

Comercialización de alimentos en nichos de mercados en los EE.UU

Rachelle Olórtegui
ECOINCA

Carol Vico Westhoff
INMOLAG S.A

25 de mayo de 2016
Lima, Perú



*Experiencia peruana exportando
aceitunas y derivados a los
EE.UU .*

Carol Vico Westhoff

INMOLAG S.A

Lima, 24 de Mayo del 2016



Estados Unidos

- Los alimentos orgánicos llegan a los consumidores a través de tres canales principales :
 1. Tiendas de alimentos naturales
 2. Tiendas de comestibles convencionales+
 3. Mercadillos naturales (“farmers markets”)
- Estados Unidos es el productor y a la vez consumidor más grande del mundo de productos orgánicos.
 1. Mercado competitivo → Miles de marcas que ofrecen lo mismo. Como puedo destacar?
 2. Innovación → estar en constante innovación tecnológica y desarrollo de productos.
 3. Diferenciación y Valor agregado → que hace a mi producto distinto del resto? Cual es mi valor agregado?



Consumidor de productos orgánicos - naturales

- Algunos de los datos más útiles para poder identificar quien será nuestro consumidor, son elementos culturales como el origen étnico, la raza, la cultura, la preferencia de idioma, el estatus socioeconómico, **el estilo de vida**
- Un consumidor de productos orgánicos típico es difícil determinar con precisión, pero nuevas investigaciones continúan dando resultados sobre las actitudes del consumidor y comportamiento de compra.
- Los precios en los productos orgánicos siguen siendo altos en muchos mercados ya que la demanda de productos orgánicos sigue en expansión.
- Hay una mayor demanda sobre la oferta de productos orgánicos en países desarrollados.



La producción orgánica

Las normas orgánicas* requieren :

- Prácticas biológicas que contribuyan con el ciclo de recursos en las explotaciones agrícolas
- Promoción en el balance ecológico
- Conservación de la biodiversidad
- Uso de actividades culturales

Esto significa que las operaciones orgánicas deben mantener o mejorar los suelos y la calidad del agua, a la vez de la conservación de los humedales, bosques y vida silvestre llamado también agricultura de conservación.

*Orgánico es un término para alimentos u otros productos agrícolas que han sido producidos de acuerdo con el reglamento orgánico de la USDA. El sello del USDA indica que un producto ha sido certificado reuniendo los requisitos de esta entidad.



FDA

- En el 2011 la FDA condujo más de 20000 inspecciones a fabricas en todo el mundo.
- Compañías consideradas de “alto riesgo” serán inspeccionadas con más frecuencia.

TLC

- Acceso a mercados más amplios
- Ventajas arancelarios
- Mercado abierto
- Certidumbre y estabilidad en el tiempo para los inversionistas/compradores

CERTIFICACIONES

- HACCP
- GS1
- BPL
- NO GMO
- ORGANIC
- USDA-NOP
- GLUTEN FREE
- KOSHER

Principales certificaciones orgánicas



Datos estadísticos



Ferias en Estados Unidos

Ciudad	Feria	Web
Baltimore	Biofach America	www.biofach-america.com
Baltimore	Natural Products Expo East	www.expoeast.com
Anaheim	Natural Products Expo West	www.expowest.com
San Francisco	Winter Fancy Food Show	www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/
New York	Summer Fancy Food Show	www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show/



Nuestra empresa



- INMOLAG S.A – Lima (Olivico)
- Certificación orgánica desde 1999
- Primera exportación a EE.UU en el 2002
- Exportamos a 9 países (Venezuela, USA, Canadá, Austria, Alemania, República Checa, Australia, Suecia)
- Ventas en exportación 90%
- Mercado nacional 10% (Olivico)

Nuestro Fundo



MARCA



- FUNCIONES DE LA MARCA
 - Garantía
 - Reconocimiento
 - Marco de decisión
-
- PRIVATE LABEL / MARCA BLANCA
 - Cliente usa su marca
 - Satisfacción del cliente
 - Ahorro en publicidad y MKT



Packaging Olivico organic

- Uno de los propósitos del packaging de un producto es protegerlo de daños ya sea en el traslado o en sus puntos de distribución.
- También es parte de la decisión final del consumidor. Al ser atractivo puede llevar a la toma de decisión.





Sugerencias

- Contactar con la Embajada de los Estados Unidos o las oficinas gubernamentales para determinar las normativas y los requisitos fitosanitarios para la expedición de los productos que se quieren enviar a los Estados Unidos.
- Asegurarse de que la certificación orgánica será reconocida y aceptada en el marco de las Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos.
- Investigar el mercado de los Estados Unidos y elegir el mercado inicial
- Identificar algunos posibles importadores para iniciar conversaciones sobre la importación de los productos en cuestión.
- Determinar los requisitos de expedición y manipulación para entregar un producto a los Estados Unidos.
- Identificar con ayuda del importador los requisitos en materia de calidad y las mejores condiciones de embalaje para el mercado de los Estados Unidos de los productos que se quieran exportar.

Links de interés



FDA

<http://www.fda.gov/>

Departamento de Agricultura de Estados Unidos

<http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdAhome>

United States Department of Agriculture

<https://marketnews.usda.gov/mnp/>

AMCHAM / Camara de Comercio Americana del Perú

<http://www.amcham.org.pe/>

SIICEX

<http://www.siicex.gob.pe>



GRACIAS

Carol.vico@olivico.com

www.olivico.com

+51 908230775