



**INFORME EJECUTIVO DE FERIAS
 FERIA SUPPLY SIDE WEST 2013**

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Hugo de la Rocha – Oficina Comercial del Perú en Los Ángeles (OCEXLA)	27/06/2014

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación	3
III.	Ficha Técnica de la Feria	3
3.1	Nombre Oficial	3
3.2	Tipo de Feria.....	3
3.3	Sector.....	3
3.4	Fecha.....	3
3.5	Edición	3
3.6	Frecuencia	3
3.7	Lugar de Celebración	3
3.8	Horario de la Feria	4
3.9	Precio de la Entrada	4
3.10	Organizador.....	4
3.11	Superficie.....	4
3.12	Número de Asistentes	4
3.13	Fecha de Próxima Edición	4
3.14	Productos Presentados en la Feria	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General	4
IV.	Información Comercial.....	4
4.1	Panorama del Mercado.....	4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales	4
4.3	Nuevas Tendencias	5
4.4	Nuevas Tecnologías	5
V.	Participación Peruana.....	5
5.1	Expositores Nacionales	5
5.2	Actividades de Promoción.....	5
5.3	Resultados.....	7
5.3.1	Cuantitativos.....	7
5.3.2	Cualitativos	7
5.4	Comentarios sobre la Competencia.....	7
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria	7
VI.	Directorio de Contactos	9
VIII.	Recomendaciones.....	9
IX.	Anexos.....	10

 <small>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO</small> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS RESUMEN PARA CEC	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 01
		PÁG. 3 DE 10

I. Resumen Ejecutivo	
<p>La feria Supply Side West es la feria más grande e innovadora de ingredientes y tecnologías para la salud en EE.UU. Para este año, la delegación peruana estuvo compuesta por siete empresas expositoras, las cuales lograron ampliar su red de contactos durante la feria y reunirse con clientes con los que ya tenían relaciones comerciales. Esta exposición de las empresas peruanas habría hecho posible que se tenga una proyección de ventas por un valor de US\$ 2,750,000 en los próximos 12 meses. Asimismo, la participación en esta feria contribuyó a fortalecer el conocimiento sobre las tendencias en la industria de ingredientes de este país. En este sentido, se concluye que el Perú se presenta como una importante fuente de recursos naturales únicos que van ganando popularidad en el mercado, sin embargo, es importante entender la necesidad de desarrollar productos que sean más atractivos y se adapten a las preferencias del consumidor de este país.</p>	
II. Antecedentes y Justificación	
<p>La OCEX de Los Ángeles, en su afán de posicionar y consolidar al Perú como uno de los principales socios comerciales de la región del oeste de EE.UU., considera prioritario el asistir a las distintas ferias de negocios que se desarrollan en su jurisdicción.</p> <p>La Feria Supply Side West se realiza desde hace 17 años en Las Vegas, Nevada. Este evento es el punto de reunión de proveedores y compradores de suplementos dietéticos, alimentos, bebidas, cuidado personal, cosméticos, farmacéutico y nutrición deportiva.</p> <p>Para este año el número de visitantes registró un incremento de 11% en comparación al 2012. Asimismo, se contó con la participación de 1,700 expositores de distintas partes del mundo, los cuales ofrecieron más de 10,000 ingredientes, soluciones de tecnología y otros servicios en la industria. Todos ellos estuvieron presentes con la finalidad de presentar nuevos productos, mejorar su posicionamiento en este mercado o reforzar la confianza de sus clientes habituales.</p> <p>Esta importante evolución, habría dado como resultado que los organizadores hayan anunciado que la feria en el 2015 se mudaría al Hotel Mandalay Bay, el cual cuenta con espacios muchos más amplios que permiten albergar a 30,000 personas.</p>	
III. Ficha Técnica de la Feria	
3.1 Nombre Oficial	Supply Side West
3.2 Tipo de Feria	Anual
3.3 Sector	Biocomercio
3.4 Fecha	12 al 16 de noviembre de 2013 (Expo Hall 14 y 15)
3.5 Edición	17ma
3.6 Frecuencia	Anual
3.7 Lugar de Celebración	Las Vegas – Nevada

