

ANEXO N° 6

	INFORME DE VIAJE N°	CÓDIGO UAF-OAF-005 VERSIÓN 01 PÁG. 1 DE 1
---	----------------------------	---

Viaje al	Interior	X Exterior	Fecha presentación Informe	17	05	12
-----------------	----------	------------	-----------------------------------	----	----	----

I. DATOS DE LA ACTIVIDAD:

Nombre	FERIA SIAL CANADA 2012			APEX N°	350 - 2012		
Lugar y Fecha	Ciudad	País	Inicio			Fin	
	Montreal	Canadá	09	05	12	11	05 12

II. DATOS GENERALES

Comisionado	Nombres y Apellidos	Personal PROMPERU					
	María del Pilar Alarcón Tarazona	X Si			□ No		
N° Resolución	035 -2012 PROMPERU/SG	Periodo de viaje	Salida			Retorno	
		5 días	07	05	12	12	05 12

El 1 de agosto de 2009, entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Perú y Canadá con lo cual los productos peruanos tienen acceso con arancel cero a este importante mercado lo que significa la posibilidad de diversificar la oferta aprovechando la creciente demanda por productos peruanos en este mercado tales como mandarinas, uvas, paltas, mangos, frejol castilla, café, cacao.

Las exportaciones de alimentos de Perú a Canadá se han incrementado en el último año, alcanzando las cifras de exportaciones de alimentos no tradicionales el monto de USD 54 millones valor FOB y 33,000 toneladas en volumen lo que significa un incremento del 46% y 28.00% respectivamente con respecto al año 2010.

SIAL 2012 es uno de los eventos del sector agroindustria más importante en Norteamérica y uno de los más importantes en el mundo. La edición de este año contó con 13,000 visitantes.

El pabellón de Perú en SIAL 2012 fue organizado por tercera vez consecutiva por la CCL contando siempre con el apoyo de Promperú.

La participación peruana en la feria consolidó la presencia de Perú en el mercado canadiense, dió a conocer la oferta de productos estableciendo reuniones comerciales personalizadas entre empresarios peruanos y canadienses

III. RESULTADOS**3.1 Objetivos del viaje**

Objetivo	Cumplimiento del objetivo
- Exhibición de la oferta exportable peruana - Asesoría técnica a las empresas de agro y agroindustria y supervisión del cumplimiento de las Agendas que se llevaron a cabo los días de feria - Prospección a la feria SIAL y de mercado en los siguientes temas - Oportunidades que las empresas exportadoras de alimentos de Perú tienen en este Mercado. - Competencia de empresas exhibidoras de otros Países. - Innovación en productos, envases, embalajes - Red de contactos	- Las siguientes empresas peruanas exhibieron en la Feria - Agromix Industrial SAC - Aligood - Nativa de los Andes - Alpes Chiclayo - Proveedora de Productos Marinos SAC (Produmar) - Interloom SAC - Aplex Perú EIRL - Quechua Foods SAC - Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo Ltda - Machu Picchu Foods SAC

	• Estas empresas exhibieron en la feria los siguientes productos: frijol castilla, pallar bebe, frijol de palo, gandules, habas, quinua, maca, kiwicha, páprika, salsas étnicas, harina de maca, condimentos. Mango y espárragos en conservas, cacao, derivados y chocolates orgánicos, café orgánico Hamburguesas y nuggets de pota, • El monto negociado proyectado a 12 meses alcanzó los USD11'000,000 millones de dólares. • Se registraron 500 citas de negocios de los cuales un 25% eran importadores 20% distribuidores, 15% mayoristas, 10% agentes, 7.5% productores, 7.5% supermercados, 5% Fair Trade (Comercio Justo) y 5% tiendas especializadas. • Se brindó la asesoría técnica a las empresas participantes, mas aun teniendo en cuenta que 8 de las 10 empresas exhibidoras participaban por primera vez. • Resaltó el interés del público visitante por la quinua, café, frijol castilla, gandules, mango y espárrago procesado. • Se hizo recorrido general a la feria a fin de conocer nuevas tendencias y saber lo que hace la competencia • A fin de tener una mayor información sobre el mercado, se visitó Supermercados IGA. • Se establecieron nuevos contactos comerciales y se identificaron algunos compradores para Expoalimentaria. Se adjunta a este informe la lista de contactos.
--	--

