



PERFIL DEL CONSUMIDOR AUSTRALIANO

Tendencias y Oportunidades Comerciales en Australia

Katherine Chumpitaz Martínez

kchumpitaz@promperu.gob.pe

Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva
PROMPERU



26 de noviembre 2014

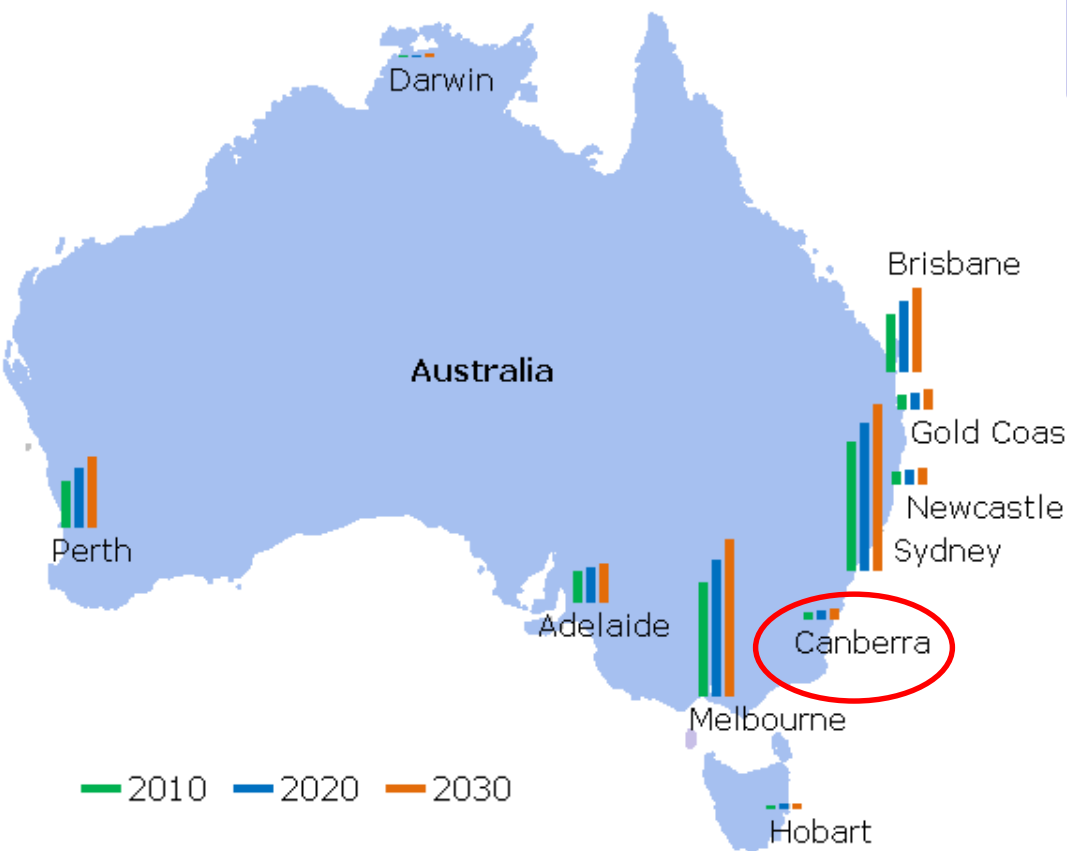
Lima, Perú



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%**

MONEDA

Dólar Australiano
1 AUD = 0,87 USD

Australia: Datos económicos

PBI PER CÁPITA 2013
US\$ 64 578

CRECIMIENTO ECONÓMICO 2013
2,3%

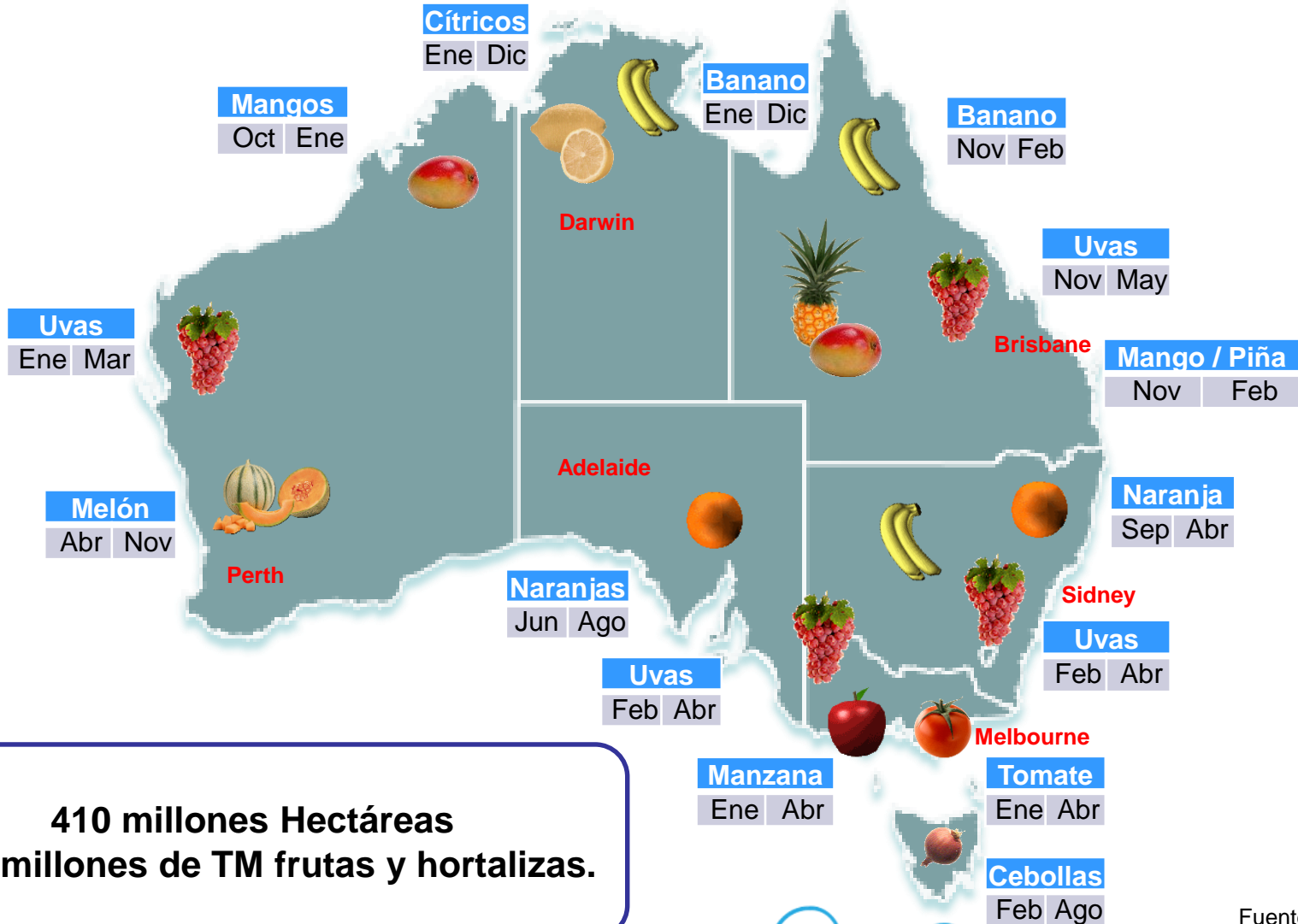


- **Australia ha experimentado más de 20 años de crecimiento sostenido.**
- **Tasa promedio anual de + 3.5%.**
- **Perspectivas crecimiento 2014: 2,8%**