3.8 Horario de la Feria 8:00am – 5:30pm
3.9 Precio de la Entrada US\$ 205 para fabricantes y US\$ 499 para empresas comercializadoras.
3.10 Organizador Virgo Publishing, LLC., contacto: Todd Willis - Gerente de Ventas Senior, correo electrónico: twillis@vpico.com
3.11 Superficie 18,116 m2
3.12 Número de Asistentes 12,000
3.13 Fecha de Próxima Edición 6 al 10 de octubre de 2014 (Expo Hall 8 y 9)
3.14 Productos Presentados en la Feria Suplementos dietéticos, alimentos, bebidas, cuidado personal, cosméticos, farmacéutico, nutrición deportiva, ingredientes, productos nutraceuticos.
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General <ul style="list-style-type: none"> • Se contó con la participación de 1,700 expositores de distintas partes del mundo. • Aproximadamente 61 países representados a través de compradores y expositores. • Se ofrecieron más de 10,000 ingredientes, soluciones de tecnología y servicios en general. • Se realizaron 35 horas de programas de educación, en los cuales se trataron temas referentes a suplementos dietéticos, y el mercado de alimentos y bebidas. • Se llevó a cabo 78 horas de talleres de trabajo y capacitación, cuyo temas incluyeron las buenas prácticas de manufactura, alimentaciones en animales y bebidas. • Supply Side West se mantiene como el evento más grande e innovador de ingredientes y tecnologías para la salud.
IV. Información Comercial
4.1 Panorama del Mercado <p>Las exportaciones peruanas de productos afines a esta feria han sido ascendentes en los últimos cinco años, siendo los casos más representativos las exportaciones de maca, camu camu y aguaymanto, con un aumento de 265%, 453% y 979% respectivamente, en cuanto al valor de lo exportado. Para estos productos, EE.UU. representó el principal mercado destino durante el 2013, excepto para aguaymanto, en donde se posicionó segundo, por detrás de Alemania.</p> <p>Otro de los productos que forma parte de la oferta exportable peruana y que podría ser promocionado en esta feria es el algarrobo, que en el periodo 2012-2013 registró un aumento en las exportaciones de más de 30%, teniendo a EE.UU. como principal mercado destino para este producto. Otro producto en similar situación es el sachá inchi, que en el periodo 2012-2013 registró un aumento en el valor de lo exportado de 67%, teniendo a EE.UU. como segundo mercado destino con 24% del valor total exportado durante el 2013.</p>
4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales Supply Side West es considerada la feria más grande de ingredientes saludables e innovadores. Este es el evento donde importantes líderes, gente de investigación y desarrollo de distintas empresas, equipos de aseguramiento de la calidad y control de calidad de grandes

compañías, y líderes en la industria del mercadeo se juntan para explorar y descubrir ingredientes innovadores que permitan el desarrollo de nuevos productos.

Durante el desarrollo de la feria, se pudo observar que existe bastante interés por ingredientes ricos en Omegas, principalmente los de origen animal. En este segmento, las empresas provenientes de Noruega y Japón presentaron una importante línea de productos procesados con empaques bastante sofisticados.

En el pabellón peruano, lo más solicitado fue el yacón. Esto debido principalmente a que en días previos a la feria, el programa de televisión Dr. Oz, el cual goza de bastante sintonía e influencia en la teleaudiencia estadounidense, estableció que este producto ayudaba a bajar de peso.

Otra de las consultas recibidas en el stand de Perú fue la posibilidad de desarrollar una fórmula soluble, cuyo ingrediente principal sea la hoja de coca, la cual permita hacer una bebida energizante en segundos.

4.3 Nuevas Tendencias

Fue más común ver productos terminados con valor agregado, que proveedores de materia prima. Por ello, sería importante que el Perú desarrolle un mayor número de productos terminados a partir de la materia prima ya existente (ver anexo).

Otro punto importante que se pudo apreciar en esta feria fue que los expositores tenían hojas técnicas para cada producto que presentaban. Esta información estaba disponible para los visitantes que se acercaban a visitar los stands en versiones pequeñas y fáciles de llevar.

También fue evidente la búsqueda por alimentos e ingredientes naturales, en donde el Perú podría tener una importante ventaja. Sin embargo, como se menciona anteriormente habría que trabajar más en el desarrollo y presentación de los productos, y que éstos no se ofrezcan solo como materia prima.

