

1. Descripción de la Feria

1.1 Información General del Evento

Nombre Oficial	Food & Hospitality Africa 2017
Ciudad	Johannesburgo
País	Sudáfrica
Fecha	7 al 9 de mayo de 2017
Sectores representados	Alimentos Procesados y Productos del Mar
Sitio web del evento	http://www.foodandhospitalityafrica.co.za/
Recinto ferial	Gallagher Convention Centre
Superficie pabellón Chile	90 m ² aprox.

Food & Hospitality Africa 2017 es la mayor feria comercial de alimentos, bebidas y gastronomía hotelera en África. Esta incluye una variedad de atractivos eventos entre los que destacan las competencias entre chefs, campeonatos de baristas, coctelería creativa, y seminarios sobre tendencias de la industria dictados por reconocidos expertos. Es una vitrina ideal para los productores y procesadores de pescados y mariscos, productores y procesadores de alimentos, bebidas y vino.

Realizada en el Centro de Convenciones Gallagher de Johannesburgo, corresponde a un moderno espacio ferial que tiene más de 30 hectáreas y 26 lugares de encuentro. En la versión 2016, Food & Hospitality Africa acogió a más de 300 expositores provenientes de 27 países. La feria atrajo a cerca de 6.500 visitantes, principalmente compradores de alimentos, bebidas, equipamiento y mueblería de los sectores de gastronomía hotelera, comercio detallista y mayorista, y de la industria de servicio de alimentos.

El mercado sudafricano ofrece atractivas oportunidades para las exportaciones de trucha, moluscos (mejillones), carne de ave, avena, frutos secos y deshidratados (ciruelas y nueces), jugos y pulpas de frutas (manzana y uva), entre las más destacadas.

Los expositores nacionales de empresas grandes y medianas tienen la oportunidad de introducir sus productos al mercado, reuniéndose con los principales compradores procedentes del comercio al por menor y mayorista, distribuidores, importadores y exportadores a otros mercados de la región africana.

1.2 Perfil del Visitante

Durante la versión de la feria en el año 2016, se registraron unas 6.444 visitas. El perfil de los visitantes internacionales corresponde a uno profesional, el cual incluye: directores ejecutivos, presidentes, dueños o socios de empresas; profesionales de ventas, marketing o negocios; compradores; chefs; gerentes de sector HORECA. Un porcentaje importante corresponde a Category/Product/Brand Managers, gerentes de hoteles y restaurantes, gerentes de exportación, entre otros. El 99% de los visitantes dijo que visitaría la feria nuevamente.

- **Por tipo de industria**

Ventas al por mayor, distribución e importación	22%
Hoteles, <i>Bed & Breakfast</i> y establecimientos de invitados	20%
Retail, minoristas independientes, minoristas online o por correo, minoristas de supermercados, minoristas de bebidas alcohólicas, otros minoristas, tiendas de delicatessen	13%
Restaurantes	12%
Panadería/Delicatessen	9%
Tiendas de conveniencia y minoristas de tiendas de servicio	8%
Centros de conferencias, cantinas/clubs, bares	7%
Restaurantes de comida rápida	5%
Contratistas	4%

- **Por posición del visitante**

Directores ejecutivos, presidentes, dueños o socios de empresas	33%
Profesionales de ventas, marketing o negocios	18%
Compradores	17%
Category/Product/Brand Managers; distribuidores; administradores de hoteles, restaurantes y bares; gerentes de importación y exportación; gerentes de comercio; ejecutivos de desarrollo de nuevos productos	14%
Chefs	10%
Gerentes del sector HORECA (Catering / Food & Beverage)	8%

1.3. Perfil de los Expositores

Durante la versión de la feria en 2016 participaron más de 300 expositores de más de 27 países del mundo, principalmente de países de África, Europa y Asia, y en menor medida de América y Oceanía. Los visitantes de la feria tendrán la oportunidad de generar ventas en sitio, disfrutar de una exposición de marketing, mostrar los productos en vivo y encontrarse con los tomadores de decisiones de empresas de retail, hoteles y restaurantes de toda África

Pueden participar empresas del sector de productos del mar, agroalimentario, frutos secos y de vinos.

2. Características del Mercado

2.1 El Mercado Sudafricano de Alimentos

El mercado sudafricano de alimentos ha exhibido un saludable y sostenido crecimiento, tendencia que se proyecta para los próximos años.

La expansión del mercado sudafricano ha sido estimulada por el surgimiento de una clase media joven y profesional, que ha crecido al alero de las políticas oficiales en favor de la mayoría negra en materia de sueldos, empleo y empoderamiento en el ámbito productivo y de gestión. Concentrado particularmente en la provincia de Gauteng (Pretoria/Tshwane y Johannesburgo) y conocido en los círculos de especialistas del marketing como los “Diamantes Negros”, este segmento de la población asciende a 16 millones de personas y exhibe un poder adquisitivo estimado en US\$33 mil millones. Este nuevo consumidor ha abierto el mercado para alimentos envasados, sanos y funcionales, nuevos productos y estimulado el uso de internet para las compras.