- **Apreciación de dólar australiano: mayor importación de productos agrícolas.**



Australia: Producción e Importaciones de Alimentos

Estacionalidad de Producción



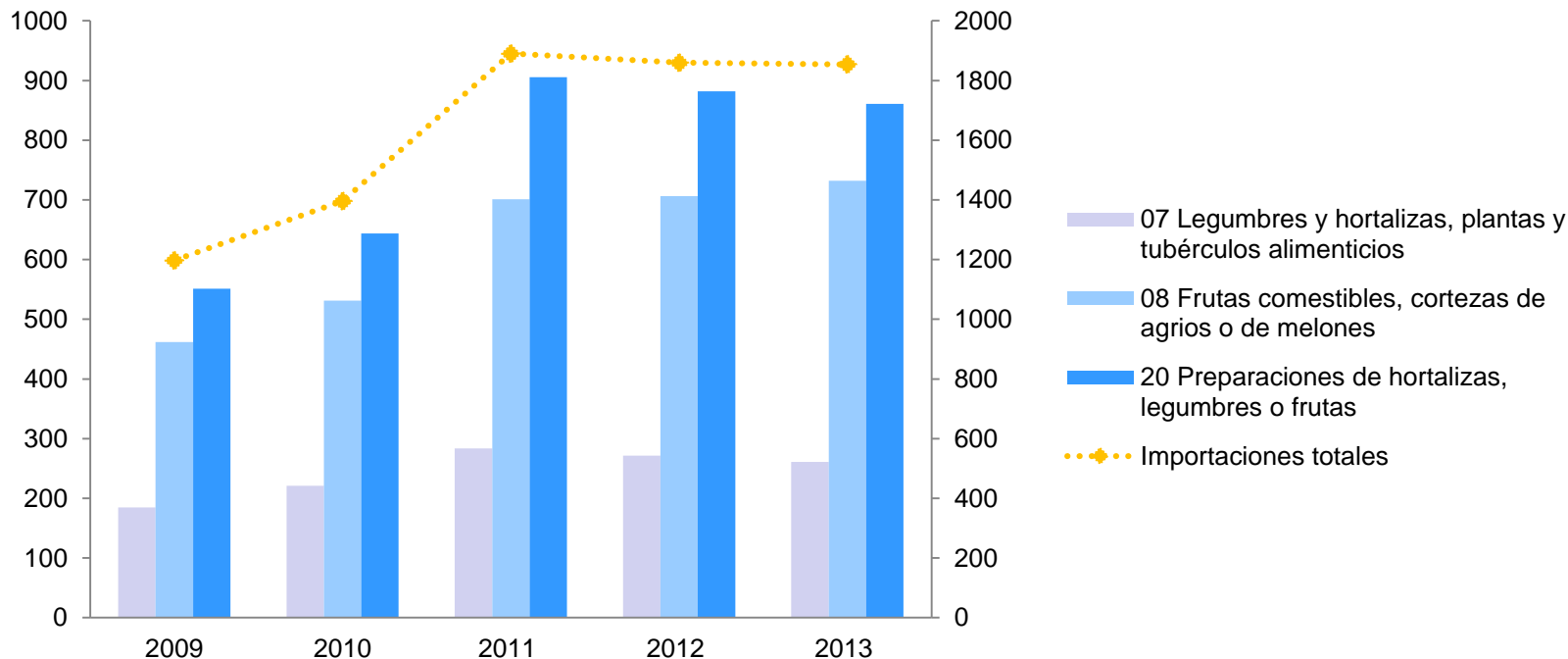
**410 millones Hectáreas
+ 2.7 millones de TM frutas y hortalizas.**

Importaciones de Alimentos

Millones de US\$

Importaciones 2013: **US\$ 1 854 Millones**

Variación 13'/12': **- 0,3%**



- Las importaciones australianas de alimentos han registrado un importante crecimiento promedio anual de 11,6% en los últimos cinco años.
- El crecimiento ha sido impulsado por la demanda sostenida de frutas comestibles (TCP 13/09 = 12,2%) y preparaciones de hortalizas (TCP 13/09 = 11,8%).