Debido a que a esta feria acuden equipos de investigación y desarrollo de grandes empresas, sería importante que el lenguaje que se utiliza esté referido a las propiedades de los productos peruanos y que estos no sean presentados solamente bajo nombres comerciales. Esta no es una feria de alimentos convencional, por lo que términos y conceptos como "Omegas de fuente vegetal o animal", "GRAS", "probióticos", certificaciones, "tocotrienoles", etc, deberían ser manejados a la perfección en inglés y español.

4.4 Nuevas Tecnologías

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

- Agro Industrias Osho
- Algarrobos Orgánicos
- Amazon Health Products
- Peruvian Heritage
- Peruvian Nature
- Shanantina
- Villa Andina

5.2 Actividades de Promoción

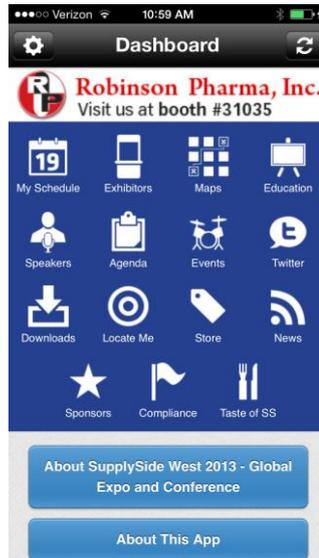
Para esta feria se contó con el apoyo de la International Trade Centre (ITC) que en días previos al evento, y en colaboración con el consultor Kerry Hughes, enviaron una nota de prensa anunciando la participación peruana en esta feria.



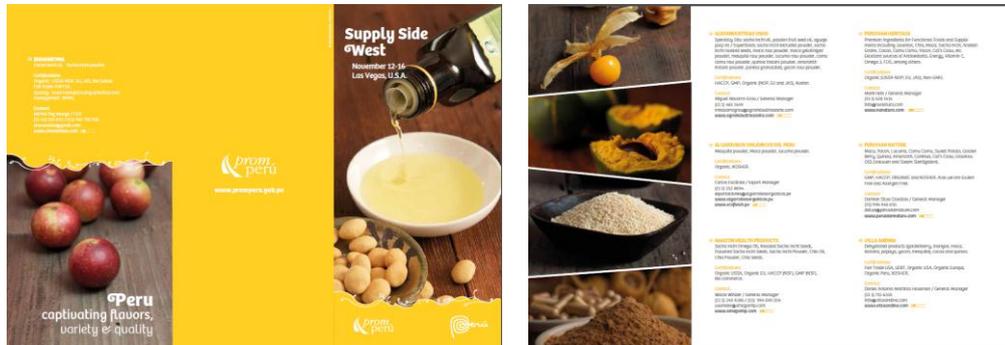
Otra acción bastante importante fue la colocación de un banner aéreo a la entrada a la feria. Este podía ser visto por las personas que recogían sus credenciales y las que entraban al evento.



También se contrató un aplicativo móvil en donde los asistentes podían encontrar fácilmente la ubicación del stand peruano y los productos que en éste se ofrecían.



En esta feria también se entregó el directorio de exportadores peruanos presentes en la feria, en donde los visitantes podían encontrar la información de contacto y los productos que las empresas peruanas comercializaban.



5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

De acuerdo a las encuestas entregadas a los expositores peruanos, durante la feria se realizaron transacciones por un monto de US\$110,000, esperando que se concreten ventas por un valor de US\$2, 750,000 en los próximos 12 meses.

5.3.2 Cualitativos

El diseño del stand peruano tuvo muy buenos comentarios por parte de los visitantes a la feria. La presentación peruana se realizó de manera ordenada y los expositores respondieron de manera clara a las consultas hechas por los compradores que indagaban acerca de los productos ofertados. La presentación y diseño contribuyeron a posicionar la marca país en esta importante feria de la industria.