El auge del sector del retail es una de las tendencias más destacables del mercado. Por ejemplo, Woolworths, la mayor cadena medida por su nivel de capitalización, tuvo un crecimiento en 2015 de 83% en sus cifras de negocios y de 240% en sus utilidades. Este ha sido estimulado por la expansión de las ventas de las grandes cadenas de supermercados, una creciente innovación en los productos alimentarios y el incipiente desarrollo de las ventas a través el comercio electrónico, lo cual ha sido impulsado por la creciente penetración de la telefonía móvil, estimada en 145%. La fuerte competencia entre las grandes cadenas de supermercados se traduce en la generación de nuevos segmentos de mercado, como los alimentos naturales y funcionales.

La industria agroalimentaria es uno de los otros motores de crecimiento de la economía sudafricana, representando cerca de 14% del PGB. El crecimiento y diversificación de la producción de alimentos envasados ha estimulado la expansión sostenida del mercado de ingredientes, en especial para la elaboración de productos lácteos, pastelería y bebidas. Esta industria se caracteriza por empresas de nivel mundial, con una infraestructura de distribución de calidad y fuerte presencia en África. Seis de los grupos sudafricanos del sector figuran entre los 10 más grandes del continente, con cifras de negocios sumadas de US\$16,3 mil millones (71% del total para las 10 mayores compañías africanas). El sector HORECA también se ha destacado por su alto ritmo de crecimiento, fuerte expansión de locales y restaurantes y exitosa inserción de cadenas y cafés de renombre internacional, estimulado en parte por el dinamismo del turismo.

Sudáfrica presenta atractivas oportunidades para los productos chilenos, en particular, en el sector de los alimentos, impulsadas por las tendencias descritas del retail, los cambios demográficos y la expansión del sector HORECA. Destacan las oportunidades en el subsector de la fruta procesada, las bebidas, los mariscos y segmentos de mercados para la pesca. Si bien los vinos enfrentan una fuerte competencia por parte de la industria nacional y europea, los nuevos hábitos de consumo de la nueva clase media y su inclinación por los productos novedosos, abren nichos de mercado para los vinos de alta gama. Sudáfrica es, además, una plataforma de negocios hacia el continente, debido a la extensa presencia de las cadenas de supermercados, tiendas de licores y cadenas especializadas de restaurantes. La cadena de retail Woolworths tiene 65 establecimientos en 11 países africanos, y Shoprite, la mayor cadena de supermercados de Sudáfrica, tiene el 25% de sus establecimientos fuera del país.

2.2 Los Alimentos Chilenos en el Mercado Sudafricano

Frutos del Mar, Acuicultura y Pesca

Los embarques chilenos de moluscos (principalmente calamares congelados y en menor medida, ostras), por un valor de US\$228 mil, se ubicaron en la 10° posición en el mercado sudafricano. Salvo el salmón, los frutos del mar y productos acuícolas cuya producción local es limitada tienen aranceles bajos. Hay oportunidades para la exportación de otros moluscos, particularmente para los mejillones, abalones y ostiones.

Chile fue el 16° principal proveedor de pescado congelado, con un valor de US\$462 mil, principalmente trucha, producto para el cual Chile figuró como el 3° principal mercado de origen. Las oportunidades se detectan para las

empresas que tengan ventajas competitivas para la comercialización de especies como la merluza, el jurel y el bacalao de profundidad.

Frutos Secos y Deshidratados

El mercado para este grupo de productos se ha expandido gracias al sostenido crecimiento de los alimentos envasados y del mercado de ingredientes. Chile figura como el 9° principal mercado de origen de las importaciones sudafricanas de nueces, por un valor de US\$518 mil. Chile fue también, en 2015, el 3° mercado más importante para las importaciones de frutos secos, por un monto de US\$417 mil, casi exclusivamente conformadas por las ciruelas deshidratadas. Por consiguiente, se estima que las almendras y otros frutos secos o deshidratados tienen potencial en el mercado debido a la competitividad de los productos chilenos, ya que varios de estos productos tienen un arancel bajo o cero.

Agroindustria

Chile fue el 12° principal abastecedor de importaciones de carne de ave, por un monto de US\$765 mil. Se prevé que el consumo de carne de ave crecerá en 47% de aquí a 2022. Entre los productos agroindustriales con potencial en el mercado, además de la carne de ave y de la carne de cerdo (cuyo consumo aumentará en 33% en el próximo decenio), cabe destacar el jugo de manzana, el que cual tiene arancel cero. Chile ocupó el 10° lugar en este producto. Chile ocupó, también, un lugar destacado en las importaciones de semillas oleaginosas, registrando un valor de US\$342 mil, siendo el 7° principal mercado de origen.

Vinos

Las exportaciones chilenas de vino se ubicaron en 2015 en el 5° lugar valorizadas en US\$403 mil. El surgimiento de la clase media negra, con patrones de consumo aspiracional, ofrece un espacio para la introducción de nuevas viñas extranjeras, especialmente en el segmento de alta gama. Las oportunidades para las exportaciones de vino chileno están asociadas también al creciente dinamismo del mercado africano, en el que Sudáfrica es un actor gravitante en la comercialización y distribución, especialmente en Mozambique, Nigeria y Kenia. En efecto, el consumo africano de vino ha crecido a un ritmo cinco veces más rápido que el promedio mundial, registrando una tasa de expansión de 17,3% entre 2008 y 2013. Un sector donde Chile tiene mucho potencial de crecimiento es el del canal HORECA.