Importaciones del Capítulo 07

Importaciones 2013: **US\$ 261 millones**

Variación 13'/12': **-3,9 %**

N°	Producto	Importaciones 2013 (Miles de US\$)	Variación 13/12	Principales Proveedores
1	Mezclas de hortalizas	38 832	-4,6	N. Zelanda (64%) China (20%) Bélgica (12%)
2	Hortalizas y mezclas varias	26 547	6,2	China (38%) Turquía (22%) N. Zelanda (10%)
3	Guisantes (Arvejas, chícharos)	25 689	-9,0	N. Zelanda (84%) Holanda (6%) China (3%)
4	Ajos frescos o refrigerados	22 472	5,4	China (52%) México (20%) España (19%)
5	Espárragos frescos o refrigerados	18 324	24,6	México (45%) Perú (44%) EEUU (7%)
	Resto	129 067	-8,9	-
	Total	260 932	-3,9	-

Fuente: Global Trade Atlas - GTA Elaboración: PROMPERÚ

Importaciones del Capítulo 08

Importaciones 2013: **US\$ 732 millones**

Variación 13'/12': **+3,7%**

N°	Producto	Importaciones 2013 (Miles de US\$)	Variación 13/12	Principales Proveedores
1	Nueces de marañón, sin cáscara	103 970	7,1	Vietnam (92%) Indonesia (4%) India (2%)
2	Frutas sin cocer o cocidas en agua	51 166	35,7	EE.UU. (25%) Chile (24%) China (10%)
3	Uvas frescas	37 770	4,6	EE.UU. (100%)
4	Uvas secas, incluidas las pasas	21 573	11,3	Turquía (51%) EE.UU. (18%) China (13%)
5	Paltas frescas	17 538	23,7	N. Zelanda (100%)
	Resto	402 968	2,7	-
	Total	732 196	3,7	-

Fuente: Global Trade Atlas - GTA Elaboración: PROMPERÚ

Importaciones del Capítulo 20

Importaciones 2013: **US\$ 861 millones**

Variación 13'/12': **-2,4%**

N°	Producto	Importaciones 2013 (Miles de US\$)	Variación 13/12	Principales Proveedores
1	Papas preparadas o conservadas	103 532	-8,6	N. Zelanda (48%) Holanda (21%) EE.UU. (16%)
2	Hortalizas preparadas o conservadas, excepto en vinagre	54 057	42,4	N. Zelanda (32%) Italia (17%) China (10%)
3	Tomates preparados o conservados	46 377	-0,2	Italia (91%) Turquía (5%) EE.UU. (2%)
4	Frutas en conserva	38 152	6,9	N. Zelanda (19%) Tailandia (17%) China (15%)
5	Confituras, jaleas y mermeladas de frutas	22 661	-5,0	N. Zelanda (47%) Francia (20%) Alemania (3%)
	Resto	572 965	-5,8	-
	Total	860 708	-2,4	-

Fuente: Global Trade Atlas - GTA Elaboración: PROMPERÚ

Importaciones de Productos Alimenticios

Millones de US\$

07 Acuerdos Comerciales vigentes

02 Acuerdos Comerciales por entrar en vigencia

08 Acuerdos Comerciales en negociación

Producto	Importaciones 2013 (Millones de US\$)	Variación 13/12	Principales Proveedores / Participación	Arancel
Uvas frescas	37.8	4.60%	Estados Unidos (100%)	5%
Mandarinas	8.6	48.30%	Estados Unidos (91%) Israel (9%)	0%
Naranjas	27.4	20.20%	Estados Unidos (100%)	0%
Banano	1.1	27.60%	Tailandia (83%) Filipinas (9%) Colombia (3%)	0%
Mango	3.9	0.21%	Filipinas (36%) México (35%) Tailandia (24%)	0%
Palta	48.1	23.65%	Nueva Zelanda (100%)	0%
Espárrago fresco	18.3	24.58%	México (45%) Perú (44%) Estados Unidos (7%)	0%

Fuente: OMC / *Aduanas Australiana* (www.customs-gov-au)
Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ



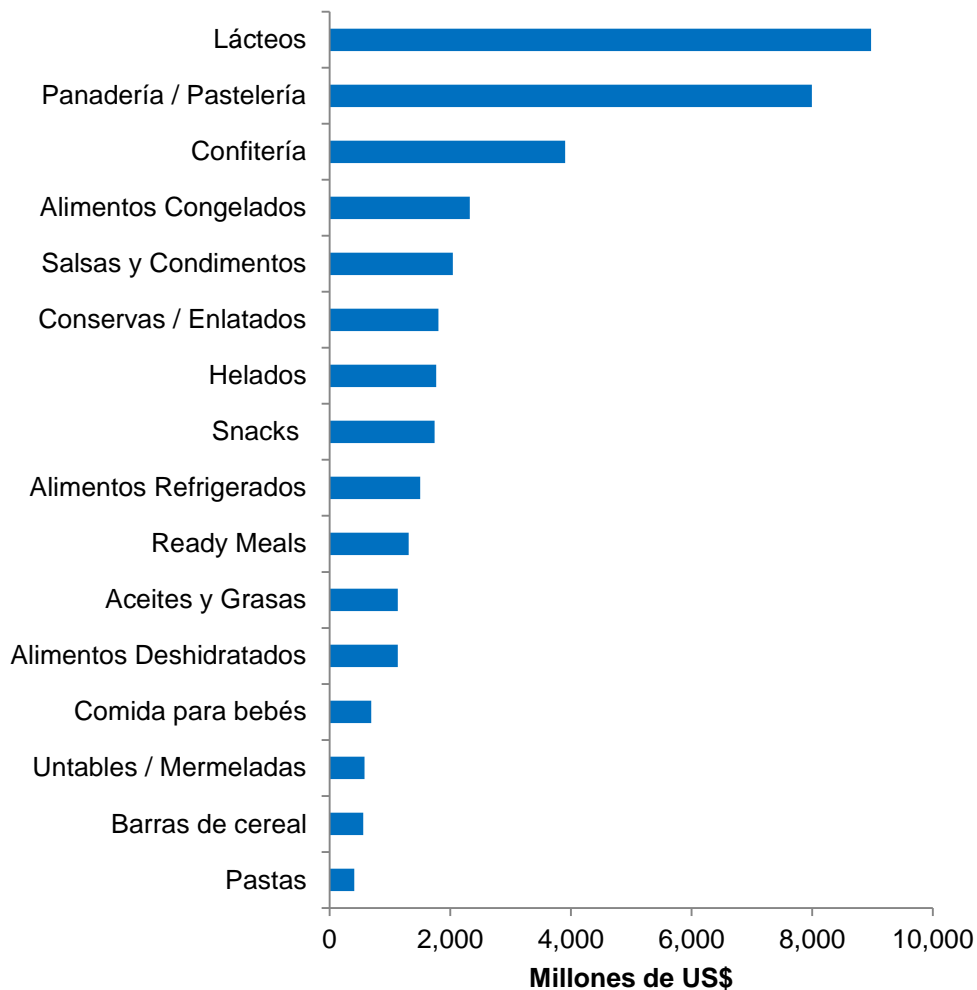
Australia: Consumo de Alimentos

Tendencias: Alimentos frescos



- Búsqueda de nuevos sabores: Mayor interés por la cocina artesanal y los ingredientes exóticos
- Buenas perspectivas para las nueces y frutos secos: Crecimiento medio anual de 5% para los próximos cinco años.
- Preferencia por producción local: 96% de las frutas y hortalizas frescas ofrecidas en Woolworths se produce en Australia.
- A nivel doméstico, la agricultura australiana enfrenta poca o ninguna competencia dada la predilección de los consumidores por los productos locales.
- Las berries son el producto de moda en Australia han triplicado sus ventas en los últimos cinco años

