

**INFORME EJECUTIVO DE FERIAS**

| Concepto      | Nombre y Apellido - Cargo   | Fecha de Elaboración |
|---------------|---|----------------------|
| Elaborado por | Andrea Nicole Zurita Ríos – Analista de Estudios Económicos y Mercado | 28.09.18             |

| 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 ..... 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 ..... 5                              |
| 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 ..... 5 |
| VI.    | Directorio de Contactos ..... 6                         |
| VII.   | Conclusiones ..... 6                                    |
| VIII.  | Recomendaciones ..... 7                                 |
| IX.    | Anexos ..... 7  |

**I. Resumen Ejecutivo**

Asia Fruit Logistica es la feria más importante en Asia, dado que es la que reúne a diversos compradores de todo el continente y del mundo, especializada en frutas y vegetales frescos,

Este importante evento permite conectarse con compradores, expertos, líderes y encargados de tomar decisiones en cada eslabón de la cadena de suministro, fueron 13,500 visitantes expertos del sector hortofrutícola que venían de más de 70 países donde se incluyen a más de 20 ciudades muy representativas de China y 826 expositores de 46 países.

El Perú a través de una cooperación privada y pública participa desde hace 11 años atrás en esta feria lo que es apreciado por los gremios privados y empresas exportadoras como un escenario de negocios en el que Perú debe mantener su presencia. En 2018 el pabellón peruano contó con 228 m<sup>2</sup>, AGAP participó a través de cinco de sus gremios: APEM PROARÁNDANOS, PROCITRUS, PROHASS Y PROVID; así mismo contó con la participación de 11 empresas, Camposol, Danper, Camet Trading, Grupo Athos, Agrícola La Venta, Agronegocios La Grama, Agrovision Perú, El Pedregal, Ecosac, Peruvian Agritrade y Sunshine. La expectativa de ventas es de US\$ 162 millones (+18%) con respecto al mismo periodo para los próximos 12 meses.

**II. Antecedentes y Justificación**

La feria Asia Fruit Logistica se realiza todos los años en la ciudad de Hong Kong, China. La versión 2018 es la décimo primera en la que participa el pabellón peruano y es la feria continental de Asia, donde todas las ciudades más importantes llegan a visitar esta feria para generar relaciones comerciales con las empresas peruana que se presentan con un stand propio en el pabellón peruano y de las empresas que integran a los cinco gremios que participan año a año. Esta feria se especializa en productos frescos, tanto en frutas como en hortalizas.

Global Produce Event es una empresa que desarrolla esta feria en asociación con Asia Fruit que es su partner comercial para poder llevar a cabo esta feria, en la organización general, de la misma manera como parte del evento de la Feria existen foros en paralelo y el congreso Asia Fruit Congress que es un evento para expertos del sector y también está organizado por el partner comercial de GAP.

Perú participa activamente en esta feria desde hace varios años, lo cual ha contribuido con su posicionamiento como proveedor confiable de frutas y hortalizas de calidad en este importante mercado.

**III. Ficha Técnica de la Feria**

**3.1 Nombre Oficial**

Asia Fruit Logistica

**3.2 Nn Tipo de Feria**

Feria de la industria de Frutas y Hortalizas Frescas

**3.3 Sector**

Alimentos-Consumo Masivo (Agrícola)

**3.4 Fecha**

Del 05 al 07 de Septiembre del 2018

**3.5 Edición**

11° Edición

**3.6 Frecuencia**

Anual

**3.7 Lugar de Celebración**

Asia Expo-World

**3.8 Horario de la Feria**

10:00 a 17:00 horas

**3.9 Precio de la Entrada**

El precio estándar del ticket de entrada a la feria establecida por el AFL fue de \$ 65 para no socios.

**3.10 Organizador**

**Global Produce Events GmbH and Asia Fruit**

**3.11 Superficie**

El pabellón del Perú contó con 228 m2 de superficie, repartidos en dos islas separadas por un pasadizo lo cual fue ventajoso porque el pabellón de Perú se presentó más amplio y con mayores accesos haciendo un área más visitada por los participantes de la feria.

