

PROMPERÚ

“Tendencias y certificaciones
como elementos decisivos
para la venta de Alimentos en
Ferias Internacionales”



Miércoles del Exportador

Expositor:

Israel Sanguineti Ascencios

- *Especialista en comercio Exterior y Ferias Internacionales*
- *Gerente de Soluzioni International*





Crisis Americana

Pequeña recuperación económica 2.5%

15 trimestres de crecimiento

Crisis originada por burbuja inmobiliaria.

Crisis Europea

Tasa de desempleo de 7.5% UE

7% de población mundial y 20% de exportaciones e importaciones.

Crisis mayormente focalizada (Grecia, Portugal, España, etc)



El Perú se inserta cada vez más al mundo

El Estado busca promover la apertura de mercados:

Promoción comercial, TLC, acuerdos, información, etc...

Las exportaciones son el motor del crecimiento

Las MYPE se interesan en el mercado externo





OPORTUNIDAD

Acuerdos Comerciales

Actuales

- TLC con EE.UU.
- TLC con Tailandia
- TLC con Singapur
- TLC con China
- ATPDEA
- SGP / SGP plus (UE)
- CAN
- Mercosur
- APEC, México
- Japón
- Unión Europea

Acuerdos Comerciales

Futuros





Ferias Internacionales

Importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante.

Son un fenómeno de aceleración del proceso de venta que permite optimizar la relación coste de venta/cliente, en un entorno privilegiado para una venta profesional.

Es uno de los pocos espacios donde concurren personas con la voluntad de vender y de comprar al mismo tiempo y con gran intención de hacer negocios.

TENDENCIAS MUNDIALES DE ALIMENTOS

Las tendencias que están teniendo gran incidencia en el comportamiento de la industria de alimentos son:

Consumidor informado: el consumidor cada vez está más informado y de la misma forma exige que las etiquetas de los alimentos que demanda tengan mayor información, con el fin de conocer lo que está comprando.

Alimentos funcionales: la innovación de los alimentos funcionales gira en torno a los mismos temas, por lo cual se evidencia un estancamiento en esta categoría.

Aumento en la población de la tercera edad: Naciones Unidas ha pronosticado que la población de más de 60 años de edad superará los mil millones en el curso de la próxima década, es decir que los alimentos dirigidos a este target específico generan una oportunidad de desarrollo.

TENDENCIAS MUNDIALES DE ALIMENTOS

Tendencia hacia los alimentos con alto contenido de proteínas en diferentes categorías: yogures, snacks, bebidas deportivas, galletas saladas, sopas.

Reivindicaciones de alimentos "Libres de": la frase de posicionamiento libre de no se ha agotado. Por ejemplo libre de gluten, libre de lactosa. Los consumidores son cada vez más consientes a la hora de elegir un producto que sea beneficioso para su salud y que lo ayude con las intolerancias a ciertos nutrientes.

Reducción de contenido de azúcar: debido a que la obesidad ha alcanzado un punto crítico y que los consumidores prefieren llevar estilos de vida cada vez más saludables, las empresas de alimentos se han visto en la necesidad de mejorar sus procesos de producción y ser innovadoras para encontrar nuevas formas de endulzar de manera más saludable.

La reglamentación en la información del etiquetado de alimentos ha suscitado muchos juicios. Por ejemplo se debe tener cuidado cuando se argumenta en una etiqueta que un alimento es natural u orgánico. Son premisas que prometen algo al consumidor que de no ser cumplidas, el mercado se encargará de eliminarlo de las góndolas.

TENDENCIAS MUNDIALES DE ALIMENTOS

La preocupación por el medio ambiente hace que los consumidores tiendan a comprar productos comprometidos con el entorno, tanto en el uso del agua, la huella de carbono y los materiales que usan en los s empaques de los alimentos.

Las innovaciones más interesantes se presentan en los productos dirigidos a los segmentos de bebés y la tercera edad, que por sus características de sabores está en polos opuestos. Son sub categorías que se mueven a una velocidad rápida, tratando de atrapar a los consumidores que en ellas se encuentran.



PRODUCCIÓN ORGÁNICA

Certificaciones administradas por el sector público:



Certificaciones privadas:





COMERCIO JUSTO:

IFAT (WFTO):

Auto evaluación, revisión mutua, verificación externa, la marca es para la organización, no para el producto.

FLO:

Inspección independiente, sello para el producto.





Productos nativos o elaborados con productos nativos

Producción normalmente artesanal

Consumo por identificación o tradición

Consumidores

Personas desplazadas geográficamente

Remembranza-haberlos consumido en otra región

Dificultades

Logística, distribución

Desconocimiento de otros consumidores

Vida útil



Alimento funcional: (Functional food): Cualquier alimento en forma natural o procesada, que además de sus componentes nutritivos contiene componentes adicionales que favorecen a la salud, la capacidad física y el estado mental de una persona. El calificativo de funcional se relaciona con el concepto bromatológico de "propiedad funcional", o sea la característica de un alimento, en virtud de sus componentes químicos y de los sistemas fisicoquímicos de su entorno, sin referencia a su valor nutritivo.