3.2 Cronograma de actividades		
Fecha	Actividades	Comentarios sobre su ejecución

08.05.2012 Martes	- Llegada a Montreal	16:30h Llegada a Aeropuerto de Montreal, traslado al Hotel.
09.05.2012 Miércoles	- Inicio de la Feria SIAL	- El pabellón peruano contó con un espacio donde exhibieron 10 Empresas. El Pabellón fue diseñado bajo los lineamientos de Marca País, lo cual le dio una presentación uniforme y de calidad. - De las 10 empresas que exhibieron, las siguientes empresas participaron por primera vez: Agromix Industrial SAC Aligood Nativa de los Andes Alpes Chiclayo Proveedora de Productos Marinos SAC (Produmar) Interloom SAC Aplex Perú EIRL Quechua Foods SAC  <i>Stand peruano vista anterior y posterior</i> - Se brindó apoyo y asesoría a las empresas en sus citas de negocios. - La empresa Alpes Chiclayo, se está iniciando en el negocio de exportación de café verde en granos, por lo que se le brindó la asesoría técnica necesaria con respecto al producto, mercado y estrategias de comercialización. Se le brindó también algunos contactos comerciales identificados en la feria. - Se conversó con las empresas y se les informó sobre los servicios de Promperú y las actividades de promoción comercial inmediatas: Surexporta y Expovenezuela. - Se contó con un counter informativo donde se brindaba información sobre los productos que se exhibían en la feria y productos peruanos en general - Se apoyó en la difusión de la feria.
10.05.2012 Jueves	Desarrollo de la Feria SIAL - Continuación de la actividad Prospección a la Feria SIAL	- Se continuó con la asesoría a las empresas exhibidoras. 8 de las empresas participaban por vez primera requiriendo un mayor soporte. - Se continuó brindando información sobre productos peruanos y feria Expoalimentaria en el counter del Pabellón peruano - Se hizo el recorrido a la feria, visitando los espacios de otros países para conocer su oferta exportable y presentación de pabellones. A continuación unas muestras de algunos países que exhibieron en la feria



Pabellones de países europeos presentes en la feria

- Países Europeos como Francia, Italia, Austria, Polonia tuvieron presencia en la feria ofreciendo productos procesados gourmets.
- Los países africanos como Marruecos y Tunisia también estuvieron presentes en la feria. Marruecos con productos procesados mientras que todo el Pabellón de Tunisia era de diferentes marcas de aceite de oliva



Pabellones de Marruecos y Tunisia

- Tunisia contaba con un panel publicitario a la entrada de la feria. En general hay países que no solo tienen presencia en sus pabellones sino que buscan mayor publicidad directamente con los organizadores de la feria. Por ejemplo Chile estuvo en la publicidad de las bolsas donde se entregaba los directorios oficiales de la feria y Méjico en las cintas de las credenciales.



Publicidad ventajosa de Chile y Méjico



Pabellones de Brasil y Méjico

- En cuanto a nuestra competencia mas cercana, se apreció los pabellones de los siguientes países Sudamericanos Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Argentina.



Pabellones de Colombia y Argentina



Pabellones de Ecuador y Bolivia

- En general todos los pabellones de los países sudamericanos exhibieron productos procesados con valor agregado.
- En el Pabellón ecuatoriano exhibieron 6 empresas con los siguientes productos: chips de plátano, palmitos, chocolates, mermeladas de frutas exóticas, mermeladas orgánicas.
- Bolivia aun cuando solo exhibió una empresa con el apoyo de TFO, mostró su fortaleza en la Quinoa orgánica a la cual ya le han dado valor agregado.
- Colombia demostró que ya está posicionado con su café.



Productos en base a quinua exhibidos por Bolivia



Colombia mostró café tostado en grano y molido que cuenta con demanda en Canadá



Algunos productos exhibidos por Ecuador

- Durante la prospección se sostuvo una breve reunión con los representantes de la Oficina Regional de Agricultura de Canadá pudiendo obtener un directorio de los principales websites de interés para acceso al mercado canadiense, el cual por ser de interés ya fue enviado al área de Inteligencia Comercial para que sea difundido.
- Se apreció también en la feria exhibición de chocolates fabricados tanto en Canadá como en Europa. El cacao orgánico de Perú es también un insumo para la elaboración de estos productos.

11.05.2012
Viernes

Desarrollo de la Feria Sial –
Prospección a la Feria



Exhibición de Chocolates con quinua, almendra, utilizan cacao peruano

- Se concluyó con el recorrido a la feria.
- En Canadá tan igual que en Estados Unidos los hábitos de consumo se inclinan hacia el consumo de lo ecológico y natural así como aquellos productos que son buenos para la salud, funcionales; atendiendo incluso al mercado de las personas celiacas con productos libre de gluten. Existen en Montreal restaurants donde se prepara comida para personas alérgicas y celiacas.



Alimentos libre de gluten

- En la feria se pudo apreciar a empresas como Clic que hacen marca privada con productos peruanos. Esta empresa compra quinua, gandules y frejol castilla de Perú.
 - La feria también contó con exhibición de máquinas empacadoras, etiquetadoras así como empresas que brindaban soluciones logísticas a las empresas.
- La feria tenía un espacio para los productos innovadores, las categorías a tener en cuenta como innovador es por producto (nuevos contenidos), empaque y forma de presentación.
- En general se exhibieron en su gran mayoría productos procesados gourmet: Salsas, salsas de frutas, especias, quesos, sal de mar con especias
 - Se apreció también la exhibición de la quinua procesada (pre- cocida), y es comercializada también de esa forma en el supermercado.
 - Durante el recorrido a la feria así como en el counter del Pabellón de Perú se identificaron algunas empresas interesadas en productos peruanos y que pueden ser invitadas a Expoalimentaria.

