

Asia Fruit Logística 2018

Lugar: Hong Kong

Fecha: 05 al 07 de setiembre del 2018.

INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	
ELABORADO POR	Ing. Dante Poggi Estremadoyro
CARGO	Director DPAC selva
FECHA DE ELABORACIÓN	Al concluir el evento
I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	
<p>Sierra y Selva Exportadora dentro del marco de sus actividades de promoción comercial señaladas en la Directiva N° 001-2018-PE/SSE denominada "Estructura Organizacional y de Responsabilidades de Sierra y Selva Exportadora" tiene dentro de sus funciones, brindar asistencia técnica en ferias, ruedas de negocios, misiones tecnológicas, pasantías y otras actividades de promoción a las direcciones de línea, con la finalidad de promover el trabajo de los beneficiarios del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI).</p> <p>Mediante RM 0354-2018-MINAGRI con fecha 29 de Agosto del 2018, a partir de la invitación de la Asociación de Gremios Agrarios del Perú – AGAP y la Cámara de Comercio Alemana, se autoriza la Comisión de Servicios del Ing. Dante Poggi, Director de la DPAC Selva, para asistir como parte de la delegación peruana a la feria Asia Fruit Logística en Hong Kong.</p> <p>Siendo la feria Asia Fruit Logística Hong Kong una de las más importantes del mundo en el sector hortofrutícola, en la cual las empresas y organizaciones internacionales exponen frutas y verduras frescas, con la finalidad de establecer nuevos contactos comerciales y desarrollar negocios.</p> <p>La delegación peruana, entre las atribuciones pertinentes propias de la promoción de las exportaciones peruanas, ha considerado este año la participación del MINAGRI a través de dos OPA's (SENASA y Sierra Exportadora) a fin de dar el soporte necesario para establecer protocolos fitosanitarios en determinados productos hortofrutícolas y realizar un sondeo de mercado de nuevos productos en estos mercados como la chirimoya y la granadilla.</p>	
II. FICHA TÉCNICA DE LA FERIA	
2.1. NOMBRE OFICIAL DE LA FERIA	ASIA FRUIT LOGISTICA 2018
2.2. TIPO DE FERIA	Feria especializada
2.3. SECTOR	Hortofrutícola
2.4. FECHA	05 al 07 de setiembre del 2018
2.5. EDICIÓN	Edición N° 10
2.6. FRECUENCIA	Anual
2.7. LUGAR DE LA CELEBRACIÓN	Hong Kong
2.8. HORARIO DE LA FERIA	10:00 – 17:00 horas
2.9. PRECIO DE LA ENTRADA	475.00 €
2.10. ORGANIZADOR	Global Produce Events Gmbh.
2.11. SUPERFICIE	Sin data
2.12. NR. DE ASISTENTES	13,500 compradores
2.13. FECHA DE PRÓXIMA EDICIÓN	4 al 6 de setiembre 2019

