

Protocolo sobre la participación del proyecto PerúBiodiverso en la feria Internacional Health Ingredients (4.11.-6.11.2008) en Paris, Francia



Introducción:

Health Ingredients fue una de las ferias elegidas para promover empresas peruanas que tienen en su surtido productos nativos como la maca, sachá inchi, yacón, camu camu y tara. El foco de la feria son los ingredientes utilizados en el sector de remedios naturales, farmacéuticos, cosméticos y alimentos funcionales, no tanto el sector de alimentos.

La GTZ-Perú ha contratado a SIPPO (Suiza) para organizar el stand. El proyecto PerúBiodiverso participó de la feria en cooperación con el Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN)¹. IPPN fue representado por tres empresas peruanas asociadas al Instituto: Peruvian Heritage, representada por el Sr. Marc Hein, Quimper Internacional por el Sr. Michel Guillerm y Zana Export por el Sr. Daniel Higa. Este último es secretario del IPPN y Michel Guillerm es presidente de la COMISIÓN TRANSVERSAL TÉCNICO COMERCIAL ASUNTOS EXTERNOS y está involucrado en la discusión sobre el tema Novel Food.

El stand estaba localizado al lado del stand de la empresa peruana Peruvian Nature (en el área de SIPPO), cuya participación en la feria se dio de forma independiente al proyecto.

¹ www.ippn.org.pe



Antes de la feria Petra Kowalick (Organic Services/ECOAGEGt) ha coordinado temas como reservas en hoteles, materiales y intercambio de informaciones entre SIPPO y IPPN. Ella también ha informado empresas Europeas sobre el stand y su oferta de productos a través de e-invitations.

La Sra. Adelaide Roue fue contratada por parte de Organic Services/ECOAGEG para asistir las empresas peruanas durante los tres días de la feria (incluyendo traducciones francés-español). Ella realizó practicas en PromPerú en 2008 y por eso está enterada de los temas del proyecto PerúBiodiverso.

Udo Censkowsky participó de la feria como representante oficial del proyecto PerúBiodiverso.

Resultados:

- **La feria en general:**

El número de expositores ha aumentado en 30% desde el año 2006. El número de visitantes en el segundo día de la feria fue elevado al contrario de los otros días. Las empresas más importantes del sector estaban presentes, o como expositores o como visitantes. La feria Health Ingredients se realiza a cada dos años, la proxima será en Madrid (16-18.11.2010).

- **Contactos Comerciales:**

El stand de SIPPO se encontraba muy bien posicionado y visible cerca de la entrada del pabellón 2. Las empresas peruanas han podido aprovechar el intenso movimiento de visitantes en el stand y también el creciente interés de empresas,

dedicadas a conocer las propiedades de los productos peruanos, cada día más conocidos en el mercado global.



La asistencia del stand a través de SIPPO fue muy buena y útil. Para tener la oportunidad de participar del stand de SIPPO la empresa interesada tuvo que presentarse de forma profesional y comprometerse a realizar un efectivo y sistemático follow up de los contactos comerciales hechos en la feria. Todos los contactos comerciales hechos en el stand de PerúBiodiverso fueron colectados por Daniel Higa y van a ser puestos a disposición de todos los integrantes del IPPN. Estos datos serán adicionados a la lista de contactos colectados por Udo Censkowsky a lo largo de varias ferias². En general se puede decir que muchos contactos han sido creados y otros ya existentes han sido cuidados en estos tres días. Las empresas salieron contentas con las nuevas perspectivas. Básicamente se puede decir que la notoriedad de los productos peruanos y el interés despertado por los mismos ha crecido mucho en los últimos años. Debido a esto no hacen falta más nuevos contactos comerciales por el momento. Lo que sí se ha notado, es que de los contactos existentes salieron las siguientes conclusiones:

(a) Las cantidades comercializadas son pequeñas (especialmente en el caso de las empresas representadas en el stand). Tanto en el caso de la maca (los grandes exportadores de maca no están representados en el programa PerúBiodiverso) como en el de otros productos, tal como yacón (reglamento Novel Food), sachá inchi (cantidades producidas son insuficientes para satisfacer la demanda en el área Non-Food) y camu camu (ausencia de infraestructura adecuada para el transporte desde el área de la cosecha y para el procesamiento)³;

(b) La demanda mayor es por productos poco procesados, lo que no permite añadir

² La lista de contactos está siendo elaborada.

³ Tara: no habían representantes de este producto en el stand, por eso hay pocos contactos comerciales.

valor al producto en el propio país (p. ej. la exportación de pedazos de maca para la fabricación de extractos en el extranjero).

Aún así debemos constatar que la feria Health Ingredients es de suma importancia para los productos peruanos (tal como la BioFach para el sector de alimentos y cosmética natural).

