

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Andrea Nicole Zurita Ríos – Analista de Estudios Económicos y Mercado	15.11.18

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 3
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 7
IX.	Anexos 7

I. Resumen Ejecutivo	
<p>PMA Fresh Summit. Es el evento más importante del año para la industria de frutas y vegetales frescos en los Estados Unidos y uno de los más importantes del mundo.</p> <p>Este importante evento permite conectarse con compradores, expertos, líderes y encargados de tomar decisiones en cada eslabón de la cadena de suministro, fueron 20 mil participantes y 900 expositores de 65 países. Es también un observatorio de tendencias que están reformando el panorama futuro de la industria de frutas, vegetales y flores frescas.</p> <p>El Perú a través de una cooperación privada y pública participa de manera regular en esta feria lo cual es apreciado por los gremios privados y empresas exportadoras como un escenario de negocios en el que Perú debe mantener su presencia. En esta edición 2018 el pabellón peruano contó con 180 m², pero tuvo un cambio en el diseño y estructura, manteniendo siempre la relación con los Superfoods Perú. AGAP participó a través de seis de sus gremios: APEM PROARÁNDANOS, PROCITRUS, PROGRAMADA, PROHASSY PROVID.</p> <p>Se generaron estimaciones de venta para los siguientes 12 meses de US\$ 280 millones, a la vez concretándose 800 citas comerciales, de acuerdo a las encuestas realizadas por Promperú.</p>	
II. Antecedentes y Justificación	
<p>La feria PMA se realiza todos los años en una ciudad diferente de los Estados Unidos. La versión 2018 se llevó a cabo en la ciudad de Orlando, Florida. Esta feria se centra en el negocio de frutas, hortalizas frescas y flores.</p> <p>Produce Marketing Association es una asociación comercial que representa a las empresas de todos los segmentos de la cadena de suministro mundial de frutas y vegetales frescos y flores.</p> <p>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.</p>	
III. Ficha Técnica de la Feria	
3.1	Nombre Oficial PMA Fresh Summit International Convention & Exposition
3.2	Tipo de Feria Feria de la industria de Frutas y Hortalizas Frescas
3.3	Sector Alimentos-Consumo Masivo
3.4	Fecha Del 18 al 20 de octubre del 2017
3.5	Edición 69 edición
3.6	Frecuencia Anual
3.7	Lugar de Celebración Orlando, Estados Unidos
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 PMA fue de \$1,315 para no socios.	
3.10	<p>Organizador</p> <p>Produce Marketing Association</p>
3.11	<p>Superficie</p> <p>El pabellón del Perú contó con 180 m2 de superficie en una sola isla en el Hall C, durante este año se tuvo las salas de reuniones compartidas por los gremios, a fin de tener reuniones privadas, para que las empresas de los gremios puedan tener las reuniones programadas de acuerdo a sus agendas. Así mismo en la parte central se tuvo un espacio bastante amplio para que se puedan dar reuniones con diversos clientes y funcionarios.</p>
3.12	<p>Número de Asistentes</p> <p>18,500 asistentes de más de 60 países</p>
3.13	<p>Fecha de Próxima Edición</p> <p>Del 17 al 19 de octubre del 2018, Anaheim, California USA</p>
3.14	<p>Productos Presentados en la Feria</p> <p>Cítricos, palta, granada, arándano, mango y uva. Los nuevos productos más demandados fueron la piña, cebolla, jengibre y cúrcuma.</p>
3.15	<p>Datos Estadísticos de la Feria en General</p> <p>El número de Expositores de la Feria fue de 1,000 compañías relacionadas a la industria de frutas y vegetales frescos y de la industria de flores y más de 21,900 visitantes de más de 60 países.</p>
IV. Información Comercial	
4.1	<p>Panorama del Mercado</p> <p>El mercado de Norteamérica en frutas y hortalizas frescas importó US\$ 36,214 millones, de los cuales el Perú participó con \$ 1,174 millones. Lo que nos pone al frente de un positivo mercado potencial para las agroexportaciones peruanas, lo que convierte a esta feria del PMA en un medio importante para ponernos en primera fila de los proveedores seguros de alimentos de alcance mundial y generar muchas oportunidades de negocio para el sector agroexportador peruano.</p>
4.2	<p>Nuevas Oportunidades Comerciales</p> <p>Durante el 2017 los agroexportadores peruanos vendieron al mundo US\$ 5,795 millones, El Perú exportó en productos agrícolas a Norteamérica US\$ 1,854 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.</p>
4.3	<p>Nuevas Tendencias</p> <p>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 los EEUU tiene un gran crecimiento, 32% de los hogares los compran. De la misma manera se observó que varias empresas presentaban sus productos en empaques listos para comer los snacks, en forma de dip saludable.</p>
4.4	<p>Nuevas Tecnologías</p>

