

NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2011

I - Feria

La feria Natural Products Expo West www.expowest.com es la más importante en Norteamérica para productos naturales y orgánicos principalmente, pero en donde también se exhibe ingredientes naturales (Supply Expo en el Hall A), suplementos alimenticios, productos de cosmética, para el hogar, de limpieza, para mascotas. En esta edición los expositores participaron en cinco pabellones:

Hall A: Ingredientes naturales - SupplyExpo www.supplyexpo.com

Hall B: Suplementos alimenticios

Hall C: Productos orgánicos. Productos naturales y Specialty Foods

Hall D: Productos naturales y Specialty Foods. Productos para animales. Productos cosméticos. Productos para el hogar

Hall E: (Sótano): Productos naturales. Productos cosméticos.



Ingreso principal a la Feria

Corredor principal del Hall B

Desde la entrada principal a la feria se ingresa a la sección de productos orgánicos del Hall C, en el lobby se ubican mostradores con oferta de productos de las empresas auspiciadoras, registro de participantes y acceso al segundo piso en donde tienen lugar los seminarios.

La feria ExpoWest (Marzo) con su par en la costa este ExpoEast (Setiembre) son las ferias representativas en Norteamérica para el sector de productos naturales, funcionales y orgánicos.

La organización se encuentra a cargo de New Hope Natural Media (www.newhope.com), que es una empresa de Penton Media, corporación que edita una variedad de publicaciones para el sector de productos naturales, entre las cuales destacan la revista “*Natural Products Merchandiser*” vinculada a productos terminados y la feria ExpoWest; “*Functional Ingredients*” relacionada con ingredientes naturales. La página web <http://www.newhope360.com/> contiene información y es punto de referencia para la industria.

II - Ficha Técnica

Ámbito	Internacional
Carácter	Profesional
Edición	31 °
Frecuencia	Anual
Fecha	11 al 13 de Marzo 2011
Lugar	Anaheim, U.S.A.
Locación	Anaheim Convention Center www.expowest.com
Nro. Expositores	2,070 expositores
Horario	Viernes 11 Marzo: 10.00 – 18.30 Sábado 12 Marzo: 10.00 – 18.00 Domingo 13 Marzo: 10.00 – 16.00
Precio de Entrada	Expositores, retailers y distribuidores tienen ingreso libre. La Feria es profesional, el precio de entrada es por escalas de acuerdo al tipo de visitante. Información: http://www.expowest.com/ew11/Public/Content.aspx?ID=1011214
Organizador	New Hope Natural Media – División de Penton Media http://www.newhope.com
Visitantes	Más de 58,000 visitantes de más de 31 países
Precios espacio físico	10' X 10' en Línea – US\$ 4,925.00 10' X 10' en Esquina – US\$ 5,200.00 10' X 20' en Isla – US\$ 12,350.00 20' X 20' en Isla – US\$ 24,700.00 Mayor información 2012: http://www.expowest.com/ew12/Public/Content.aspx?ID=1017170&sortMenu=104004

III – Participación

La participación peruana en las ediciones 2010 y 2011 han sido organizadas y lideradas por la Cámara de Comercio de Lima – CCL (Comité de Comercio Exterior) en un espacio de 10' X 40' distribuido para un total de seis empresas. Promperú apoya la actividad y la enriquece con el desarrollo de citas de negocios a fin de incrementar la calidad de contactos comerciales de las empresas participantes.

Como actividad complementaria, con las empresas participantes se realizaron visitas al principal supermercado de EE.UU. Whole Foods Market, en el cual se apreció oferta peruana de productos naturales y orgánicos (quinua, kiwicha, maca, cacao, lúcuma, aguaymanto, mango, otros).

En esta edición 2011 se contó con la presencia de cinco empresas expositoras.

3.1 Expositores nacionales

EMPRESA	PRODUCTOS
Machu Picchu Foods SAC	Chocolate orgánico, café orgánico. Productos (sacha inchi, pecanas, aguaymanto, quinua, almendras) con cobertura de chocolate
Coop. Agraria industrial Naranjillo Ltda	Chocolate orgánico, café orgánico. Polvo de cacao, manteca de cação. Chocolate Mecsa Osha.
Coop. Agropecuaria Valle del Cunus Ltda	Maca orgánica en polvo, capsulas. Extracto de maca. Café
Molinera Los Ángeles SA	Quinua en granos, negra, roja, blanca; flakes, precocida; kiwicha. Avena mix con quinua, maca . Maiz gigante del Cuzco.
MG Natura Perú SAC	Maca orgánica en polvo, maca extruida en chips, maca gelatinizada, extracto de uña de gato en capsulas, camu camu en polvo, hercampure en capsulas, jalea de yacón, lucuma en polvo.

