empresas y salas de eventos. Posteriormente se tuvo una reunión en con directivos del Shanghai Foreign Trade, un consorcio de empresas importadoras de frutas interesadas en proveerse de frutas peruanas y actualmente comercializan uvas peruanas en Shanghai, deseando expandir su canasta de productos a los espárragos y mangos.
02 Septiembre	Visita al Mercado Mayorista de Frutas de Long Wu. Meetings con importadores del Mercado.	Se realizó la visita al mercado de frutas sin contratiempos, observándose la llegada de fruta de temporada como la uva y frutales de hueso (manzanas, peras). En el caso de la uva se observó la presencia de uva de california y una uva local que copia la marca Red Dragon que es una marca de uva más importante de la región y su dueña la empresa peruana El Pedregal.
03 Septiembre	Visitas a supermercados locales.	Se visitaron las cadenas de supermercados Carrefour y Walmart.
04 Septiembre	Traslado a Hong Kong	Sin contratiempos
05 Septiembre Hong Kong	Reunión de presentación de la delegación peruana con el Consulado General	Se realizó un encuentro protocolar con el cónsul General en Hong Kong en la que se expuso los motivos de la visita y la oferta de productos de las empresas peruanas asistentes a la feria
06 Septiembre	Visitas a Supermercados	En coordinación con la empresa Global Andes Export se realizó una salida visitando el centro de distribución Western Food Wholesale Market, y los supermercados Park & Shop, Super City, Jusco y Vanguard. En ella se pudo apreciar diferentes formatos de productos y precios, desde los masivos hasta los productos gourmet. En horas de la tarde se tuvo la primera reunión de instalación del pabellón en la feria.
07 Septiembre	Inauguración de la feria Participación en Asia Fruit Congress	Sin contratiempos. Se cumplieron con los detalles de armado, servicios, recepción de visitas de empresas y autoridades. Se recibieron funcionarios de los consulados de Chile, Argentina, Alemania y Egipto.
08 Septiembre	Tema del Congreso:	En horas de la mañana el Perú fue el tema central de

	Spotlight PERU Participación en actividades organizadas por el Consulado y empresas	<p>Congreso al tratarse de las oportunidades y la situación de la industria agrícola y de las frutas en la actualidad, contando con la participación de las empresas EL Pedregal y Danper, quienes hicieron sus respectivas presentaciones.</p> <p>Así mismo se llevó a cabo el almuerzo de trabajo ofrecido por el HKDTC en coordinación con el Consulado y que contó con la participación de los empresarios del sector agrícola y pesquero que asistieron al Asia Seafood Expo Show, uno de los más importantes eventos de ese sector en Asia.</p> <p>En horas de la noche los empresarios peruanos participaron de una cena ofrecida por la empresa Global Andes Company donde se trató el tema “Distribución de Frutas y Seafood en China”, contándose con la participación de 26 empresarios.</p>
09 Septiembre	Clausura de la feria Participación en Asia Fruit Congress	<p>Se contó con la presencia de unos 55 a 60 empresarios peruanos como asistentes a la feria, la mayor desde la primera presentación en el 2008.</p> <p>En total se calcula un total de 260 contactos comerciales entre los expositores.</p>
10 Septiembre	Visita al Mercado de Jiangnan (Guangzhou)	<p>En compañía de empresas visitantes y expositoras se realizó una visita al Mercado de Frutas de Jiangnan, el más importante de la región donde se pudo apreciar la llegada de diversa fruta local e importada.</p>