**3.12 Número de Asistentes**

**13,500 visitantes de más de 70 países**

**3.13 Fecha de Próxima Edición**

Del 04 al 06 de Septiembre del 2018

**3.14 Productos Presentados en la Feria**

Arándanos, paltas, espárragos, mandarinas, mangos, granadas, uvas, kiñón orgánico, chirimoyas y granadillas.

**3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General**

La feria tiene dos espacios Hall 3 y Hall 5, donde también se realizan foros y un congreso que este año cumplió 20 años donde hay 826 compañías que representan a 46 países diferentes, así mismo este año los pabellones nacionales aumentaron, con 27 pabellones adicionales. Cerca a la mitad de los expositores vienen de Asia y Oceanía. A Europa corresponde al 23%, América con el 16% y el Medio Oriente y África con 12%.

**IV. Información Comercial**

**4.1 Panorama del Mercado**

El mercado de Asia en frutas y hortalizas frescas importó US\$ 33,834 millones, de los cuales el Perú participó con \$ 305 millones. Lo que nos pone al frente de un mercado potencial para las agroexportaciones peruanas, lo que convierte a esta feria del Asia donde involucra a todo el continente, a fin de ponernos como principales referentes para el mercado asiático, de esta manera logramos a tener mayor alcance mundial en el sector de alimentos y generando muchas oportunidades de negocio para el sector agroexportador peruano.

**4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales**

Durante el 2017 los agroexportadores peruanos vendieron al mundo US\$ 5,925 millones, El Perú exportó en productos agrícolas a Asia US\$ 305 millones tanto en productos frescos y en procesados, en una diversidad de productos tanto tradicionales como no tradicionales de pequeñas, medianas y grandes empresas agroexportadoras peruanas.

**4.3 Nuevas Tendencias**

En el mercado agrícola se vienen desarrollando nuevas tendencias, una de ellas es la mayor demanda en los productos frescos y también segmento orgánico, lo que significa un reto positivo para la oferta agroexportadora peruana puesto que impulsará nuevas inversiones en el sector, así como promoverá el desarrollo de los cultivos orgánicos. De la misma manera, una nueva tendencia es la que se presenta por la necesidad de los consumidores de tener los productos frescos en presentaciones prácticas para los nuevos estilos de vida como son los llamados productos "on the go" que son los alimentos de cuarta gama que, preservando las propiedades naturales y frescas de las hortalizas, verduras y frutas, ya presentan lavadas, troceadas y envasadas en una atmósfera protectora, con una vida de 7 a 10 días. En Asia tiene un gran crecimiento y es altamente llevar los productos en esta modalidad dada la vida tan acelerada que llevan.

#### 4.4 Nuevas Tecnologías

De acuerdo a las nuevas tendencias y necesidades que tienen los consumidores, la innovación en el packing agrario es determinante para satisfacer algunas de las tendencias, por este motivo el segmento de empaque de productos le está dando mayor énfasis en tener empaques eco-amigables, a fin de reducir el plástico reemplazando los habituales envases por materiales reciclados u otros materiales.

### V. Participación Peruana

#### 5.1 Expositores Nacionales

Fueron más de 200 representantes peruanos, entre exportadores, productores, empacadores, proveedores de servicios logísticos y certificadores los que ocuparon el pabellón de la exhibición de la feria.

El pabellón peruano estuvo conformado por la delegación de empresas privadas y también por entidades del sector público. Entre éstas últimas participaron MINCETUR, Promperú y las Oficinas Comerciales del Perú en Hong Kong. Por su parte el sector privado estuvo representado por AGAP y sus gremios:

- APEM: Asociación Peruana de Productores y Exportadores de Mango.
- PERÚ CITRUS: Asociación de Productores de Cítricos del Perú
- PROARÁNDANOS: Asociación de Productores de Arándanos del Perú
- PROHASS: Asociación de Productores de Palta Hass del Perú
- PROVID: Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú

De la misma manera, tuvimos la participación de 11 empresas en el pabellón peruano, siendo, Camposol, Danper, Camet Trading, Grupo Athos, Agrícola La Venta, Agronegocios La Grama, Agrovisión Perú, El Pedregal, Ecosac, Peruvian Agritrade y Sunshine.

