

Feria Gulfood 2012

Misión Comercial

Dubái, EAU
15 – 22 Febrero

Estrategia para el sector Alimentos: EAU

1. Importancia y potencial

- Expectativas crecimiento: PBI 5% entre 2012-2014
- Población extranjera: 80% del total
- Canal HORECA: 9 millones de turistas en 2010 / alta participación en importaciones (50%).
- 85% de consumo local es importado:
 - ✓ US\$ 10,800 millones en importaciones de alimentos y bebidas (2010)
- Alta participación del comercio minorista (retail): 80% de las ventas
 - ✓ 50-60% (supermercados, hipermercados), 30% cooperativas.



Estrategia para el sector Alimentos: EAU

1. Importancia y potencial

- Cero arancel para productos de primera necesidad (frutas y vegetales incluidos)
 - ✓ 5% para resto de productos, con excepción de tabaco y alcohol.
- Gulf Cooperation Council (Arabia Saudita, Bahrein, Qatar, Omán y Kuwait): tránsito libre de impuestos.
- Exportaciones Perú: 2 millones en alimentos a EAU (fríjol, uvas, espárragos frescos)
 - ✓ US\$16 millones a países de Medio Oriente (Israel, Egipto y Líbano)
- Centro logístico de la región: Jebel Ali Free Zone (JAFZA)
 - ✓ Altos niveles de re-exportación: US\$ 2,200 millones (Irán, India, Afganistán)



Estrategia para el sector Alimentos: EAU

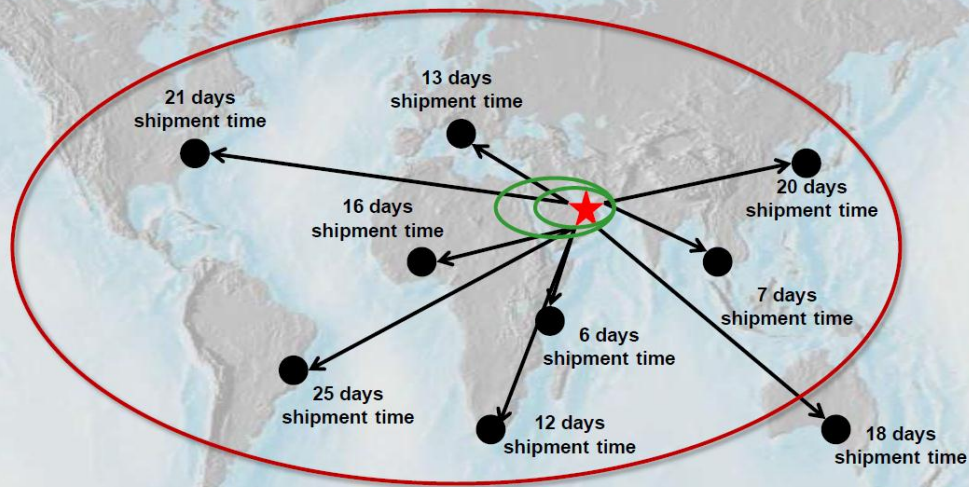
Dubai Strategic Location

Offers the best sea, air and land connectivity

SEA : More than 150 shipping lines and 90 weekly services

LAND : Access to regional markets thru the extensive road network (<24 Hrs)

AIR : Flight connections to more than 200 destinations



Large Traditional Markets: Iran, CIS, Indian Sub-Continent & East Africa

Growing Markets: Middle East, Iraq, N. Africa

Mature Markets: Europe, Japan, USA

2. Identificar Líneas de Productos del Sector

- Estudio de mercado: oportunidades y perfil de compradores
- Misión de Prospección
- Actividades de Promoción – Feria Gulfood

Oportunidades y Desafíos para los alimentos peruanos

1. Alimentos con potencial:

- Inmediato:

Espárrago fresco y en conserva, menestras, cacao en polvo y manteca de cacao, leche evaporada, café, paprika, snacks, anchoveta en conserva, anillas y recortes de papa congelada, concha de abanico congelada .

