



# Panorama comercial del mercado australiano y oportunidades comerciales para el sector alimentos

Miércoles, 26 de Noviembre de 2015  
Lima, Perú

Arturo Zevallos Pérez  
Departamento de Agronegocios  
azevallos@promperu.Gob.pe  
PROMPERU



# Australia: Datos del Mercado



## POBLACIÓN

23 millones de Habitantes  
82% Población Urbana  
Sídney: 6 millones

## MONEDA

Dólar Australiano  
1 AUD = 0.93 USD

# Australia: Datos Demográficos

Población 2030: **30.4 millones**

Variación 2030 / 2010: **+37.8%**

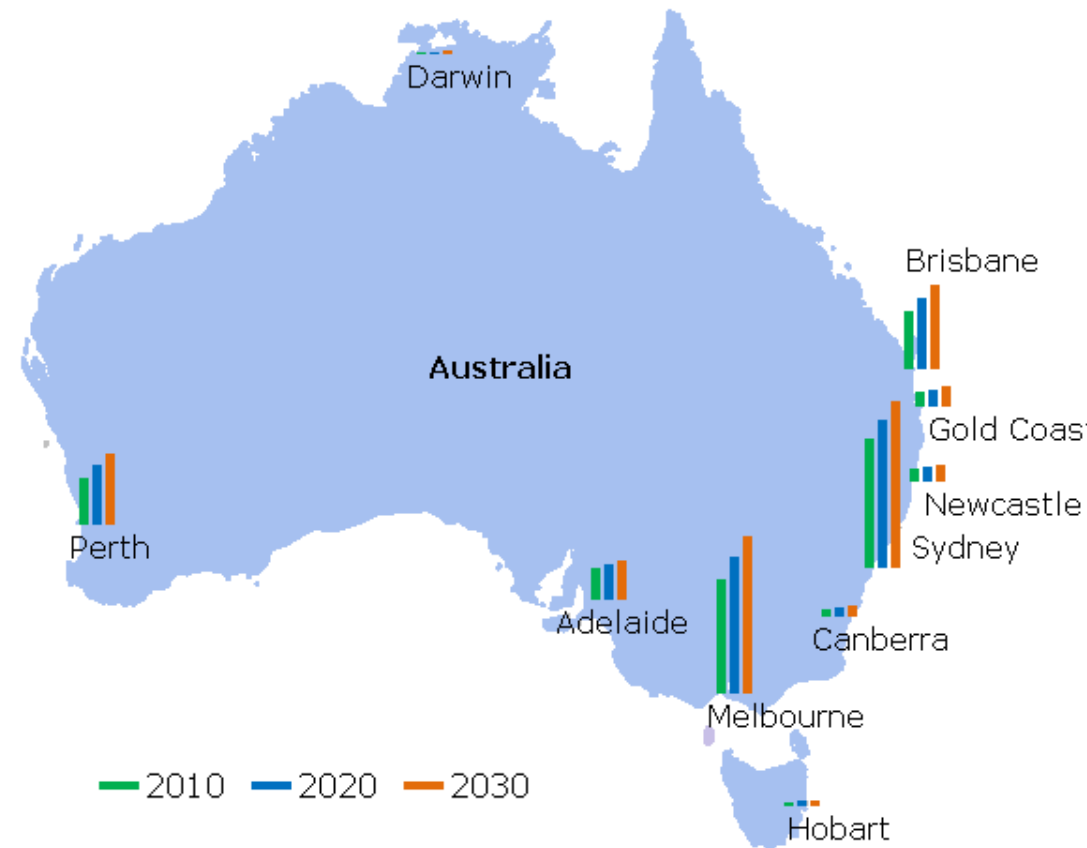
**Población Urbana**  
**89.1%**

## Ciudades más pobladas

- **Sydney - 4.6 millones de hab.**
- **Melbourne – 4 millones de hab.**
- **Brisbane – 2 millones de hab.**