Australia: Consumo de Alimentos Procesados



- Australia tiene el tercer mayor mercado de alimentos procesados en la región Asia – Pacífico, por encima mercados como India, Corea del Sur e Indonesia.
- Las ventas de alimentos procesados sumaron cerca de US\$ 37 mil millones en 2013
- Las ventas de lácteos y productos de panadería representan el 44% de las ventas de procesados
- Las categorías más dinámicas en los últimos cinco años han sido las comidas para bebés (+ 120,8% entre 2008 – 2013), las barras de cereal (+ 65,1%) y los alimentos refrigerados (+ 46,7%).

Tendencias: Alimentos procesados



- Los consumidores cada vez más aspiran a un estilo de vida más sofisticado por lo cual la demanda de productos gourmet se ha dinamizado, pese a su alto precio.
- Población envejecida demanda productos saludables, bajos en grasas y azúcares tales como cereales, productos funcionales y prebióticos.
- Los alimentos orgánicos envasados siguen ganando adeptos, en desmedro de los alimentos modificados genéticamente
- Demandan una mayor cantidad de productos innovadores y sabores étnicos en presentaciones que les permitan cocinar con un estilo gourmet.

Tendencias: Conservas



- Las ventas de productos en conservas o enlatados sumaron US\$ 1 692 millones en 2013
- Las categorías más populares son pescados y mariscos (US\$ 560 millones en 2013), frutas (US\$ 265 millones) y hortalizas (US\$ 220 millones).
- Para los próximos cinco años existen buenas perspectivas para las conservas de carnes (+ 13,5% de variación 2019 – 2014), hortalizas (+7,6%) y pescados y mariscos (+ 6,9%).
- El Gobierno Federal ha aplicado medidas anti – dumping a las importaciones de tomates preservados de Italia.
- Las conservas de productos orgánicos y de pesca sostenible impulsarán las ventas.

Tendencias: Café / Cacao



- Las ventas de café superaron por primera vez US\$ 1 mil millones en 2013, lo cual representa un crecimiento total de 24,5% en relación a 2008.
- Las ventas de café de alta gama aumentaron en 6% en 2013 debido a la mayor cultura cafetera que está adoptando el país.
- Las ventas de café en cápsulas y en grano tienen buenas perspectivas para los próximos años.
- Las ventas de productos de chocolatería superan los US\$ 2 mil millones y crecieron 4% en 2013.
- 2% de las ventas representan la chocolatería orgánica.

Tendencias: Jugos de frutas



- Búsqueda de nuevas alternativas con bajo contenido de azúcar debido a mayor conciencia en salud.
- Los jugos refrigerados embotellados son percibidos como de mayor calidad y más frescos en comparación a las presentaciones en preservadas en caja.
- Consumidor australiano prefiere productos avalados por Instituciones nacionales y con alto valor nutricional.
- El precio medio del litro de jugo en Australia es de US\$ 2,29
- El jugo de naranja sigue siendo el más popular, seguido por otras frutas como manzana, granada, piña, berries y tomates.

Tendencias: Productos certificados



ORGÁNICOS

- La venta de productos orgánicos superó los US\$ 550 millones en 2013
- Entre 2013 y 2018, las ventas de orgánicos crecerán en 25%
- El 92% de la población prefiere alimentos orgánicos



KOSHER

- Nicho de más de 1 millón de consumidores que incluyen judíos, musulmanes, hinduistas, budistas y griegos ortodoxos.
- Aproximadamente 18% de la población australiana es vegetariana
- Representa un mercado de más de US\$ 300 millones al año

HALAL

- Australia es un HUB internacional de productos *Halal* debido a su cercanía con Malasia y Filipinas
- Segmento de más de 280 mil seguidores del Islam