▪ **Conclusiones:**

(a) A pesar del trato amigable e cooperativo entre las empresas del stand, ellas en realidad están disputando el mismo espacio, o sea, hay muchas pequeñas empresas peruanas disputando un porcentaje pequeño del mercado. En mi opinión, esta competencia en un mercado de nicho debe ser observada de forma crítica, puesto que estas empresas, siendo pequeñas, no tienen suficiente capital de inversión para crear las condiciones necesarias para su crecimiento en el mercado exportador. De esta manera no tienen la capacidad, cada una por sí, de aumentar la exportación de forma significativa. Este hecho no está de acuerdo con los objetivos del proyecto PerúBiodiverso, siendo uno de ellos la creación de una base de renta duradera para los pequeños productores. En este contexto tenemos que considerar la pregunta: ¿Que tipo de ayuda el proyecto PerúBiodiverso podría ofrecer? La estrategia de marketing de la maca ya es un paso en la dirección correcta, puesto que en este caso se está buscando una estrategia amplia para el sector en general y no solamente para una empresa específica.

(b) Las características positivas de las plantas nativas peruanas y sus efectos toxicológicos todavía no tienen fundamento científico, o los mismos no están suficientemente documentados. Pero si el objetivo es aumentar las oportunidades de comercialización y de exportación, las pequeñas empresas necesitan de estas informaciones científico-técnicas, sobre todo provenientes de exámenes y tests reconocidos internacionalmente. Por un lado pequeñas y medianas empresas no pueden financiar estos exámenes, por otro lado las mismas dependen de ellos para aumentar la exportación de sus productos. En diversas charlas con representantes del IPPN fue constatado que el proyecto PerúBiodiverso invierte mucho en medidas para facilitar la comercialización, tal como participación en ferias, creación de contactos comerciales y consultorías, pero que el proyecto no pone a la disposición recursos financieros para crear condiciones que permitan el aumento del comercio de exportación. Particularmente este apoyo se hace necesario para la investigación de las sustancias activas, porque los muchos años de apoyo a la comercialización no han logrado un crecimiento significativo de la exportación⁴.

(c) Presentación de los productos peruanos: La mayoría de los expositores de la feria ha concentrado su presentación en las sustancias activas, como vitamina C, omega-3, inulina, fructo-oligosacáridos (FOS), etc y no en el producto por sí mismo. En el stand peruano la presentación se limitó al nombre del producto (maca, sachá inchi, etc.), lo que es muy importante para aumentar la notoriedad de los mismos en Europa, pero futuramente sería importante asociar el nombre de la planta al principio activo (p. ej. yacón con inulina/FOS o sachá inchi con omega-6). Al final lo que se vende en el mercado son los efectos y las sustancias que causan los dichos efectos.

- **Consultorías/SIPPO:** Durante la feria Udo Censkowsky ha tenido la oportunidad de hablar con Bert Jan Ottens, director de ProFound. SIPPO ha encargado a ProFound de realizar las consultorías para camu camu, maca, tara y sachá inchi. ProFound ha aprovechado la feria para realizar entrevistas con diversas empresas, incluso las

⁴ En este contexto hay que resaltar que el mercado de una forma general ha crecido, pero que este crecimiento ha sido realizado por algunas pocas grandes empresas.

empresas peruanas. Klaus Dürbeck ha participado de algunas de ellas. En el contexto del reglamento Novel-Food, el ha criticado que hasta el momento no fueron realizadas investigaciones sobre cuales productos ya habian sido comercializados en Europa antes del 1997.

- **UEBT/Perú:** Rik Kutsch Lojenga (Union for Ethical Biotrader) estuvo en la feria. El habló intensamente con Damian Silva, de Peruvian Nature, sobre el tema de la verificación de los requisitos de la UEBT en su empresa. En esta misma época Pierre Hauselmann estuvo en Perú, a fin de charlar con participantes del proyecto sobre los temas filiación, verificación y proyectos piloto.
- **Diversas observaciones sobre de empresas:**
 - (a) Naturex: líder en el mercado mundial de extractos de maca está realizando un estudio clínico sobre maca. Este será publicado en principios de 2009;
 - (b) Marc Hein (Peruvian Heritage) ha dicho que uno de sus clientes de Europa tiene interés en invertir en un proyecto PPP;
 - (c) Diversos productos (maca, yacón) están actualmente en fase de testes en la empresa Yves Roche;
 - (d) Frutarom está testando la maca;
 - (e) Diversas empresas que ofrecen FOS/inulina (procedente de endibia o alcachofa de Jerusalén) tienen presencia muy fuerte en la feria. El potencial del yacón es totalmente desconocido en este contexto; pero en este momento el precio de yacon es más alto por la infraestructura de producción un obstaculo que podría desaparecer en el futuro con cadenas de producción de yacon más eficientes;
 - (f) Muchas empresas están siempre interesadas en conocer nuevas plantas y principios activos (p. ej. Biophytis, que ya trabajan con boldo y urucum de Chile, o Boehringer Ingelheim/Phyto-Center, que tienen interés en extractos *spray dried*);
 - (g) La empresa Wild sigue interesada en extractos *spray dried* de maca.

Por: Udo Censkowsky, Petra Kowalick