## Ciudades con mayor crecimiento 2030 - 2010

- **Perth +58.6%**
- **Gold Coast +40%**
- **Brisbane +46.4%**



# Australia: Datos económicos

**PBI 2013 – MILLONES DE US\$**  
**US\$ 1'588,317**

**PBI PER CÁPITA 2013**  
**€ 48,998**

**CRECIMIENTO ECONÓMICO 2013**  
**2.5%**



- **Australia ha experimentado más de 20 años de crecimiento sostenido.**
- **Tasa promedio anual de + 3.5%.**
- **Perspectivas crecimiento 2014: 2.8%**
- **Apreciación de dólar australiano: mayor importación de productos agrícolas.**

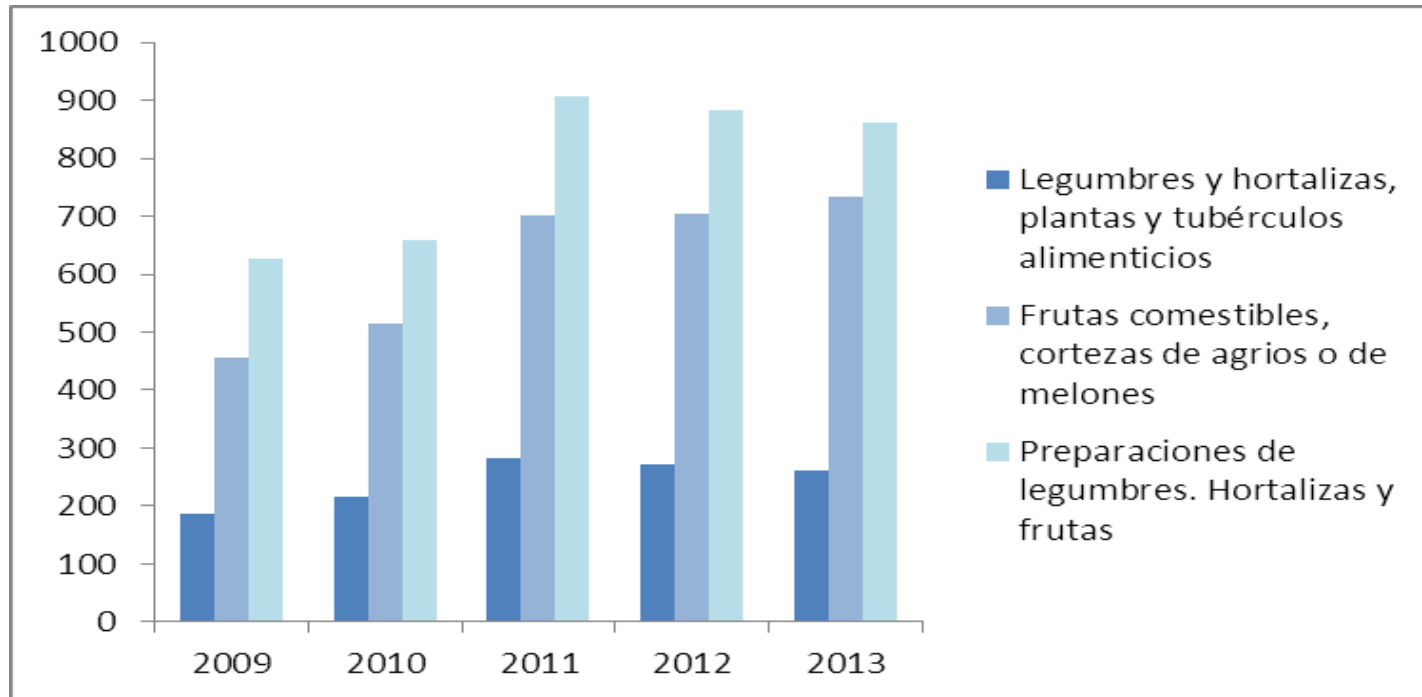


# Australia: Exportación e importación del sector Agrícola

# Importaciones Australianas de Productos Alimenticios

Millones de US\$

Importaciones 2013: **US\$ 232,481,271**

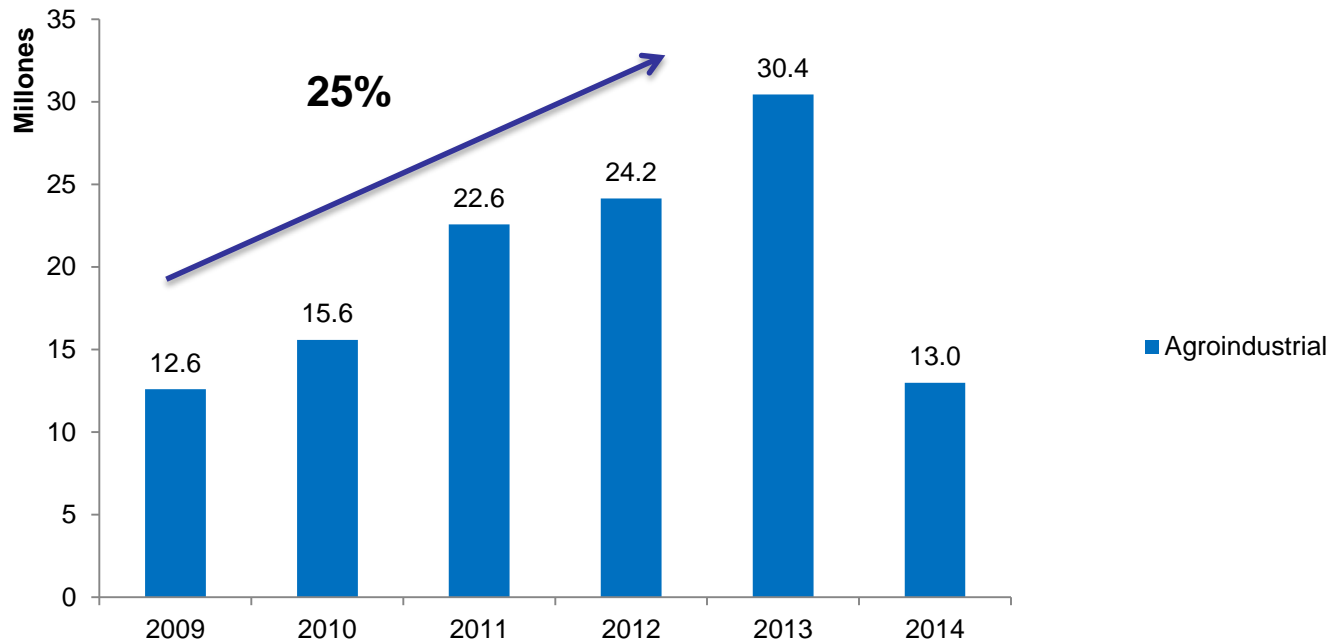


- Las importaciones australianas de alimentos han registrado un importante crecimiento promedio anual de 8.6% en los últimos cinco años.