5.4 Comentarios sobre la Competencia

China se presentó con un importante grupo de empresas las cuales ofrecían una amplia gama de productos como aditivos para la industria de alimentos, productos químicos, formulaciones médicas, vitaminas, stevia, hierbas naturales, ginseng, extractos de ingredientes activos, colágenos, proteínas de origen animal y glucosaminas. Mucha de estas empresas tienen certificaciones ISO, Kosher y GMP, y promocionan el servicio de marca privada.

Por su parte India, que también estuvo presente como una delegación país, presentó una oferta compuesta de los siguientes productos: extractos, semillas de quinoa, semillas de chía, ingredientes especiales nutracéuticos, ingredientes para la industria animal, ingredientes para la industria de bebidas, aminoácidos, garcinia, cafeína natural, moringa, entre otros. Un punto importante a señalar es que algunas de las empresas resaltaban tener el producto en un almacén local.

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

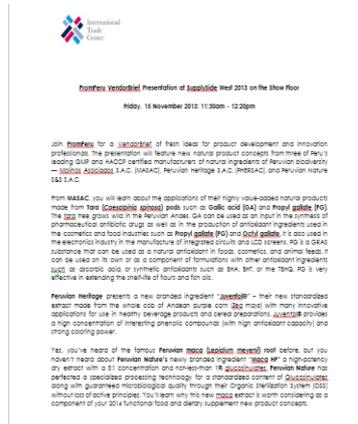
Durante los días de la feria, Promperú en coordinación con ITC realizaron un Vendor brief donde se presentaron tres productos desarrollados en base a insumos naturales de origen peruano. El encargado de hacer la presentación fue el consultor Josef Brinckmann.

Este habló de las bondades del producto Juventol perteneciente a la empresa Peruvian Heritage, el cual ha sido desarrollado utilizando la coronta del maíz morado. Este producto tiene propiedades antioxidantes y es rico en antocianina y compuestos fenólicos.

Otro de los productos presentados fue el Maca HP desarrollado por la empresa Peruvian Nature, La ventaja de este producto es que utiliza maca fresca en su fase inicial de producción, lo que hace que retenga un alto porcentaje de los principios activos y nutrientes de la planta.

También se explicaron las bondades de Moligum E-417, desarrollado por la empresa Molinos Asociados para ser usado como ingrediente en la industria de cosméticos, suplementos dietéticos y alimento para animales.

En días previos a la presentación, ITC distribuyó una carta informando sobre la presentación que se llevó a cabo el 15 de noviembre de 11:30am a 12:20pm en el stand 15075.



También se realizó el Supply Side Editor's Award, en donde se eligieron a los productos más innovadores de la feria. Entre los más resalantes se encontraron:

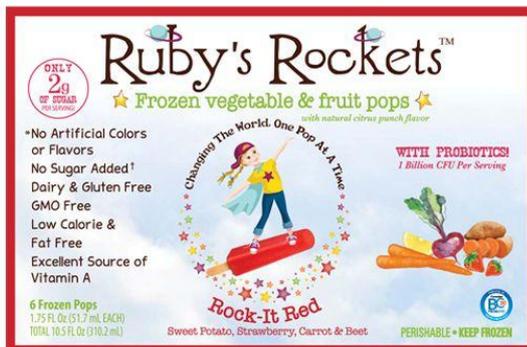
Ojo Néctar: bebida desarrollada por la empresa Insightful Solutions LLC como una alternativa a la toma de pastillas que ayudan a prevenir la pérdida de visión en las personas. El producto contiene Luteína, Zeaxantina, extractos de fruta y Omega 3. Esta bebida contiene solamente 100 calorías por porción y 50% de su composición es jugo natural.



Culture Club Kombucha: bebida presentada por Reed's Inc., la cual combina tés y Kombucha, que es una bebida fermentada a la cual se le atribuyen diversas propiedades curativas debido a que en su composición contiene enzimas benéficas, probióticos y ácidos orgánicos. La bebida es combinada con juegos y hierbas, las cuales dan como resultado ocho sabores distintos.



Ruby's Rockets: helados de hielo naturales fabricados especialmente para niños. Éstos combinan frutas, vegetales y el probiótico Ganeden BC30 que refuerza el sistema digestivo e inmunológico de las personas. El producto contiene bajos niveles de azúcar, es libre de gluten, libre de grasas y libre de organismos genéticamente modificados. Los sabores incluyen frutas como la palta, espinaca, camote, fresas, naranjas y zanahorias.