Las empresas participantes en el pabellón peruano desarrollaron citas agendadas por parte de la Oficina Comercial del Perú en Los Ángeles en una coordinación conjunta con la CCL y Promperú, en promedio de cuatro por cada empresa. Las empresas peruanas tuvieron contacto con importadores interesados en los productos peruanos como son cacao, quinua, kiwicha, yacón, maca, uña de gato, camu camu, principalmente. Asimismo, refieren haber tenido en conjunto más de ciento veinte contactos establecidos.

Además del trabajo en conjunto con la Sra. Rocío Boza de la Cámara de Comercio de Lima en la organización de la representación peruana, se visitó diversos stands de empresas expositoras y se tuvo reuniones con empresas importadoras, distribuidoras, de productos e ingredientes naturales de acuerdo al estudio del perfil previo de los expositores.

3.2 Productos exhibidos

Los productos exhibidos en la Feria fueron:

- Chocolate orgánico
- Café orgánico.
- Polvo de cacao, manteca de cacao.
- Maca orgánica en polvo, cápsulas. Extracto de maca en polvo.
- Quinua en granos, flakes, precocida, harina, kiwicha. Avena mix con quinua, maca .
- Extracto de uña de gato en cápsulas
- Camu camu en polvo
- Jalea de yacón
- Lúcumas en polvo.

De las encuestas realizadas a los expositores por parte del Comité de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Proyección de negocios a doce meses: US\$ 4 millones
- Ventas concretadas: US\$ 1.86 millones.

Los productos con mayor demanda en las reuniones de los empresarios fueron el cacao, chocolate, la quinua y la maca. También se registraron pedidos e interés en productos como la uña de gato, kiwicha, aguaymanto, yacón y sachá inchi.

Las empresas participantes han calificado de manera positiva a la feria y estarían dispuestas a participar en la próxima edición 2012.

3.3 Actividades de Promoción

Además de los catálogos propios de los expositores peruanos, se repartieron catálogos de oferta exportable de productos naturales a los visitantes a los stands, así como en las visitas a expositores de la feria. También se repartió postales de los productos maca, quinua, sachá inchi, lúcuma, aguaymanto, camu camu. El Sr. Ricardo Romero de la Oficina Comercial de Perú en Los Ángeles brindó su apoyo junto con sus asistentes a los empresarios en las citas de negocios así como visitando stands de empresas importadoras.

Cabe señalar que además de las referencias a productos peruanos en los catálogos de algunas empresas expositoras (quinua, kiwicha, maca, uña de gato, yacon, tara, sachá inchi, otros) se halló publicidad en las revistas “Natural Products Merchandiser” y “Functional Ingredients” en las cuales se hace mención a los productos.

Se pudo apreciar banners y productos en exhibición en stands de empresas expositoras extranjeras con relación a la quinua, kiwicha, maca, aguaymanto, sachá inchi, cacao, camu camu, yacon, mango.



Publicidad a página completa en contra portada de revista
“Functional Ingredients”

3.4 Eventos Complementarios

Dentro de las actividades que se desarrollan en la Feria se pueden destacar:

- **Fresh Ideas Organic Marketplace**

Este evento se llevó a cabo el 10/03 por la tarde un día antes del inicio de la feria y consiste en una exhibición en las afueras del Centro de Convenciones de Anaheim con oferta de productos orgánicos diversos de alrededor de ciento veinte empresas. Se pudo identificar empresas de Ecuador y oferta de quinua de empresas americanas que compran de Bolivia principalmente. Asimismo la Oficina de Promoción Comercial de Chile en Los Ángeles tenía cuatro espacios reservados con oferta de productos chilenos como infusiones, salmón, vinos, frutas deshidratadas.



- **Retail Store Tour**

El tour es organizado por New Hope y consiste en visitas a supermercados representativos de productos naturales y orgánicos en el área de Los Ángeles como por ejemplo “Whole Foods Market” <http://wholefoodsmarket.com/stores/huntingtonbeach/> principal supermercado del sector con más de trescientos locales en USA, Canada y Reino Unido. “Mother’s Market & Kitchen” <http://www.mothersmarket.com/> tiene seis locales en el estado de California y es una de las pioneras en California en supermercados de productos naturales y orgánicos.