# Exportaciones Peruanas a Australia del Sector Agroindustrial

Exportaciones 2013: **US\$ 30,449,093 Millones**

Variación 13'/12': **+26%**

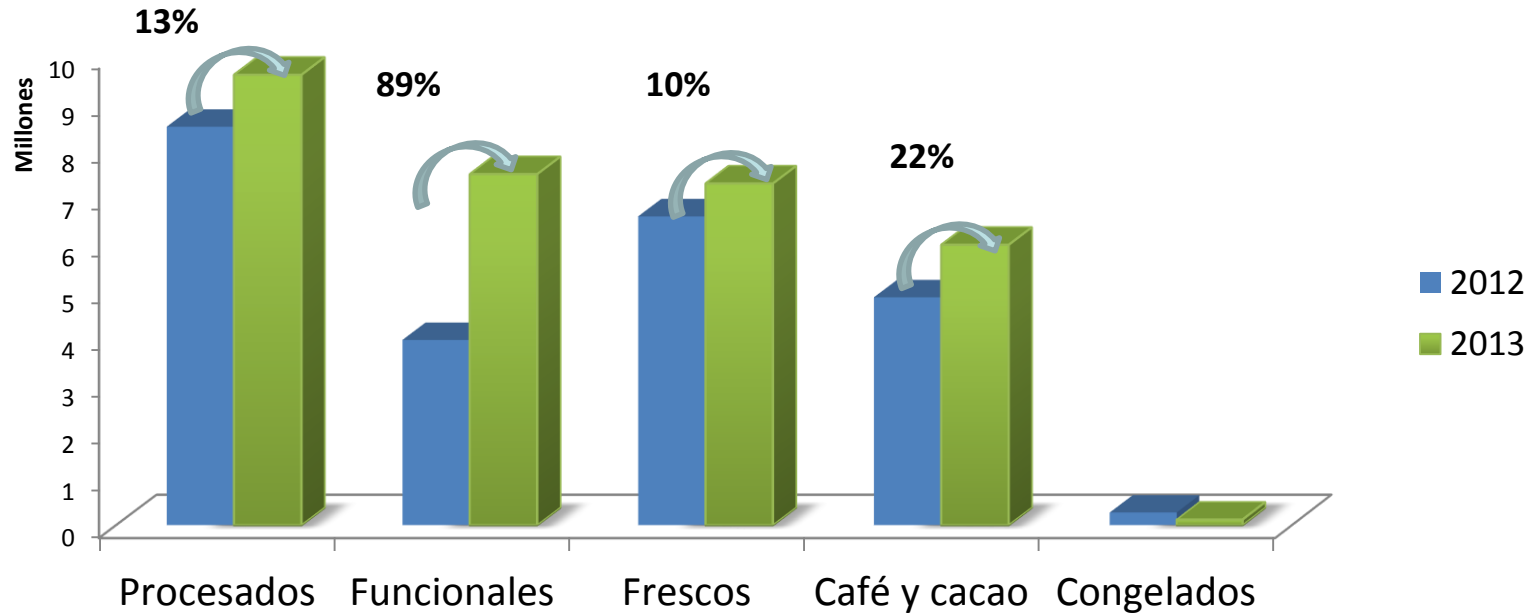


- Las importaciones australianas de alimentos desde el Perú hay registrado un variación promedio de 25% del 2009 al 2013.
- Las exportaciones peruanas de alimentos a Australia en el período Ene – Jun 2014 registraron US\$ 13 mil, 21 % mas que el mismo período en el 2013.

# Exportaciones Peruanas a Australia del Sector Agroindustrial

## Millones de US\$

Exportaciones 2013: **US\$ 30,449,093 Millones**



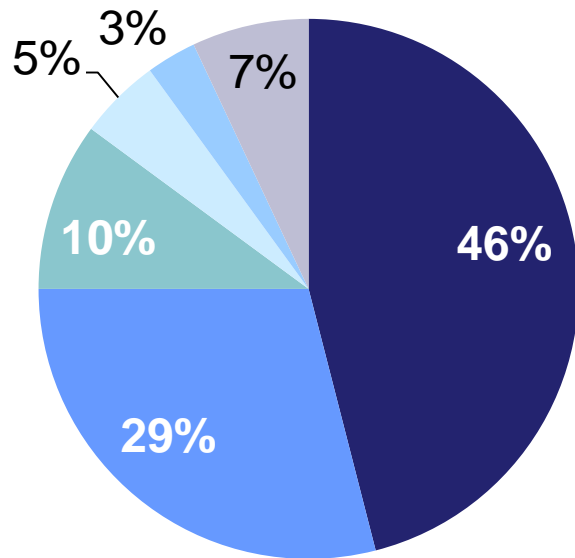
- Las exportaciones peruanas hacia Australia en productos funcionales se ha incrementado un 89%, liderado por productos como Quinua, Kiwicha, Maca, entre otros.
- Asimismo la exportación de Café y Cacao incrementaron, en las siguientes presentaciones: En grano y polvo.