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. Los empaques que se presentaron en diversos módulos de la feria estuvieron alineados a esta onda eco amigable, dado que se ha construyen de productos reciclados y no usan nada de plástico en sus empaques por lo que en el PMA los condecoraron, esto fue innovador en la feria.

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 stand 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 Miami y Los Ángeles. 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
- PROGRANADA: Asociación de Productores de Granada del Perú
- PROHASS: Asociación de Productores de Palta Hass del Perú
- PROVID: Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú

5.2 Actividades de Promoción

Promperú y la delegación Peruana tuvieron una participación importante en la feria, ya que estuvimos en una posición muy privilegiada que no se conseguía hace muchos años, exponiendo así mejor nuestros productos, de la misma manera se instaló un producto sampling en la entrada principal del recinto ferial, a fin de promover los denominados Súper Alimentos o "Super Foods" en esta novedosa presentación gastronómica durante la feria Fresh Summit PMA 2018, permitió que muchos visitantes degusten y conozcan nuestra comida. Así mismo mantenemos la presencia sólida en este mercado y fortalecer la imagen del Perú como proveedor de excelentes productos que no solo tienen cualidades nutritivas, sino que aportan diversos beneficios a la salud. Por ello, una vez más en el PMA sirvió de plataforma para seguir posicionando los productos peruanos y la marca Super Foods Perú.

5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

Se generaron estimaciones de venta para los siguientes 12 meses de US\$ 2820 millones, a la vez concretando 800 citas comerciales. Durante la feria se proyectaron posibles negocios por alrededor de US\$ 260 millones, resultado de las diversas actividades de promoción.

5.3.2 Cualitativos

Los empresarios peruanos presentes en la feria, realizaron reuniones comerciales con más de 700 contactos provenientes de diversos países como Estados Unidos, Canadá, China, Corea del Sur, Taiwán, Colombia, México, Argentina, Reino Unido, entre otros. El número de visitantes en el pabellón peruano llegó a su punto máximo en más de 2,000 personas al segundo día de la feria, estimándose un total de 3,400 visitantes en los 2 días de feria.

5.4 Comentarios de la Competencia

El formato usual consiste en la presentación de pabellones nacionales, se aprecian los pabellones de Argentina, Chile y México con presencia significativa con respecto al año pasado, así como también estuvieron presentes Costa Rica, Guatemala, Ecuador, República Dominicana.

Estados Unidos ocupa una gran parte de la feria a través de las diferentes exposiciones de las empresas de sus diferentes estados como Georgia, Florida, Texas, etc.

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

La feria ofreció un ciclo de conferencias sobre situación de la industria, desarrollo de marca, innovación, acceso a compradores y proveedores, requisitos para la importación, nuevos productos y estrategias y tendencias mundiales, a continuación, algunas:

- Conferencia 1: Fresh Ideas Show Case: Exhibición orgánica certificado.
- Conferencia 2: Forum for the future – State of the Industry
- Conferencia 3: Fresh ideas showcase
- Conferencia 4: Potencialice su experiencia – Sesión de Networking
- Conferencia 5: Women's fresh perspectives leadership breakfast
- Conferencia 6: Fresh ideas showcase: Exhibición floral y producto

Tras la buena coordinación de la OCEX de Miami y PROMPERÚ se organizó la visita comercial a los almacenes de Port Fresh, siendo esta altamente enriquecedora para conocer las buenas prácticas aplicadas en este, del mismo modo se visitó el Puerto de Savannah - Georgia Ports, en esta visita participaron las siguientes empresas agroexportadoras y operadores logísticos: TALSA, VIRU, GANDULES, AGRICOLA LA VENTA, GREENLAND, VISON'S, ONE PERU, APL y HARDTOD.