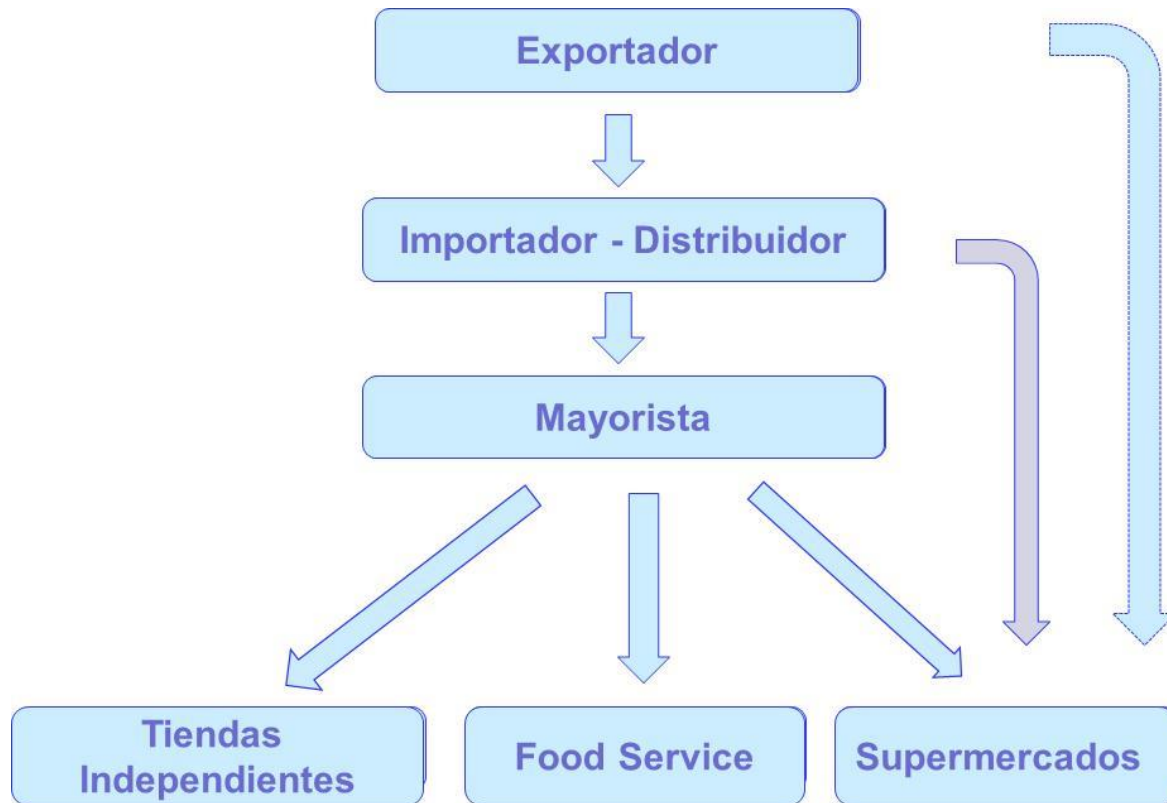




Canales de Comercialización

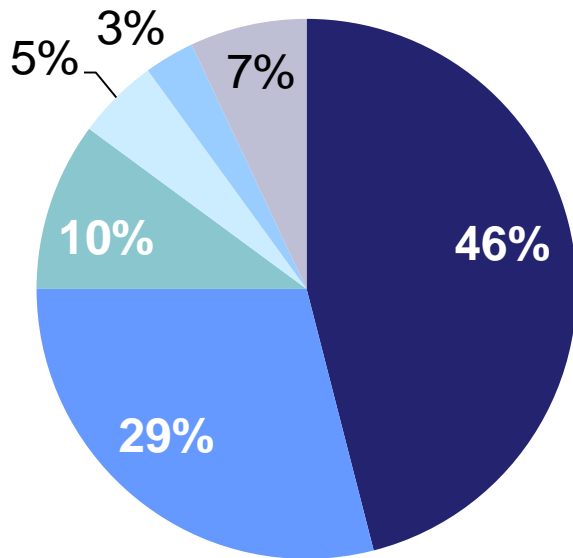


Canales de distribución



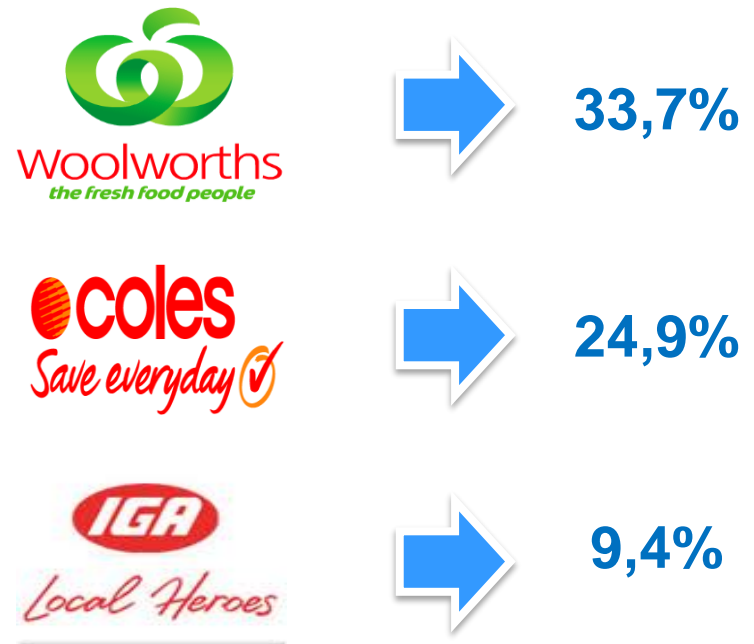
- **Importadores – Exportadores:** oficinas comerciales en Asia
- **Distribuidores:** Zonas de empaque
- **Distribuidores Mayoristas:** Zonas de Fumigación
- **Supermercados:** Contratos con productores

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 65% del mercado y se prevé que seguirán siendo líderes, al menos, hasta 2015.

Campañas de Canales de Comercialización



Orgullosos de apoyar "Hecho en Australia"



"96% de nuestras frutas y hortalizas frescas son producidas en Australia"