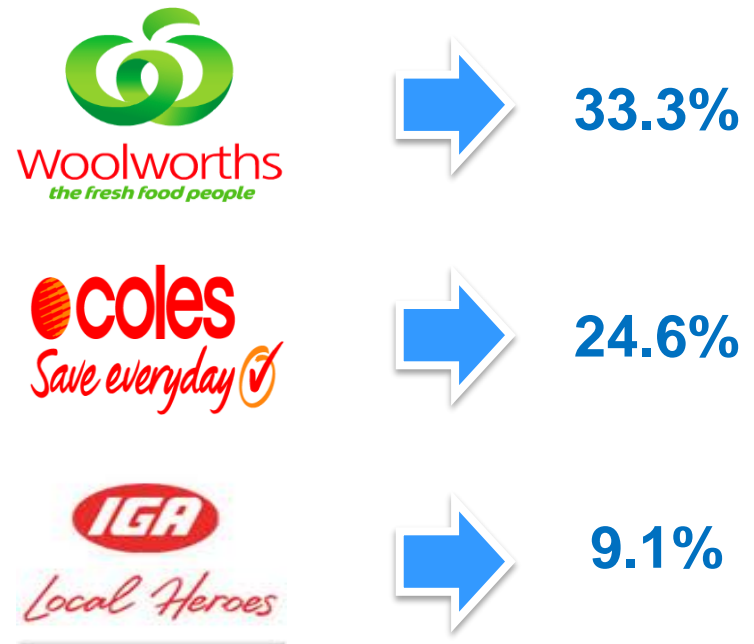
# Tendencias

# Canales de comercialización



- Supermercado
- Tienda independiente
- Mercado abierto
- Tienda de descuento
- Tienda de conveniencia
- Otros

## Tiendas Minoristas de comestibles en Australia



- Los supermercados poseen la mayor participación en ventas en el canal de comestibles con el 46% del mercado y se prevé que seguirán siendo líderes, al menos, hasta 2015.

# Principales tendencias de consumo

- El 90% de familias australianas prefieren comer en casa, y preparan sus comidas ellos mismos, por lo menos cinco veces a la semana.
- En Australia viven más de 400 mil residentes extranjeros, donde destacan los ingleses, neozelandeses, chinos e hindúes.
- Demandan una mayor cantidad de productos innovadores y sabores étnicos en presentaciones que les permitan cocinar con un estilo gourmet.
- Hay una gran demanda por productos gluten free.
- La tendencia por productos orgánicos está en crecimiento, sobre todo por la preocupación del consumidor australiano por el medio ambiente. Para esto se exige Australian Certified Organic.
- Se está incrementando el consumo de quinua orgánica, la cual se vende en grano, hojuelas y como insumo utilizado en la elaboración de productos finales.
- El término “Comercio Justo” ha sido adoptado por los productores australianos como una forma de diferenciarse de la competencia. Entre los productos que se comercializan con esta certificación figuran café, té, chocolates, entre otros.

# Supermercados: marcas propias





# Segmento productos libre de gluten



- La quinua ha comenzado a ganar popularidad entre los australianos debido a sus propiedades nutricionales y a su cada vez mayor exposición en los puntos de venta.
- La demanda de alimentos gluten – free es cada vez mayor en este mercado. Solo en 2013, las ventas de esta clase de productos aumentaron en 16%.
- Se utiliza como insumo en productos finales: pasta, cereales, entre otros.



Hojuelas de quinua orgánica

Producto	US\$ Miles	Var.% 2013/2012	Proveedores	Participación Perú
Quinua - "Chenopodium Quinua"	7.774	142%	Perú - US\$ 4,079 mil	53%
			Bolivia - US\$ 3,567 mil.	
			España - US\$ 59 mil.	



Quinua precocida libre de gluten

- Existe interés por tomar café premium, que cuente con certificación orgánico y/o de comercio justo, único origen y amigable con el medio ambiente. La huella de carbono es importante en este mercado.