En Europa se define alimento funcional a "aquel que satisfactoriamente ha demostrado afectar benéficamente una o mas funciones específicas en el cuerpo, mas allá de los efectos nutricionales adecuados en una forma que resulta relevante para el estado de bienestar y salud o la reducción de riesgo de una enfermedad"



La Torá permite el consumo de los animales terrestres que tienen pezuñas hendidas y rumian (estas dos características deben darse al mismo tiempo). El cerdo, la liebre, el tejón, el camello y varios animales más no cumplen ese requisito; por lo tanto, las reglas del cashrut establecen que no se deben consumir las carnes de estos animales.

De los animales acuáticos, está permitido el consumo de los que tienen aletas y escamas (estas dos características deben darse al mismo tiempo). Por lo tanto el consumo de las langostas, camarones, ostras, cangrejos, tiburón y bagre está prohibido.

En las aves, la distinción es menos clara: la Torá provee una lista explícita de aves impuras, sin explicar por qué lo son. Aunque la mayoría son aves de rapiña o carroñeras, de modo que las interpretaciones rabínicas suelen colocar todas las aves de presa y de carroña entre las "no casher"..



Una variedad de sustancias son consideradas como nocivas (haram) para el consumo humano y, por tanto, prohibida según los diferentes versos del Corán:

Carne de cerdo.

Sangre.

Los animales sacrificados en el nombre de nadie más que Dios. Todo lo que se ha dedicado u ofrecido en sacrificio a un altar idolátrico, un santo o una persona considerada "divina".

Carroña.

Un animal que ha sido estrangulado, golpeado (a muerte), muerto por una caída, una cornada o haber sido atacado por un animal de presa (excepto el que usted puede haber sacrificado cuando todavía estaba vivo).

Alimentos procedentes de animales sobre los que durante su sacrificio el nombre de Alá no se pronuncia (o al menos no en un nombre que no sea Alá).

Alcohol y otros tóxicos.

Aditivos no halal



CERTIFICADO HALAL:

“Certificate of Islamic slaughter” (para carne/pollo, etc)

La carne/pollo fue degollada de acuerdo con los procedimientos y normativas Musulmanas

Sacrificio con un cuchillo bien afilado de corte, piel, vena y tráquea.

Mencionar: “Bismillah Wa Allah Akbar” (“En el nombre de Allah, Él es el más grande“)



Emigrantes “extrañan” alimentos de su lugar de origen

Dirigidos a colonias de Emigrantes de un determinado estado y/o además vecinos.

El marketing ha identificado como productos típicamente peruanos pollo a la brasa, aji de gallina, ceviche, seco de chabelo, lomo saltado y pisco, chicha morada, Inca Kola suspiros a la limeña, entre otros.

Buenas prácticas de manufactura en la industria de alimentos

- El uso de las buenas practicas de manufactura, reduce significativamente el riesgo de presentación de toxi-infecciones alimentarias a la población consumidora.



Buenas prácticas de manufactura en la industria de alimentos

- El propósito de este instrumento es aportar orientación para que el propietario y su personal auto evalúen su establecimiento, identifiquen debilidades o defectos y tengan la posibilidad de corregirlos, y que las autoridades sanitarias cuenten con una guía que les permita corroborar la evolución del nivel sanitario del establecimiento y dar seguimiento a los compromisos de mejoramiento establecidos en forma conjunta con los propietarios.

19055 045

® U PAREVE

RICH'S

Coffee Ric

Non-Dairy Cre



GEMMA NERA



ACETO BALSAMICO DI MODENA I.G.P.
BALSAMIC VINEGAR OF MODENA
PRODUCT OF ITALY

GINO TOSCHI

GEMMA NERA



ACETO BALSAMICO DI MODENA I.G.P.
BALSAMIC VINEGAR OF MODENA
PRODUCT OF ITALY

Net 8.5 Fl Oz (250ml e)

GEMMA NERA

ACETO BALSAMICO DI MODENA I.G.P.
BALSAMIC VINEGAR OF MODENA
PRODUCT OF ITALY

Net 8.5 Fl Oz (250ml)

GINO TOSCHI

Organic Balsamic Vinegar of Modena
Aceto Balsamico di Modena I.G.P.
PRODUCT OF ITALY



GINO TOSCHI

Organic Balsamic Vinegar of Modena
Aceto Balsamico di Modena I.G.P.
PRODUCT OF ITALY



NET CONTENTS 16.9 FL. OZ (500ml)

Balmi

BALSAMIC GLAZE
with "ACETO BALSAMICO DI MODENA"
with BALSAMIC VINEGAR OF MODENA



mi





Lipton
Ice Tea

Trink 'ne Coke mit deinen
Freunden
1,5L
coke.de/freunden

1,5L
Fanta
ORANGE

Fiorentini

Fiorentini

alimentiari.it

LIVE LIGHT



Fiorentini DIET

arb

UDOBLE LTD.

3.2
A6



Fiorentini





hira
Australia
From Sustainable and Ethical
Aquaculture



CLEAN
KINGFISH
FILLETS
BEROLA LALANI
AUSTRALIA





MUCHAS GRACIAS

ISRAEL SANGUINETI A

isanguinetti@soluzioniinternational.com