Tiempos de embarque

Distances and Time

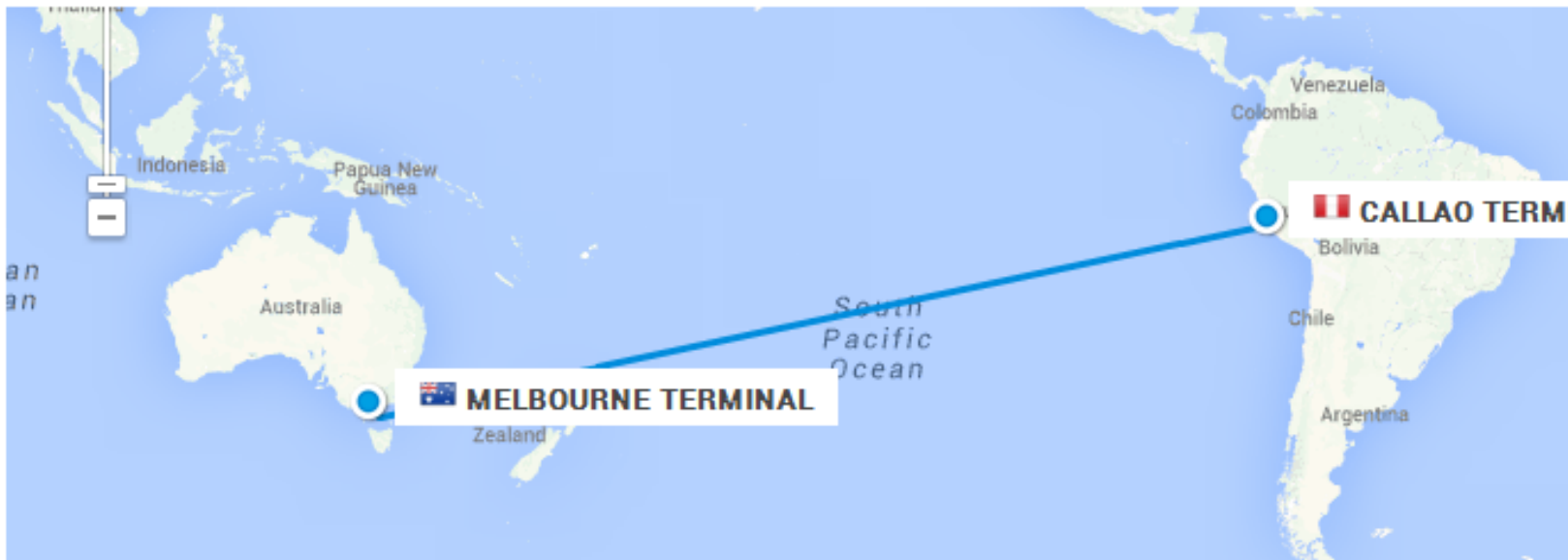
Total Distance 100%

Distance:Transit Time: 13746.28 km

22 days(s) 2 hours

Distance:Transit Time: 13746.28km

22 days(s) 2 hours

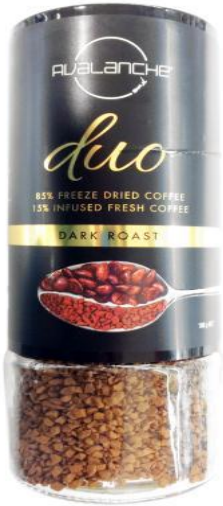


Vía aérea:

Lima - Santiago - Auckland - Sídney

Lima Los Angeles - Sídney

Nuevos Lanzamientos: Cacao y Café



Café instantáneo / tostado	
Precio	9,5 AUD / US\$ 8,3
Peso	100 gr.
Origen	Nueva Zelanda



Chocolate para beber orgánico, y libre de gluten	
Precio	7,0 AUD / US\$ 6,1
Peso	250 gr.
Origen	Nueva Zelanda



Mermelada de cacao y avellanas	
Precio	7,0 AUD / US\$ 6,1
Peso	250 gr.
Origen	Australia



Barra de chocolate fair trade con aguaymanto y naranja	
Precio	1,8 AUD / US\$ 1,6
Peso	44 gr.
Origen	Reino Unido

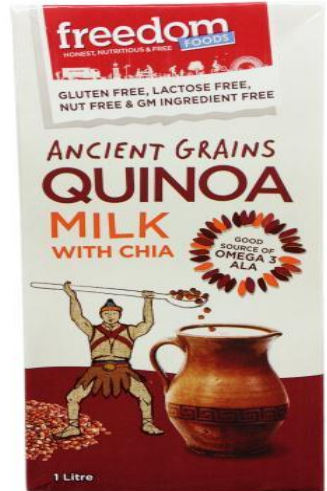
Nuevos Lanzamientos : Quinoa



Quinoa Roja Orgánica	
Precio	5,99 AUD / US\$ 5,2
Peso	300 gr.
Origen	Australia



Ensalada de Quinoa, Pimientos y Espinaca	
Precio	7,0 AUD / US\$ 6,1
Peso	220 gr.
Origen	Australia



Leche de quinoa con chíá	
Precio	3,8 AUD / US\$ 3,3
Peso	1L
Origen	Australia



Harina de quinoa	
Precio	9,2 AUD / US\$ 8,0
Peso	350 gr.
Origen	Australia

Nuevos Lanzamientos: Granos



Comida orgánica para bebés a base de quinua y manzana	
Precio	1,99 AUD / US\$ 1,7
Peso	300 gr.
Origen	Australia



Barras de cereal a base de nueces, quinua y chía	
Precio	5 AUD / US\$ 4,4
Peso	210 gr.
Origen	Australia



Chía frutada con mango	
Precio	3,7 AUD / US\$ 3,2
Peso	170 gr.
Origen	Australia / EEUU



Chips con quinua y chía Gluten Free	
Precio	2,7 AUD / US\$ 2,4
Peso	175 gr.
Origen	Australia

Nuevos Lanzamientos: Gourmet



Mermelada de mango y maracuyá con chíá

Precio	5,0 AUD / US\$ 4,4
Peso	290 gr.
Origen	Australia



Mermelada de espárragos, pimientos , higos y avellanas

Precio	5,5 AUD / US\$ 4,8
Peso	190 gr.
Origen	Italia



Conserva de pimientos picantes y quesos

Precio	5,6 AUD / US\$ 4,9
Peso	250 gr.
Origen	Reino Unido



Tapenade de berenjenas, aceitunas y pimientos

Precio	4,3 AUD / US\$ 3,7
Peso	230 gr.
Origen	Australia

Nuevos Lanzamientos: Pescados y mariscos



Filetes de lenguado en sal y pimienta	
Precio	7,99 AUD / US\$ 6,7
Peso	360 gr.
Origen	Australia



Pota en sal y pimienta	
Precio	8,0 AUD / US\$ 7,0
Peso	280 gr.
Origen	Nueva Zelanda



Piqueo Marino: Filetes de basa, camarones y calamar	
Precio	7,4 AUD / US\$ 6,5
Peso	300 gr.
Origen	Australia