Café orgánico peruano – AUD 5.99

Producto	US\$ Miles	Var.% 2013/2012	Proveedores	Participación Perú
Café sin tostar, sin descafeinar	227,866	-21%	Brasil – US\$ 41.159 mil.	1.98%
			Vietnam – US\$ 26.664 mil.	
			P. Nueva Guinea – US\$ 26.398mil.	

- El consumo del cacao en todo el mundo ha incrementado, lo que ha significado la subida de los precios.
- Países como Australia y Nueva Zelanda fueron los que mas chocolate consumieron con un promedio de 4.8kg por persona.



Café orgánico peruano – AUD 5.99

Producto	US\$ Miles	Var.% 2013/2012	Proveedores	Participación Perú
Cacao	1.623	-4%	Ghana – US\$ 301 mil.	13%
			Peru – US\$ 211 mil.	
			Singapur – US\$ 208 mil.	



- Las ventas de aderezos y encurtidos suelen tener una mayor demanda en verano en Australia.
- Los minoristas han comenzado a colocar las salsas, aderezos y encurtidos fuera de sus respectivos pasillos, exponiéndolos más cerca de otras comidas que los complementen.
- El 92% de las ventas de estos productos fueron realizadas en supermercados.



Pimiento piquillo en conserva



Salsa de pimiento piquillo

Producto	US\$ Miles	Var% 2013/2012	Proveedores	Participación Perú
<b>Pimiento Piquillo en conserva</b>	67,739	41%	N. Zelanda - US\$ 21.58 mil.	0%
			Italia - US\$ 11.73 mil.	
			China - US\$ 6.69 mil.	

- No se requiere un permiso de importación para la frutas y vegetales en conserva.
- La demanda de alcachofas en conserva ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, ya que representa una alternativa saludable debido a sus propiedades para reducir los niveles de colesterol.
- Como una forma de ganarse a los consumidores “saludables”, los principales fabricantes de conservas han incluido el sello de la Fundación Australiana del Corazón, lo cual ha repercutido positivamente en las ventas de la categoría.



Corazones de alcachofa en conserva

Producto	US\$ Miles	Var.% 2013/2012	Proveedores	Participación Perú
Demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre)	47,890	14.4%	Italia – US\$ 9,352 mil.	5.6%
			Turquía – US\$ 6,651 mil.	
			N. Zelanda – US\$ 6,237 mil	



# Productos en Retail



**Café orgánico  
100% Arabica  
Fair Trade  
AUD 6.99 c/u  
Origen: Perú**



**Espárrago en  
conserva  
AUD 3.49  
Enlatado 425 g.  
Origen: Perú**

# Productos en Retail



**Quinua Roja  
Orgánica  
AUD 7.19  
500 g.**



**Pasta con quinua  
AUD 3.98  
Libre de soya y  
gluten  
250 g.**



# Productos en Retail



**Banana Chips**  
**AUD 3.98**  
**400 g.**



**Chía negra**  
**AUD 5.49**  
**150 g.**



**Alcachofa en conserva**  
**AUD 3.40**



# Participación Peruana en la Feria Fine Food Australia 2014



# FINE FOOD AUSTRALIA



Fine Food Australia es la feria profesional de alimentación que en su 30va Edición se realiza en Melbourne, Australia.

Presenta las ultimas novedades del mundo de alimentos, bebidas, lácteos, productos naturales, gourmet, entre otros.