2.14. PRODUCTOS PRESENTADOS	Pulpas y frescos de aguaje, Acai y Camu Camu, granadillas y chirimoyas frescas.																																												
3.15. DATOS ESTADÍSTICOS DE LA FERIA EN GENERAL	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #4F81BD; color: white;">Expositores</th> <th colspan="2" style="background-color: #4F81BD; color: white;">Visitantes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: center;">826</td> <td>Total</td> <td style="text-align: center;">13,500</td> </tr> <tr> <td>Países</td> <td style="text-align: center;">46</td> <td>Países</td> <td style="text-align: center;">70+</td> </tr> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #4F81BD; color: white;">País de origen</th> <th colspan="2" style="background-color: #4F81BD; color: white;">País de origen</th> </tr> <tr> <td>Asia</td> <td style="text-align: center;">40%</td> <td>Asia</td> <td style="text-align: center;">64,3%</td> </tr> <tr> <td>Europa</td> <td style="text-align: center;">23%</td> <td>Africa</td> <td style="text-align: center;">7,8%</td> </tr> <tr> <td>Africa</td> <td style="text-align: center;">9%</td> <td>Latinoamérica</td> <td style="text-align: center;">8,7%</td> </tr> <tr> <td>Latinoamerica</td> <td style="text-align: center;">10%</td> <td>Oceania</td> <td style="text-align: center;">6,9%</td> </tr> <tr> <td>Oceania</td> <td style="text-align: center;">9%</td> <td>Norteamérica</td> <td style="text-align: center;">5,4%</td> </tr> <tr> <td>Norteamerica</td> <td style="text-align: center;">6%</td> <td>Medio Oriente</td> <td style="text-align: center;">6,9%</td> </tr> <tr> <td>Medio Oriente</td> <td style="text-align: center;">3%</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Expositores		Visitantes		Total	826	Total	13,500	Países	46	Países	70+	País de origen		País de origen		Asia	40%	Asia	64,3%	Europa	23%	Africa	7,8%	Africa	9%	Latinoamérica	8,7%	Latinoamerica	10%	Oceania	6,9%	Oceania	9%	Norteamérica	5,4%	Norteamerica	6%	Medio Oriente	6,9%	Medio Oriente	3%		
Expositores		Visitantes																																											
Total	826	Total	13,500																																										
Países	46	Países	70+																																										
País de origen		País de origen																																											
Asia	40%	Asia	64,3%																																										
Europa	23%	Africa	7,8%																																										
Africa	9%	Latinoamérica	8,7%																																										
Latinoamerica	10%	Oceania	6,9%																																										
Oceania	9%	Norteamérica	5,4%																																										
Norteamerica	6%	Medio Oriente	6,9%																																										
Medio Oriente	3%																																												
III. INFORMACIÓN COMERCIAL																																													
3.1. PANORAMA DEL MERCADO	<p>Hong Kong es un mercado muy importante en lo que respecta a los productos hortofrutícolas, ya que en el 2017, Hong Kong importó US\$ 4.170 millones en fruta y US\$ 685 millones en hortalizas. Por otro lado, las importaciones de fruta fresca ascendieron a un valor de US\$ 2.600 millones, siendo las frutas más relevantes las uvas, cerezas, naranjas, durianes y manzanas. El total de sus importaciones llegó a los US\$ 1.700 millones (más del 60% del total de importaciones de fruta fresca). Fuente: Hong Kong Trade and Development Council</p> <p>En lo que respecta a Perú, las exportaciones de frutas y hortalizas frescas del año 2017 representaron el 53% del valor total de las agro-exportaciones no tradicionales y el 46% del total exportado por el sector durante el último año fiscal. El monto exportado de esta línea tuvo un crecimiento del 14%, con respecto al año anterior. Esto se dio principalmente gracias a la expansión hacia tres nuevos mercados, lo cual generó una mejora en el posicionamiento de Perú como proveedor principal en el ranking mundial de exportaciones; como es el caso de la palta (2do lugar); arándanos (3er lugar) y uvas (5to lugar). Asimismo, las expectativas de crecimiento del sector se encuentran focalizadas en la apertura de nuevos mercados por los acuerdos sanitarios con países como Tailandia, Filipinas, Japón, Vietnam, India, China, Malasia, Colombia y Corea, con el fin de exportar productos como la palta, mandarinas, arándanos y uva. Fuente: PROMPERÚ</p>																																												
3.2. NUEVAS OPORTUNIDADES COMERCIALES	Aerolínea china operará cinco vuelos al mes –a partir de enero del 2019– para transportar productos frescos peruanos al país asiático, con el fin de abastecer las necesidades de la nueva clase media china, la cual tiene tendencias de consumo sofisticadas y busca productos de exportación de valor agregado y nutricional.																																												
3.3. NUEVAS TENDENCIAS	<p>Las preferencias Evolución de preferencias del consumidor hacia la inmediatez de los servicios <i>retail</i> de comidas, razón por la que plataformas digitales de <i>e-commerce</i> enfocadas en <i>delivery</i> han crecido exponencialmente.</p> <p>Crecimiento del mercado chino y de sus preferencias hacia productos frescos y naturales, lo cual genera necesidad de generación de estrategias de marketing tropicalizadas a la cultura asiática.</p>																																												
3.4. NUEVAS TECNOLOGÍAS	Nuevas tecnologías de <i>packaging</i> responsable presentadas para mayor conservación de los productos.																																												