VI. Directorio de Contactos

El directorio de los expositores se encuentra en la siguiente dirección de la web: https://s15.a2zinc.net/clients/pma_freshsummit/17/public/Exhibitors.aspx?Index=All&ID=308&sortMenu=105000#

VII. Conclusiones

Esta feria agrupa a los mejores expositores del mundo, puesto que al realizarse en un país donde el mercado es relevante e importante como Norteamérica, de manera que brinda muchas empresas sean parte de ellas a nivel mundial, siendo así una de las más relevantes para el sector hortofrutícola.

La presencia de los funcionarios de la OCEX de Miami y Los Angeles 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. Dado el soporte requerido para que las misiones que se venían realizando por parte de PROMPERÚ se ejecuten, así mismo fueron ellos quienes pudieron brindarnos una lista importante de empresas de Norteamérica que se hicieron presentes en el pabellón, así como generar agendas de reuniones a lo todo esto aportó para que la PMA Fresh Summit logre los objetivos trazados.

En esta edición 2018 el pabellón peruano contó con 180 m², pero tuvo un cambio en el diseño y estructura, principalmente en los aéreos que brinda a los participantes comodidad y una percepción a los visitantes de amplitud y sofisticación, gracias a los colores, luces, tótem interactivo, todo siempre manteniendo la consigna de los Superfoods Perú.

La gastronomía presentada por el catering a cargo del Chef peruano José Luis Chavez, dueño del restaurante Mission Ceviche, estuvo presentada adecuadamente y con un menú alineado al uso de los Superfoods en la gastronomía peruana, así que la presentación del catering en el pabellón y en el sampling area fue la correcta.

Los servicios de luz, internet, ambientes fueron los adecuados, esto es vital para que funcione en pabellón nacional en su conjunto.

Se observó que otros pabellones nacionales ejecutaron nuevos diseños y usaron materiales llamativos, generando gran impacto, este fue el caso de Chile, Argentina, México, Colombia dado que resaltaron sus estructuras con acabados de laminados, texturas de madera y colores novedosos. Usando conceptos de meeting point en la parte central, excepto México que tuvo el concepto de counters en todo el pabellón para poder distribuir a sus expositores. Así mismo, Chile aplicó una estrategia conjunta con la naviera MSC, pues ambos instalaron un pabellón juntos de manera que se observaron consolidados en PMA.

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.

La presentación del pabellón nacional es vital para que todo funcione adecuadamente, es por esto que la contratación o asignación de tareas de limpieza general pabellón, incluyendo los counters y mesas, permanentemente. La armonía es vital por lo que el uso de arreglos florares para los counters principales. Sin embargo, se ha considerado para la siguiente edición manejar una mejor distribución para que no sólo los gremios participen, sino que las empresas también puedan tener diversas actividades en el pabellón y disfruten de los servicios brindados, de manera que se pueda ampliar el espacio para conseguir generar mayor impacto frente a los objetivos trazados.

Así mismo, se deben alinear las agendas de las empresas que participarían con las misiones de Promperú y las visitas protocolares que organizan las OCEX, por lo tanto, es importante trabajar en una agenda integral, a fin de que las empresas sientan que el viaje que realizan maximice sus beneficios comerciales.

La publicidad es muy importante durante el evento en el recinto ferial, pero también antes del evento, a fin de tener la mayor cantidad de empresas que vengán a visitar el Pabellón nacional, por lo cual es vital que se trabaje coordinadamente con las OCEX para estas nos brinden el feedback necesario para conquistar a los visitantes de acuerdo a la cultura de la ciudad.

IX. Anexos

Encuestas a los participantes.