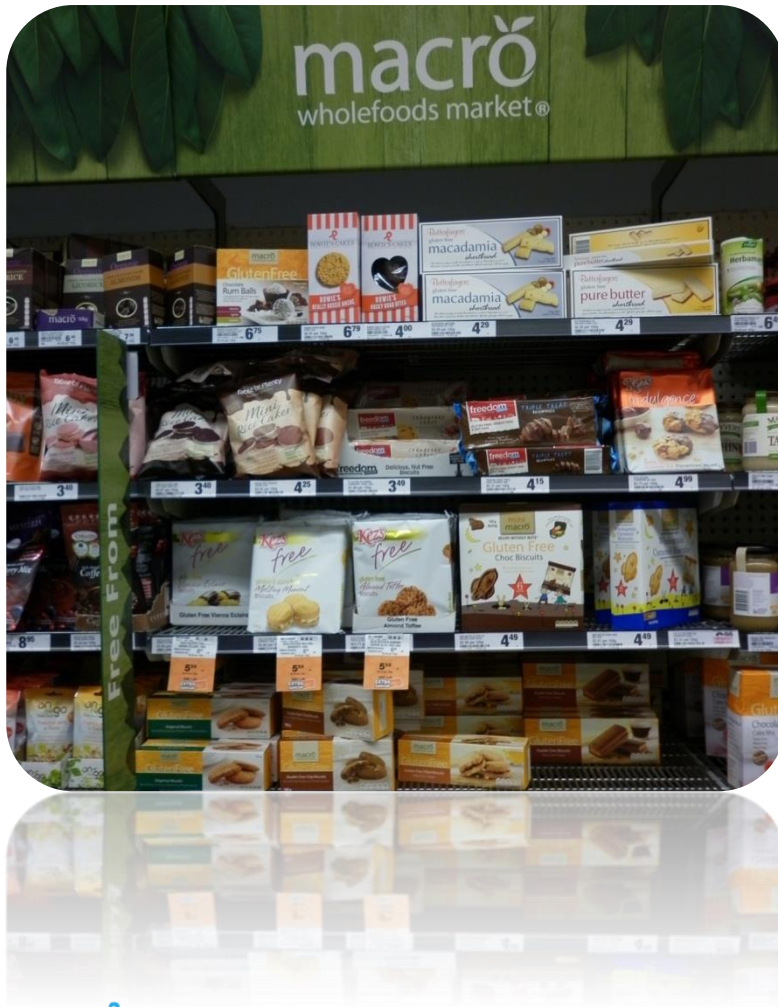


Calamar empanizado	
Precio	5,0 AUD / US\$ 4,4
Peso	175 gr.
Origen	Australia

Tiendas de descuento: ganan participación



Segmentos: Gluten Free



- Las ventas de productos libres de gluten superaron los US\$ 100 millones en 2013
- Para los próximos cinco años, la categoría crecerá a una tasa media anual de 8,8%
- Consumidores Australianos son más consientes e informados en cuanto a salud
- Padres comienzan a reemplazar snacks y nueces por barras de cereal en los refrigerios de sus hijos.
- Supermercados como Woolworths y Coles dedican cada vez mayores espacios en sus góndolas para esta clase de productos y representan 75% de las ventas totales.



Alimentos: Exportaciones Peruanas



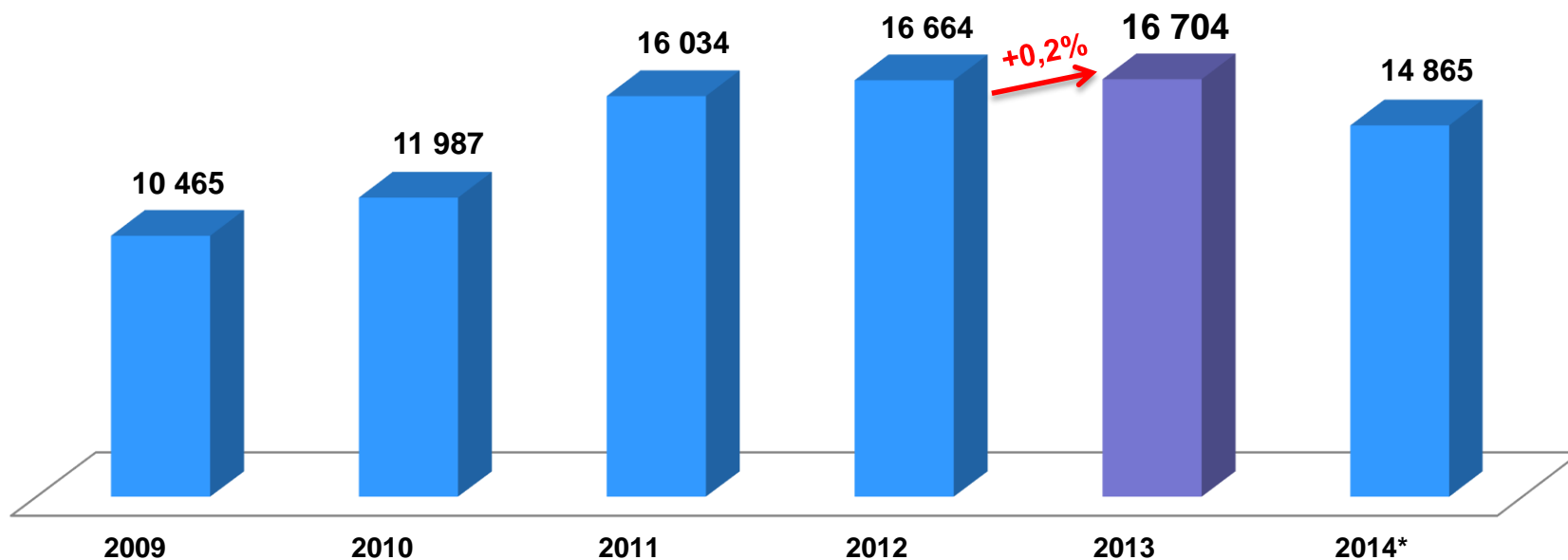
Exportaciones Peruanas de Alimentos a Australia

Miles de US\$

Subpartidas : **22**

Empresas: **46**

TCP 13'/09': **12,4%**



- El 56% de las líneas exportadas en 2013 correspondieron a preparaciones de hortalizas y frutas, especialmente espárragos en conserva (US\$ 4,1 millones)
- Las exportaciones de los primeros nueve meses del 2014 fueron superiores en un 16,5%, en comparación con similar periodo en 2013. Gracias a mayores envíos de espárragos frescos y nueces del Brasil.

(*) cifras de enero a setiembre

Fuente: SUNAT.