	Nuevas plataformas logísticas para nuevas necesidades de distribución como plantaciones en zonas urbanas o <i>storage</i> vertical que sea eficiente con los espacios. Herramientas digitales avanzadas de análisis de datos como <i>machine learning</i> para la transformación de la cadena de valor de los ecosistemas integrados agrícolas.
IV. PARTICIPACIÓN PERUANA	
4.1. EXPOSITORES NACIONALES	Gremios: APEM, Proarándano, Procitrus, Prohass y Provid / AGAP. Empresas: Agrícola Athos, Agrícola La Venta, Agrovision, Camposol, Camet Trading, Danper, Ecosac, La Grama, Pedregal, Peruvian Agritrade y Sunshine. Entidades: Mincetur (OCEX Hong Kong), PROMPERU y Sierra y Selva Exportadora. SSE cuenta con un stand de 3 x 3 m dentro del pabellón Perú, donde se presentarán muestras por un total de 20 Kg de los productos priorizados, así como se hará entrega de 500 brochures institucionales en inglés y chino
4.2. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN	Atención en feria, entrevistas y degustación de frutas peruanas con posibles importadores. Asistencia a la presentación de marca sectorial "Superfoods".
4.3. RESULTADOS	
4.3.1. CUALITATIVOS	Se establecieron contacto con 35 empresas agroexportadoras, así como con entidades gubernamentales de promoción comercial de Asia y Latinoamérica
4.4. ACTIVIDADES ADICIONALES EN EL MARCO DE LA FERIA	Participación en el Asia Fruit Congress Participación en el Business Forum: Food e-commerce and logistics y Marketing for Occasions Reunión de trabajo con delegación oficial: organización del Fruitnet Forum Peru 2019. Visita al Cathay Pacific Services Cargo Terminal Visita al Mercado Mayorista de Frutas – Hong Kong Visita al Western Wholesale Market – Hong Kong con delegación oficial
V. CONCLUSIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existe un interés del importante mercado Chino, por el consumo de frutas exóticas nuevas como la chirimoya y granadilla. 2. En el mercado existe una fruta similar a la chirimoya, denominada Atemoya, pero el sabor es astringente y de bajo dulzor en las pruebas organolépticas, que de acuerdo con las entrevistas y degustaciones de la chirimoya peruana, esta fruta la consideran dentro de las mejores frutas del mercado, presentando expectativas para realizar embarques de muestra comercial y hacer degustaciones con sus clientes a fin de desarrollar embarques sostenidos. 3. Del mismo modo, la granadilla, se perfila como una fruta nueva en el mercado, toda vez que no era conocida, les agrado mucho el tenor de dulzor, además de conocer los atributos de esta fruta, que de acuerdo con las costumbres tradicionales del Perú, el jugo de esta fruta es el primero que se le da a los bebés luego de la alimentación con leche materna, preparando el sistema digestivo del infante. Este atributo debe enfatizarse en la publicidad de esta fruta, comentaron los importadores. 4. También existen muchas expectativas con frutas como el mango, paltas y uvas, además de granadas, productos que ya se vienen haciendo exportaciones a este país, pero la demanda aún está en crecimiento, abriendo posibilidades de parte de SSE para colocar las producciones de palta Hass que se está desarrollando en el corredor andino del sur. 	
VI. RECOMENDACIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover las exportaciones de frutas como la chirimoya y granadilla al mercado Chino, dado que no tenemos protocolo de tratamiento fitosanitario para el acceso a este mercado, pues solo se accede a Hong Kong, debe iniciarse el proceso de acuerdo entre las autoridades de sanidad de ambos países. 2. Las exportaciones de estas frutas pueden iniciarse al mercado de Hong Kong donde no hay restricción de acceso, luego con las respuestas favorables de este mercado, se apoyaría la gestión del protocolo con la solicitud de las autoridades sanitarias chinos bajo las solicitudes de los importadores Chinos. 	

3. Apoyar a las organizaciones peruanas, productoras de estas frutas, para que consideren al mercado chino como meta de sus objetivos a corto plazo.