#### 5.2 Actividades de Promoción

AGAP, Mincetur, Promperú y la delegación Peruana (entre gremios y empresas) tuvieron una participación importante en la feria, ya que presentaron los productos frescos de nuestra variada oferta agroexportadora, sirviendo para promocionar los denominados Súper Alimentos o "Super Foods" que, a través de una novedosa presentación gastronómica en la modalidad de catering durante la feria Asia Fruit Logística 2018, permitiendo que tengamos una presencia sólida en este mercado y fortaleciendo la imagen del Perú como proveedor de excelentes productos que no solo tienen cualidades nutritivas sino que aportan varios beneficios a la salud. Por ello, el Asia Fruit Logística sirve como plataforma para seguir posicionando los productos peruanos y la marca Super Foods Perú.

#### 5.3 Resultados

##### 5.3.1 Cuantitativos

Durante la feria se proyectaron posibles negocios por alrededor de US\$ 162 millones, resultado de las diversas actividades de promoción y reuniones de negociación durante la feria.

##### 5.3.2 Cualitativos

Los empresarios peruanos presentes en la feria, realizaron reuniones comerciales con más de 700 contactos provenientes de diversos países como China, Taiwán, Corea, Singapur, India, Japón y etc.

#### 5.4 Comentarios de la Competencia

El formato usual consiste en la presentación de pabellones nacionales en general, donde se ubican otros pabellones como China, Holanda, España, Nueva Zelanda, Argentina, Chile, México con presencia significativa con respecto al año pasado, así como ellos también estuvieron presentes Costa Rica, Guatemala, Ecuador, República, etc.

#### 5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

La feria ofreció un ciclo de foros y un congreso especializado sobre diversas problemáticas de la industria, para que de esta forma se desarrolle el sector, promover la innovación, mejorar el acceso a compradores y proveedores, información de requisitos para la importación, penetración de nuevos productos y estrategias y tendencias mundiales.

## VI. Directorio de Contactos



## VII. Conclusiones

Esta feria es la más importante del continente asiático y desde hace muchos años ha generado gran impacto para la proyección del sector hortofrutícola peruano.

La participación peruana causa un buen impacto, el pabellón fue bastante más grande que el año anterior y es por este motivo que tuvimos un alto nivel de visitantes, esto fue impulsado también por los diferentes bocaditos ofrecidos se generó un alto interés por la incursión de nuestra oferta exportable en cada platillo, es por este motivo que el pabellón consiguió un alto nivel de visitantes. Fueron de mucha ayuda las pantallas con diversos Sports publicitarios que reforzaban la variedad de productos que exportamos al mundo. Este año tuvimos un lugar privilegiado en la parte delantera del Hall 5, el cuál es bastante concurrido y cercano a la puerta de ingreso.

En la edición 2018, se obtuvo un pabellón más grande con 228m2, conformado por dos islas, donde los expositores fueron 11 empresas agroexportadoras con una oferta amplia de productos, entre fresco y orgánico de frutas y hortalizas, esto generó mucho impacto entre los asistentes y los empresarios, así mismo estuvieron presente 05 gremios muy influyentes en la oferta exportadora peruana, también la presencia de las entidades públicas brindaron soporte a los importadores asiáticos, la presencia de éstas entidades fortaleció al pabellón, teniendo como resultado una proyección de US\$ 162 millones para los siguientes 12 meses, un 18% más respecto a 2017 luego de 600 citas comerciales, de acuerdo a las encuestas realizadas durante la feria.

Estos resultados se lograron debido a que se presentó un pabellón altamente llamativo porque la combinación de la definición de los colores de las frutas y hortalizas de nuestra oferta exportable que fueron parte del diseño de la infraestructura, acompañado con el juego de luces le dio mucha armonía al pabellón, esto fue resaltado por los expositores, así mismo cada stand tuvo a su disposición un wifi egg que ayudó a que se concretaran las conexiones entre los empresarios de forma eficiente.