- **The Expo West Business Program (EWBP)**

El Programa consiste en una serie de seminarios diseñados para personas novatas o que desean conocer acerca de esta industria (nuevas empresas, empresas extranjeras interesadas en ingresar al mercado americano, empresarios interesados en el lanzamiento de nuevo productos) e incrementar sus conocimientos con temas especializados como etiquetado y marketing, branding, distribución, regulaciones, otros: <http://www.expowest.com/ew11/public/Content.aspx?ID=1011258>

IV – Tendencias

De acuerdo a información de la revista Nutrition Business Journal el año 2010 se habrían realizado ventas por más de 115 mil millones de dólares, lo que representa seis por ciento más en comparación al año anterior y confirma la tendencia creciente de este sector en Estados Unidos de América a pesar de la crisis económica.

Según información del organizador New Hope Media, esta 31ava. edición ha sido la que más visitantes ha recibido, mayor a 58,000. Esta Feria se ha especializado en la promoción de productos naturales e ingredientes alimenticios con certificación orgánica y de comercio justo, cuidado del medio ambiente, desarrollo sostenible, responsabilidad social. Muchas empresas en sus catálogos y merchandising de productos muestran certificaciones varias y lemas acerca de la importancia de respetar el medio ambiente.

	
<p>Empaque de mesquite en polvo con diversas certificaciones</p>	<p>Parte posterior de barra gluten free para vegetarianos http://www.gomacro.com/ <i>“... una empresa que promueve la biodiversidad, la buena salud, y es respetuosa y responsable con el mundo que lo rodea”</i></p>

Alineado con el concepto “Green means Go” que promueve la feria para el menor consumo de papel, plástico, energía, el organizador en esta edición 2011, Penton Media no editó un directorio oficial en físico, en su reemplazo distribuía un folleto plegable con índice de las empresas participantes y mapa de ubicación de stands. El visitante accede a la información vía Internet y accesorios móviles.

Entre las tendencias principales apreciadas en la feria se puede mencionar las que corresponden a los segmentos de mercado para productos y bebidas fortificadas con omega 3, alimentos libres de gluten “ancient grains”, alimentos vegetarianos, superfoods y superfruits.

Los productos que podríamos mencionar con mayor visibilidad en la feria son el acai, goji, hemp, chia, aloe vera, quinoa, maqui, pomegranate, flax, variedades de berries, almond, cacao, stevia, green tea.

De esta forma se aprecia oferta de barras energéticas, para vegetarianos, celíacos; bebidas energizantes endulzadas con stevia o que están fortificadas con superfruits como el acai, pomegranate, baobab, blueberry, goji, camu camu. Snacks de frutos secos y deshidratados con berries, cashews, almendras, nueces del brasil, aguaymanto, mango, piña, así como productos con coberturas de chocolate. Suplementos alimenticios en la forma de cápsulas con productos como valeriana, ginseng, ginkgo biloba, echinacea, uña de gato, maca.

	
<p>Publicidad aérea de expositor - “Ancient grains”</p>	<p>Suplemento en polvo con diversos ingredientes incluyendo maca orgánica</p>

Mención aparte es la importante tendencia de los alimentos libres de gluten, empresas importantes de Norteamérica que se encuentran identificadas con la comercialización de granos antiguos/ancient grains y en su folletería resaltan el “renacimiento” de estos granos, entre los cuales se encuentran la quinua y kiwicha (amaranto). La oferta principal es de Bolivia en mayor magnitud y de nuestro país, se pudo identificar también oferta de Chile.

Los sectores y productos representativos:

- Productos Naturales
- Productos Orgánicos
- Specialty Foods
- Frutos secos y deshidratados
- Infusiones, hierbas medicinales
- Ingredientes naturales y orgánicos
- Suplementos alimenticios
- Alimentos libres de gluten - ancient grains
- Alimentos y bebidas con mención de ingredientes superfoods y superfruits
- Productos cosméticos

V - Valoración del evento

Para la oferta de Perú cabe resaltar la importancia de la certificación orgánica y fair trade para productos como la quinua o la maca, dado que los consumidores así lo demandan. Esta observación fue confirmada en una entrevista a la empresa ALTER ECO que mencionaba

la imposibilidad de hacer negocios con algunas empresas de Perú debido a que no contaban con certificación fair trade.

Se confirmó la importancia de la quinua en U.S.A. por la oferta en la feria y en los supermercados y tiendas visitadas, debido principalmente por demanda de consumidores de alimentos libres de gluten. Así también, se observó la demanda creciente de empresas del extranjero por cacao, maca, camu camu, yacón, kiwicha, castañas, sachá inchi.