- **15 – 18 SEPTIEMBRE 2014  
MELBOURNE CONVENTION &  
EXHIBITION CENTRE**

# Actividades de Promoción: FINE FOOD AUSTRALIA

## FICHA TECNICA DE LA FERIA

- **Nombre Oficial:** Fine Food Australia.
- **Tipo de feria:** Profesional.
- **Sector:** Agroindustrial.
- **Fecha:** 15 – 18 Septiembre 2014
- **Edición:** 30th
- **Frecuencia:** Anual.
- **Lugar de Celebración:** Melbourne Convention & Exhibition Centre
- **Organizador:** Diversified Exhibitions Australia.  
e-mail: [shows@divexhibitions.com.au](mailto:shows@divexhibitions.com.au)
- **Superficie:** 27.000 m2
- **Pabellón peruano:** 36 m2. Empresas peruanas - 5



# Actividades de Promoción: FINE FOOD AUSTRALIA

## - Principales sectores:

- Comida internacional.
- Productos de higiene
- Helados, café, te, repostería y pastelería
- Maquinaria (para repostería, bares y restaurantes, catering...)
- Quesos y otros productos lácteos
- Comida sin gluten, halal, kosher, vegetariana, orgánica.
- Vinos y otras bebidas alcohólicas

# Actividades de Promoción: FINE FOOD AUSTRALIA

**20,328**

Buyers (CAB Audited)

Approximately

**1000**

Exhibitors from

**45** countries

**958**

International Buyers from

**48** countries

more than

**26,000**

people across

**4** days

**27,200m<sup>2</sup>**

space occupied

**6,475**

Exhibitor Staff

**3,199**

Interstate Buyers

Cifras de Fine Food 2013 (Show Report Fine Food Australia 2013)

# Actividades de Promoción: FINE FOOD AUSTRALIA



Plano de Fine Food Australia 2013



# Actividades de Promoción: FINE FOOD AUSTRALIA

En el 2013 se tuvo la visita de personas interesadas en el café, los chocolates, los espárragos y alcachofas envasadas, así como las pastas, tapenades, el producto mas buscado era la quinua y no solo en grano sino también en hojuelas, pop, entre otros.



*Empresas exhibiendo en la feria productos naturales*

# Actividades de Promoción: FINE FOOD AUSTRALIA

Por otro lado, sin ser la Fine Food una feria especializada en Café, el alto consumo en Australia de café fino se dejó notar en la feria por la exhibición de empresas.



Y no se quedaba atrás la presencia de chocolates finos. Empresas como Valhrona, una de las grandes en Europa, estuvo en la feria.



# Retos y Oportunidades

- Oportunidades para los productos procesados: pimiento piquillo, espárrago y alcachofa en conserva y menestras enlatadas. Asimismo, concentrados y pulpas de frutas congeladas como mango, granada y maracuyá.
- Un segmento interesante es el de los productos “gluten free”. Entre ellos la quinua orgánica, la cual se vende en grano, hojuelas y como insumo en productos finales.
- La tendencia por productos orgánicos es baja en comparación a otros mercados, pero se pudo encontrar café y quinua orgánica peruanos en uno de los supermercados. Se exige Australian Certified Organic.
- La calidad es muy importante para el consumidor australiano. Va a pagar un precio alto si el producto es de calidad, o tiene alguna ventaja nutricional respecto al resto de productos.
- Empresas australianas hace unos años eran solo exportadoras, pero la apreciación del dólar australiano y las oportunidades del mercado asiático, han generado que varias empiecen a importar e incluso a tener áreas de empaque.

# Retos y Oportunidades

- Es importante informarse los tiempos de tránsito: la frecuencia es limitada y los barcos paran en distintos puntos antes de llegar al mercado australiano.
- Poco conocimiento de la oferta exportable peruana y temporadas de producción. Esto hace que importen mediante distribuidores, principalmente norteamericanos.
- El canal de comercialización está dominado por dos cadenas australianas, Woolworths y Coles, los cuales tienen gran poder para definir los productos a adquirir. Recientemente ha ingresado Aldi, pero su participación en el mercado solo llega al 5% aproximadamente.
- Los importadores – distribuidores están en los grandes mercados de Sídney, Brisbane y Melbourne, quienes abastecen a las cadenas de retail y tiendas independientes.





# Fine Food Australia

Contacto: Arturo Zevallos P.  
Departamento de Agronegocios

[azevallos@promperu.gob.pe](mailto:azevallos@promperu.gob.pe)

Teléfono: 6167400