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Perú: Exportaciones de Alimentos

Exportaciones a Australia de las subpartidas seleccionadas Miles de US\$

Subpartida	Descripción	2012	2013	Var. %
<i>07 - Vegetales y Hortalizas frescas y congeladas</i>		5 761	6 555	13,8
0709200000	Espárragos frescos o refrigerados	5 683	6 527	14,8
Resto 07		77	28	-63,7
<i>08 - Frutas frescas y/o congeladas</i>		2 599	825	-68,3
0811909100	Mangos frescos	841	419	-50,2
0801220000	Nueces del Brasil	1 437	228	-84,1
Resto 08		321	178	-44,5
<i>20 - Conservas de frutas, verduras y hortalizas</i>		8 305	9 325	12,3
2005600000	Espárragos en conserva	3 949	4 110	4,1
2001909000	Pimiento Morrón y Jalapeño en conserva	1 515	1 602	5,8
2008999000	Pulpa de maracuyá y de palta, procesadas	1 380	1 493	8,1
2005991000	Alcachofas en conserva	283	937	231,3
Resto 20		1 179	1 183	0,4
TOTAL		16 664	16 704	0,2

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

- 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 91% 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
Pimientos del género capsicum o pimienta	6 218	-10%	N. Zelanda - US\$ 6 130 mil.	0%
			India - US\$ 69 mil.	
			Corea del Sur - US\$ 15 mil.	

- El mango se cultiva en la región de Australia Occidental y tiene la misma ventana de abastecimiento que Perú y Ecuador.
- Las restricciones reglamentarias para frutas congeladas son menos estrictas en Australia, ya que las mismas no implican un alto riesgo de enfermedades.
- Cada envío de pulpa congelada de frutas debe ir acompañado por constancias documentarias que evidencien el proceso de congelamiento (-18°C)
- El mango congelado podría ser una alternativa viable para poder entrar en las temporadas de baja producción debido a la durabilidad del producto.



Mango mexicano congelado

Producto	US\$ Miles	Var.% 2013/2012	Proveedores	Participación Perú
Otras frutas congeladas	70 464	73%	EEUU – US\$ 17 625 mil.	1,5%
			Chile. – US\$ 17 022 mil.	
			China – US\$ 6 783 mil.	



Mango EEUU congelado

- 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)	67 739	41%	N. Zelanda – US\$ 29 581	3,7%
			Italia – US\$ 11 734 mil.	
			China – US\$ 6 690 mil	



- 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 13%.
- 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"	8 350	113	Perú – US\$ 4 188 mil.	50,2%
			Bolivia – US\$ 3 636 mil.	
			EEUU - US\$ 345 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.
- Las ventas minoristas totales de café sumaron US\$ 1 000 millones en 2013.
- Cultura de café arraigada hace que paladar de consumidores distingan sabores, calidad y origen de los granos.



Café orgánico peruano – AUD 5.99

Producto	US\$ Miles	Var.% 2013/2012	Proveedores	Participación Perú
Café sin tostar, sin descafeinar	227 886	- 21%	Brasil – US\$ 41 159 mil.	2,0 %
			Vietnam – US\$ 26 664 mil.	
			P. Nueva Guinea – US\$ 26 398 mil.	

Productos en Retail



Espárrago fresco
AUD 2.98
Origen: Perú



Mandarina
AUD 3.98
Origen: Australia



Maracuyá
AUD 0.84 cts c/u
Origen: Australia

Productos en Retail



Palta hass
AUD 0.99 c/u
Origen: Australia



Carambola
AUD 14.98 Kg.
Origen: Australia



Ajos
AUD 3.98 Kg.
Origen: Australia



Uvas frescas
AUD 4.98 Kg.
Origen: Australia



Sliced Mango
AUD 5.09
825 g.



Jugo piña mango
AUD 2.13
1 litro



Garbanzos en conserva
AUD 1.09
400 g

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**



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



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



Banana Chips
AUD 3.98
400 g.



Chía negra
AUD 5.49
150 g.



**Alcachofa en
conserva**
AUD 3.40

Retos y Oportunidades

- En el rubro de frescos, los australianos prefieren consumir productos de origen australiano.
 - Obtener los permisos fitosanitarios toma varios años (Risk Assessment)
- 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.

¿Dónde conseguir mayor información?

www.siicex.gob.pe/inteligenciademercados

Ruta exportadora

Test Exportador

Regiones

Sectores Productivos

Calidad

Regulaciones

Acuerdos Comerciales

Estadísticas

Exporta Fácil

Directorios

Enlaces de Interés

Calendario de Actividades

Comuníquese

26 de noviembre del 2014

Inteligencia de Mercados

Informes de las exportaciones
peruanas por sectores

Q |

Twitter 1

Revista exportando.pe | Estudios Especializados | Boletines | Informes de Prospección | Noticias | Promo | Inscripción |

Estudios Especializados

Guías de Mercado

Estudios Especializados

Nuevos Lanzamientos

Perfil Producto - Mercado

Nº	Título	Año
1	Perfil Producto - Mercado: Aceite de Sacha Inchi en Francia	2014
2	Perfil Producto - Mercado: Arándanos en Alemania	2014
3	Perfil Producto - Mercado: Arándanos – Estados Unidos	2014
4	Perfil Producto - Mercado: Chía en Suiza	2014
5	Perfil Producto - Mercado: Franquicias gastronómicas en Brasil	2014
6	Perfil Producto - Mercado: Frijol Castilla en Suecia	2014
7	Perfil Producto - Mercado: Kiwicha en Australia	2014
8	Perfil Producto - Mercado: Mango en conserva y congelado en Estados Unidos	2014
9	Perfil Producto - Mercado: Pasta de cacao – Alemania	2014
10	Perfil Producto - Mercado: Quinoa en Canadá	2014
11	Perfil Producto - Mercado: Tapas de plástico en Ecuador	2014
12	Perfil Producto - Mercado: Uvas frescas – Canadá	2014

Perfil Producto - Mercado: Kiwicha en Australia

Tema	Perfil Producto - Mercado: Kiwicha en Australia
Resumen	Perfil Producto - Mercado: Kiwicha en Australia
Tipo de Estudio	Perfil Producto - Mercado
Autor	Inteligencia de Mercados - Promperú
Año	2014
Documento	

Síguenos en:





Muchas gracias

Katherine Chumpitaz Martínez
Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva
PROMPERU



Noviembre 2014

