

INFORME
PARTICIPACIÓN PERUANA EN LA FERIA BIOFACH
Nuremberg, Alemania
2012

Elaborado por:
Jorge Llosa Morales
2012



Índice

I.	Antecedentes y Justificación.....	4
II.	Ficha Técnica de la feria.....	4
III.	Información Comercial.....	5
	3.1 Nichos de mercados.....	5
	3.2 Nuevas tendencias.....	6
IV.	Participación del Perú.....	8
	4.1 Expositores nacionales.....	8
	4.2 Productos exhibidos.....	9
	4.3 Actividades de promoción.....	10
	4.4 Resultados.....	10
	4.4.1 Cuantitativos.....	10
	4.4.2 Cualitativos.....	10
V.	Análisis de la Competencia.....	11
VI.	Conclusiones y Recomendaciones.....	13



BIOCOMERCIO
ANDINO
GEF+CAF+UNEP

I. Antecedentes y Justificación

La demanda global de productos orgánicos se ha mantenido creciente y está concentrada principalmente en Norte América y Europa que representan un 97.0% de los ingresos totales. De la misma forma estos dos bloques han sido nuestros principales mercados de destino concentrando el 95.0% del valor de nuestros envíos.

La feria Biofach es una feria especializada que se realiza anualmente en Nuremberg, Alemania, y es considerada como la feria más importante en el rubro de productos orgánicos en el ámbito mundial. En el año 2011 se registraron 40,313 asistentes provenientes de 130 países.

Puntualizando el análisis, podemos detallar que dentro de este bloque europeo, Alemania es nuestro segundo mercado más importante con el 16.0% de nuestras exportaciones totales, siendo solamente superado en este continente por Holanda que posee un 20.0%. Esto demuestra el peso específico que tiene este mercado para nuestros exportadores de productos orgánicos.

El sector orgánico de exportación ha crecido exponencialmente en los últimos años, con tasas de 31.0 % el último año (contra 28.0% de los convencionales) y de 363% en comparación con el año 2005 (mientras que los convencionales sólo crecieron 136%).

En el marco de la feria, y debido a que el mercado europeo es nuestro destino más importante y con potencial para un crecimiento continuo, se ha considerado importante realizar una misión de benchmarking, una vez concluida la feria, a supermercados y tiendas especializadas en la ciudad de Munich.

II. Ficha Técnica de la Feria

Lugar:	Nürnbergmesse, Nuremberg, Alemania
Ámbito:	Alemania/Europa/Mundial
Fecha:	15 – 18 de febrero del 2012
Web:	www.biofach.de
Frecuencia:	La feria se lleva a cabo anualmente. Siendo la edición 2012 la 23ava. Tienen como sede a Nuremberg, Alemania.
Director /organizador:	Nürnbergmesse
Área de Exhibición:	88,477m2



Descripción:

Las nuevas tendencias de consumo en el bloque comercial europeo apuntan desde hace unos años hacia los productos naturales saludables y sostenibles. Dentro de este nicho se encuentran posicionados los productos orgánicos que año a año siguen aumentando su demanda, siendo esta situación propicia para el desarrollo de esta línea en nuestro país y nuestra consolidación como proveedores de productos saludables y orgánicos.

PROMPERU ha apoyado la participación de las empresas del sector orgánico desde el 2004 y durante la presentación de este año se alcanzaron ventas estimadas por USD 14,5 millones en 12 meses. Se contó con un espacio igual al de la última edición (160 m2) donde exhibieron su oferta exportable un total de 17 empresas además de contar con un área compartida y de degustación. Cabe destacar que es la primera presentación en esta feria bajo los lineamientos de la marca país y ésta fue muy bien recibida tanto por los expositores como por los visitantes.

Tipo de visitantes:

La presente edición registró un total de 2420 expositores y 40,313 visitantes de 130 países entre los cuales asistieron diversos participantes de la cadena de alimentos como:

- Importadores
- Traders, brokers
- Fabricantes
- Retailers
- Hoteles
- Restaurants
- Público relacionado

III. Información Comercial**3.1 Nichos de Mercado**

El mercado atendido con la feria Biofach es el de productos orgánicos, entre ellos puede destacarse una serie de productos como alimentos frescos, procesados, pero también otros como textiles y cosméticos. La oferta peruana acompañada por PROMPERU se dedicó íntegramente a la promoción de alimentos. El mercado europeo, en



general, siempre ha estado a corriente del cuidado en la alimentación. Esta tendencia se ha estado a corriente por el mundo y es por ello que la feria Biofach en Alemania se vuelve en un punto clave para la comercialización de estos productos. La innovación está siendo cada vez más apreciada y se están buscando productos más sofisticados que permitan al consumidor un mayor espectro de elección.

3.2 Nuevas tendencias

Al parecer la innovación en productos orgánicos está cada vez siendo más importante. La oferta de este tipo está intentando convertirse en bienes suplementarios de la oferta convencional y para ellos se busca incrementar la cantidad de productos disponibles. Se encontraron productos interesantes derivados de la quinua entre los cuales el que más llamó la atención son los espaguetis de quinua. Esto muestra el desarrollo que está teniendo el sector orgánico con productos más elaborados.