Visita a supermercados IGA



Empresa CLIC hace marca privada con productos peruanos



Innovación en Producto y formas de presentación

- La Cadena de Supermercados IGA es una de las más grandes e importantes de la ciudad de Montreal.
- En este supermercado el único producto peruano que se pudo apreciar fue el café, que es comercializado por Van Houtte que es la tostaduría más grande que existe en Canadá y que compra solo cafés especiales.
- Debemos mencionar también que los cafés que se comercializan en mayor volumen son los cafés de origen Colombiano, Mexicano y de Costa Rica.
- En cuanto al café debemos decir que el café que se consume en Canadá es incluso de mejor sabor del que se consume en Estados Unidos, mayor acidez y cuerpo, el término de tostado usado en Canadá (médium light) permite que se aprecien mejor los sabores.
- En cuanto a la quinua que es al momento el producto con mayor demanda en Canadá por su alto contenido de Lisina, es comercializado tanto en grano crudo como con valor añadido, este último se encuentra en la zona de delicatessen.
- También se aprecia el alto consumo de productos orgánicos que son certificados con OCIA.
- Los chocolates son otros de los productos que se pudo apreciar en los supermercados. Ecuador cuenta ya con tabletas de chocolate y quinua.
- En la zona de granos se pudo apreciar que comercializan la linaza y el sésame o ajonjolí.



Van Houtte compradores de cafés especiales y café peruano en supermercado



Quinoa con valor agregado comercializada en Supermercado



Quinoa y linaza orgánica



Se ofrece gran variedad de chocolates rellenos con frutas así como chocolates hechos en Francia con quinoa orgánica



Barras energéticas y productos para celíacos también algunos en base a quinoa

IV. CONCLUSIONES

- La feria SIAL es una feria mediana, profesional que congrega el interés del público alcanzando este año 13,000 visitantes. Esto ha permitido que los exhibidores peruanos logren sus objetivos de participación al tener nuevos contactos y fortalecer sus actuales relaciones comerciales.
- De las diez empresas peruanas exhibidoras, 8 participaban por primera vez a saber Agromix Industrial SAC, Aligood, Nativa de los Andes, Alpes Chiclayo, Proveedora de Productos Marinos SAC (Produmar), Interloom SAC, Apex Perú EIRL, Quechua Foods SAC.
- Las ventas proyectadas a 12 meses alcanzaron los USD11'000,000 millones de dólares.
- Se registraron 500 citas de negocios en el Pabellón de Perú de los cuales un 25% eran importadores 20% distribuidores, 15% mayoristas, 10% agentes, 7.5% productores, 7.5% supermercados, 5% Fair Trade (Comercio Justo) y 5% tiendas especializadas.
- La oferta exportable peruana exhibida en la feria estuvo compuesta por los siguientes productos: frijol castilla, pallar bebe, frijol de palo, gandules, habas, quinua, maca, kiwicha, páprika, salsas étnicas, harina de maca, condimentos. Mango y espárragos en conservas, cacao, derivados y chocolates orgánicos, café orgánico, hamburguesas y nuggets de pota,
- El mercado canadiense ofrece oportunidades para los productos peruanos no solo procesados sino también frescos. De los productos exhibidos, la quinua, el frejol castilla, pallar, gandules, mango y espárrago envasado, café son los que concitaron mayor interés.
- La preocupación de los consumidores por el cuidado de la salud hace que busquen alimentos naturales y sanos, lo cual representa una oportunidad para los alimentos funcionales y nutraceuticos, los cuales necesitan una mayor difusión en este mercado.
- La gran mayoría de productos exhibidos en la feria corresponden a productos procesados y gourmets.
- Se han podido identificar en la feria compradores para la Expoalimentaria, contactos que se están entregando ya para la correspondiente convocatoria.

V. RECOMENDACIONES

- La exhibición de productos peruanos debería contar con una mayor presentación de productos procesados que puedan mostrar mayor valor agregado.
- Hay mucho interés por la quinua, tan es así que habían 6 empresas peruanas que contaban con este producto, pero todas lo tenían en grano. Se recibieron sugerencias de visitantes que Perú debería ya agregar valor a la quinua para poder diferenciar el producto.
- Se debe hacer una mayor difusión de los productos tales como yacon, maca, kiwicha que cuentan con oportunidades en el mercado canadiense.
- Es conveniente contar en el Pabellón con un espacio para la degustación de los productos que exhiben las empresas participantes.
- Países como Chile y México, en el caso de esta feria invierten en publicidad en merchandising. Nosotros deberíamos seguir este ejemplo lo cual agregaría valor al apoyo de la participación peruana.

Comisionado	Jefe Oficina o SubDirector (Cuando corresponda)	Secretaria General o Director de Promoción
Especialista Agro y agro industrias	Nombre, firma y sello	Nombre, firma y sello

Nota: Plazo máximo de presentación:
Viaje al Interior **8 días** calendario después de culminada la actividad
Viaje al Exterior **6 días** calendario después de culminada la actividad.