Las empresas expositoras con oferta de kiwicha y amaranto en harina y en grano convencional y orgánico se podría mencionar son empresas consolidadas y con varios años en el mercado de insumos para alimentos: BOB'S RED MILL, CONAGRA MILLS. A diferencia de empresas relativamente nuevas que acorde con la tendencia de consumo de productos naturales, superfoods, raw foods, orgánico y comercio justo y el interés constante por nuevos sabores y frutas exóticas tienen principalmente oferta de maca, camu camu, yacon, cacao, aguaymanto, castañas, oferta que puede apreciarse en supermercados como Whole Foods Market y en presentaciones en polvo y snacks de frutas secas y deshidratadas.

Es con este tipo de empresas (por tamaño y demanda de productos exóticos) con las cuales la oferta actual de productos e ingredientes naturales podría crecer mucho más teniendo en cuenta lo señalado en el párrafo anterior y además porque se adecuarían al volumen de pedidos.

Por otro lado, existe empresas como que abastecen a la industria de alimentos y farmacéutica con productos como la maca, camu camu, uña de gato en polvo y extractos y que vienen siendo abastecidos por empresas peruanas.

Es de importancia reforzar la participación peruana como pabellón en esta feria con un mejor diseño y ubicación, más aún considerando la presencia de países de Latinoamérica como Ecuador, Brasil, Bolivia, Chile y Argentina. Brasil tenía una isla – pabellón en la zona de productos orgánicos: Organics-Brasil. Argentina tenía un stand con el apoyo del Ministerio de Agricultura de Argentina – Fundación Exportar. Ecuador con presencia de ocho stands en el Hall D (cuatro en frente de los otros cuatro) con organización de Ecuador Trade Commission. Así también se identificó stands e islas de China, Korea, Tailandia, Francia.

FOTOS



Empresas MG Natura Peru SAC, Molinera Los Angeles. Hall C – Natural and Specialty Foods



Quinoa con cobertura de chocolate



Coop. Agropecuaria Valle del Cunus Ltda, Coop. Agraria industrial Naranjillo Ltda



Machu Picchu Foods SAC



Barra para vegetarianos: “Made with organic superfoods and High Energy Herbal Extracts”



Empaque de mix de snacks – aguaymanto, cashew, goji, jungle peanuts



Isla de Brasil en Hall C, sección productos orgánicos



Vista de cuatro stands con el apoyo de Ecuador Trade Commission – Hall D



Pabellon de Korea, 10 stands en el Hall D



Publicidad de expositor Kehe Foods



Publicidad de expositor Frontier Natural Products



Catálogo de empresa Conagra Mills



Maca en cápsulas



Suplemento proteico: maca, flax, hemp



Uña de gato en cápsulas



Maca orgánica en polvo



Quinoa en granos – Bob's Red Mill



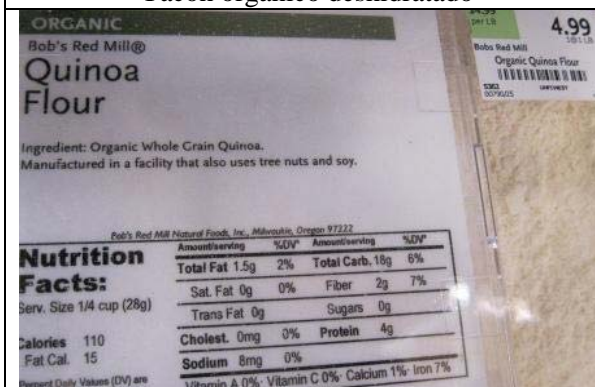
Kiwicha en hojuelas



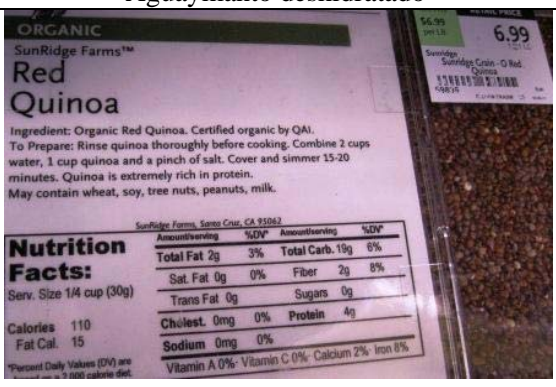
Yacón orgánico deshidratado



Aguaymanto deshidratado



Harina de quinua



Quinua roja en grano



Ensalada de quinua roja – Whole Foods Market



Snack de sachu inchi