- Para mayor desarrollo - promoción

Mandarina, uva, chocolates, granos andinos, tapenades, frijoles en conserva, salsas, refrescos instantáneos, frutas congeladas, hortalizas en conserva y langostinos.

2. Desafíos

- Falta de información y promoción de la oferta peruana
 - ✓ Consolidación de carga para algunos productos en pedidos iniciales.
- Oferta a precios competitivos:
 - ✓ Cercanía de Asia y África: productos frescos como mango y palta
- Tiempos y costos de transporte
 - ✓ Argentina y Brasil cuentan con conexión directa vía aérea
 - ✓ Países con mayor conectividad y frecuencia.

Misión de Prospección

1. Visitas a importadores, mayoristas, distribuidores y procesadoras.

- ✓ Importadores-Distribuidores: Arar Trading, Equinox Trading.
- ✓ Importadores con cadena: Spinney Dubai, Lulu Hypermarket: (Grupo EMKE),.
- ✓ Cooperativas: Abu Dhabi Cooperative Society
- ✓ HORECA: Gastronimo, Emirates Gourmet General trading., GAAST.



Misión de Prospección

2. Visita a un operador logístico: Modern Freight Company
3. Visitas a centros de venta (Hipermercados Lulu, Supermercado Waitrose, Carrefour)
4. Visita a centro de Distribución de EMKE.
5. Visita a puerto





Espárrago
Origen Perú
300 g
US\$ 6.1

Espárrago
Origen Perú
US\$ 5.1

Espárrago
Origen Perú
US\$ 5.1



Quinoa Fair Trade
Origen Bolivia
US\$ 9.3



Café Orgánico
Origen Perú
US\$ 8



Uva Red Globe
EEUU
US\$ 5.1 – Kg



Espárrago en conserva
Perú
.US\$ 2.7 – 250 ml



Squid Tube
200 g
US\$ 2



Squid Rings
310 g
US\$ 2.5



Palta
Origen Kenya
US\$ 1.9 / kg



Mango
Origen Sudáfrica
US\$ 3 / kg



Gulfood 2012



110 Países
Exhibidores

+ 3,800 empresas
Expositoras

+ 68 mil visitantes
152 países



Gulfood 2012

Participación Peruana

- 9 empresas participantes (6 con stand propio – Stand Perú 51m2):
 - ✓ DANPER,, GLORIA, INKACROPS, PERUPEZ, PEUSAC; VIRU
 - ✓ Visitantes QUECHUA FOODS,, NARANJILLO, ETHNIC FOODS
- Degustación de productos y platos peruanos
- Participación de Foro Foodpreneur - Virgilio Martínez
- Desayuno de trabajo organizado por el Consulado en Dubai con DWTC y Dubai Exports

Principales resultados

- US\$ 3.5 millones en perspectivas de negocios
- Promedio de reuniones comerciales : + de 500
- Empresas interesadas en participar en edición 2013
- Empresas participantes en Misión Comercial sostuvieron reuniones programadas durante la feria.

Peru

Responsibility means flavour





Gulfood
CONFERENCES

FOODPRENEUR FORUM



Official Sponsor

Chile

alen'da

U Chile
Universidad
de Chile
Inspiración every day

Official Partner

EUROMONITOR
INTERNATIONAL

ufi
Association
of Food
Institutions

Logo of the organizing institution







Chile

Chile

Camanchaca

Gourmet Products

43-50

CAMANCHACA

Alce Nut

VENUTCEL

ALCERENA

Argentina

BR

ALBERTO L. MARCHIONI S.A.

AGROPECUARIA S.A.

AGROPECUARIA S.A.

D3-83 ALBERTO L. MARCHIONI S.A.



BEST
CITY

NUMO Y NOEL WERTHEN S.A.
PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

PopCorn

Seeds



HALAL

Water Saida

Saida

Saida

Saida

TUNGO

MAJIN

Saida

Family

Saida

Solstice

UBI

C5-4

ALIMENTAIRES

SIA