VI. Directorio de Contactos

Durante los días de la feria se realizaron 259 nuevos contactos comerciales provenientes principalmente de países como EE.UU., Canadá, Corea, China, Japón, México, Suecia, Italia, Brasil, España, Nueva Zelanda, Reino Unido y Suiza.

VII. Conclusiones

La Supply Side West es considerada la feria más grande e innovadora de ingredientes y tecnologías para la salud en EE.UU., por lo que es importante que las empresas peruanas mantengan una presencia constante en este evento. Esto contribuye a que los compradores que visitan la feria perciban a las empresas peruanas como expositores serios y que esto genere mayor confianza para hacer negocios. El número de contactos logrados es un buen indicador del creciente interés por los ingredientes y productos peruanos.

Es interesante que algunas empresas peruanas estén desarrollando productos con valor agregado, y que el país no sea visto solamente como un proveedor de materia prima. Esto contribuye a diversificar la oferta del país, haciéndola más atractiva y completa. En consecuencia, ello podría generar más oportunidades de negocio y puestos de trabajo.

Resulta importante que las OCEX, en este caso la de Los Ángeles, mantenga el apoyo brindado a las empresas durante los días de la feria para facilitar la penetración al mercado de esta zona de EE.UU. Se debería seguir aprovechando la ubicación de las oficinas comerciales en los mercados donde se realizan las ferias debido a la cercanía con compradores y agentes de la industria, lo cual facilita el contacto y da un referente cercano y confiable a los importadores.

En esta feria se debería seguir trabajando con consultores especializados, principalmente porque ésta es de carácter técnico, y es importante mantener redes de contactos con profesionales que puedan aportar conocimientos más avanzados en la materia.

VIII. Recomendaciones

Se debería coordinar con tiempo suficiente la participación peruana para permitir que las empresas importadoras programen sus agendas y visitas y a su vez permitir que los exportadores estén aún más preparados para atender a los compradores. Muchas de las encuestas indicaban que las coordinaciones se habían llevado a cabo con poca anticipación.

Se podría trabajar un plan estratégico con antelación que permita transmitir un mensaje coherente de promoción de los atributos de los ingredientes y productos del Perú. La uniformidad en el mensaje suele traer consigo mayor fuerza de convencimiento y es asociado con credibilidad, lo cual contribuiría a facilitar las ventas de este tipo de productos.

Al tratarse de una feria más técnica, se debería de mejorar el lenguaje que se utiliza tanto en los materiales que se distribuyen en el stand peruano, como en la publicidad contratada por Promperú. Cabe resaltar que al buscar promocionar ingredientes y alimentos con propiedades saludables es de suma importancia tener claros los conocimientos científicos factuales que son los que el comprador domina y hacer referencia a los mismos.

Durante los "Vendor Briefs" sería importante que se haga un mayor trabajo de difusión y promoción antes y durante la feria. Asimismo, resulta indispensable que los empresarios, cuyos productos son expuestos, estén presentes durante la presentación para absolver las dudas o consultas que pudieran existir.

En la etapa de diseño y construcción del stand, se podría involucrar más a las empresas expositoras peruanas para que se sientan parte del proyecto, y así evitar molestias de último minuto.

Si bien la mayoría de expositores peruanos dominan el idioma inglés, es vital que el 100% de las empresas peruanas convocadas también lo haga a un nivel técnico, pues es particularmente importante el poder comunicar correctamente los atributos de los productos y negociar con los compradores.

Existen aplicativos móviles que permiten que los compradores que visitan la feria, puedan conocer más de los ingredientes que en ella se exponen. Por ello, se debería contemplar la contratación de este servicio.

Durante los días de feria se dan distintos seminarios y conferencias que en muchos casos no pueden ser atendidos por los expositores peruanos debido principalmente a que estos deben de permanecer en los stands para atender a los compradores que los visitan. Para ello, existen DVD's a la venta que contienen grabaciones de los seminarios más importantes, en donde se explica a las empresas expositoras cómo llevar el negocio de manera más eficiente. Sería valioso adquirir este material como instrumento de mejora de las presentaciones peruanas.

IX. Anexos