En Asia Fruit Logística existen dos eventos muy importantes para el sector hortofrutícola, uno de ellos este año cumplió 10 años y como todos los años tiene la presencia de muchos empresarios peruanos y funcionarios que representan al sector siendo el Asia Fruit Congress, durante este congreso se tocan diversos temas de coyunturales y ligados a las nuevas tendencias en el sector. Del mismo modo, un evento aún más especializado es el Asia Business Forum donde se brinda información sobre las operaciones que vinculan al sector, logístico, fitosanitario, productividad de mercados, etc., en estos eventos siempre tenemos la presencia de representantes de las empresas peruanas y funcionarios del sector.

Se realizó un evento muy importante para fortalecer los lazos entre los empresarios asiáticos, funcionarios de estado y concurrencia en general se dio a cabo en la 5ta edición del networking cocktail y la 2da versión del Super Foods Peru Party en el Hotel Conrad, uno de los más tradicionales en Hong Kong y con la presencia de unos 200 participantes. Del mismo modo, uno de nuestros gremios, Prohass, realizó una activación donde se realizó la degustación de palta, a fin de introducir en el mercado modalidades de consumo.

Otros pabellones nacionales muy importantes por la presentación que demostraron fueron Egipto y Argentina, mientras que Ecuador resaltó por la buena exposición de sus productos estrella, siendo la banana y la pitahaya. Por su lado, México destacó su presencia por las empresas exportadoras de paltas y mangos, teniendo también degustaciones de sus productos. En el caso de Costa Rica, Italia y España se destacó la exposición de productos no perechibles, como vinos, quesos y productos cárnicos.

La presencia de los funcionarios de la OCEX Hong Kong fue muy importante para que se logren los objetivos dado que gracias a su cooperación y apoyo se logró la sinergia necesaria para poner en marcha el pabellón de forma correcta. Del mismo modo, la presencia de la OCEX de Shanghái y Tailandia dieron el soporte necesario para las misiones que se venían realizando por parte de PROMPERÚ, así mismo fueron ellos quienes pudieron brindarnos una lista importante de empresas del Asia que se hicieron presentes en el pabellón luego de generarles agendas de reuniones a los expositores y participaron del networking cocktail, siendo también vital el apoyo y presencia del Cónsul General quien colaboró en las gestiones con diversos funcionarios chinos que nos visitaron, así como gestiones en la ciudad que aportaron para que la feria Asia Fruit Logistica logre los objetivos trazados.

#### **VIII. Recomendaciones**

Es primordial que se genere un convenio marco interinstitucional, a fin de que el proyecto de la feria y otros eventos se desarrollen con mejores lineamientos. Así se mejorarían y optimizarían los resultados de los eventos.

Sobre la infraestructura, el área de 228m<sup>2</sup> se debe mantener, sin embargo, se debe de considerar invitar a más empresas a que sean expositores para usar la mayor cantidad de stands, así como una mejor distribución de los gremios en el pabellón para que esta sea más dinámica.

Por otro lado, se requiere innovar en la configuración y diseño del pabellón, a fin de que las empresas puedan vender mejor sus productos y transmitan su mensaje a través de éstos, mientras que en el caso del catering se debe prepara el menú en función de los Super Foods, pero alineados a la gastronomía asiática, a fin de generar fusiones e instruir al mercado asiático a consumir nuestra oferta exportable. Esto es vital con la ayuda de las OCEX para que nos puedan brindar feedback de los resultados de sus activaciones, donde podamos identificar tendencias, el uso de publicidad es vital no solo en el recinto ferial sino previo a la feria, para incrementar el nivel de visitantes a nuestro pabellón nacional.

Es muy importante mantener la presencia del MINAGRI, a través de SENASA y Sierra y Selva Exportadora, a fin de poder brindar mejor y mayor información en nuestro pabellón, del mismo modo se incrementa la exposición de la oferta exportadora convencional. Sin embargo, la participación de éstas entidades deberá ser coordinada previamente para mantener actividades alineadas a los objetivos que queremos conseguir como pabellón nacional.

#### **IX. Anexos**

Encuestas de empresas