Otro mercado interesante es el de las bebidas orgánicas. Se pueden observar gaseosas y bebidas energizantes hechas con insumos orgánicos. Este sector podría tener un futuro muy interesante ya que se cree que la oferta convencional de las mismas es dañina. El jengibre es un producto muy interesante y se está usando para diversas industrias, desde barras de chocolates y trozos cubiertos hasta bebidas alcohólicas. La innovación es importante y las cadenas de supermercados orgánicos han entendido ello, y por tanto, están continuamente probando nuevos productos para ver si deben colocarlos en sus anaqueles.



Presentación durante la feria Biofach 2012 de Espaguetis de Quinua por parte de una empresa francesa



Oferta de bebidas gaseosa y energizantes, gran competencia para productos convencionales



El desarrollo del jengibre orgánico es altamente interesante en el mercado alemán

IV. Participación del Perú



4.1 Expositores Nacionales

- Machu Picchu Foods
- Agronegocios La Grama
- Frutos Tongorrapi
- Ecoandino
- Candela Perú
- Villa Andina
- Algarrobos Orgánicos
- Agro Andino



BIOCOMERCIO
ANDINO
GEF+CAF+UNEP

- Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo
- BOS Salitral
- Servicios Procesadora
- Sierra Exportadora
- Chanchamayo Highland Coffee
- Rainforest Herbal Products
- Cepicafé
- Wiracocha Perú
- De Guste

4.2 Productos exhibidos

- Chocolates y derivados del cacao
- Jengibre
- Pulpas de Frutas congeladas
- Nueces del Brasil
- Maca
- Yacón
- Aguaymanto
- Algarrobina
- Banano
- Quinoa
- Kiwicha
- Palta
- Café
- Panela
- Frutas deshidratadas



4.3 Actividades de Promoción

- PROMPERU organizó la feria Biofach 2012 y fue el encargado de organizar y coordinar el pabellón y presentación peruana.
- Debido a la gran demanda, por parte del sector privado, no todas las empresas interesadas pudieron asistir a la feria. Por esta razón, PROMPERU atendió los requerimientos de productos que no estuvieran presentes y pudieran ser atendidos con la oferta peruana. De la misma manera se apoyó en la difusión de la feria Expoalimentaria entre visitantes y expositores de diversas nacionalidades.
- Se entregaron los directorios, brochures informativos y merchandising de Marca País.
- Nuestros consulados en Munich y Berlin apoyaron en la difusión de la participación peruana en la feria, entre sus redes de contactos, de manera tal que la afluencia y contactos comerciales se vieron reforzados.
- La presencia de nuestro consejero comercial en Berlin, así como de nuestro cónsul en Munich fue de mucha importancia para crear un vínculo con las empresas participantes, además de conocer de cerca los productos exportados y facilitar su tarea de promoción en los mercados de destino.

4.4 Resultados

4.4.1 Cuantitativos

Las empresas reportaron ventas proyectadas a 12 meses por el valor de USD 14'500,00

4.4.2 Cualitativos

Esta fue la primera presentación en la feria Biofach bajo los lineamientos de la Marca País. Ésta tuvo una buena aceptación debido a su vistosidad y además porque nos permite una estandarización en la presentación para aprovechar nuestro boom turístico y gastronómico.

Los expositores peruanos tuvieron la oportunidad de contactar con diferentes actores de la cadena de comercialización con los cuales tuvieron la oportunidad de ofrecer sus productos así como recibir recomendaciones acerca de los mismos. De la misma forma pudieron observar las últimas tendencias en el sector orgánico, complementando de esta manera su perspectiva con la visión del mercado objetivo.



**BIOCOMERCIO
ANDINO**
GEF+CAF+UNEP

V. Análisis de la Competencia

Se realizó un recorrido por la feria para observar las presentaciones de otros pabellones nacionales y su oferta exportable.

A continuación unas muestras de algunos países que exhibieron en la feria:



Brasil – Feria Biofach 2012



México – Feria Biofach 2012



BIOCOMERCIO
ANDINO
GEF+CAF+UNEP

VI. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Se alcanzaron niveles de venta negociados a 12 meses de USD 14'500,000.
- La participación peruana dejó conforme a las empresas participantes, quienes han manifestado su deseo de participar en la edición del próximo año.
- El mercado natural en Europa sigue creciendo con mucha fuerza y ello se ha podido observar por el crecimiento continuo de muchas tiendas y supermercados orgánicos, además del aumento de nuevas propuestas.
- Los consumidores y cadenas de supermercados orgánicos están buscando productos innovadores.
- Se debe aprovechar el boom de los granos andinos para posicionar al Perú en el mercado.
- Las cadenas de supermercados está interesadas en comercializar no sólo productos orgánicos sino con alguna historia importante detrás.



Recomendaciones:

- Debemos aprovechar el interés europeo por alimentos naturales para posicionar nuestra oferta en el mercado, se debería trabajar con los CEC para elaborar un plan conjunto de promoción de nuestros productos orgánicos.
- Aprovechando que el próximo año es el año internacional de la quinua, se debe realizar una campaña agresiva de promoción de este producto. Una degustación de diferentes platos de quinua en un pequeño *cocktail* en el stand peruano sería una propuesta interesante.
-



En la próxima edición Biofach, la publicidad peruana debe enfatizar en que somos los principales exportadores de café orgánico en el mundo y los segundos en banano y cacao.

•

