



PARTICIPACION PERUANA EN LA FERIA

SIAL – Montreal 2012

María del Pilar Alarcón T.

Departamento de Agro y Agroindustrias

Promperu

INFORME DE FERIA SIAL 2012

Índice

I.	Antecedentes y Justificación.....	3
II.	Ficha Técnica de la feria.....	3
III.	Tipos de visitantes.....	4
IV.	Información Comercial.....	4
	4.1 Nichos de mercados	
V.	Participación del Perú.....	5
	4.1 Expositores nacionales	
	4.2 Productos exhibidos	
	4.3 Actividades de promoción	
	4.4 Resultados	
	4.4.1 Cuantitativos	
	4.4.2 Cualitativos	
V.	Análisis de la Competencia.....	7
VI.	Conclusiones y Recomendaciones.....	12, 13

I. Antecedentes y Justificación

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.

II. Ficha Técnica de la Feria

Lugar:	Montreal, Canadá
Ámbito:	Canadá, Estados Unidos, Resto del Mundo
Fecha:	09 – 11 de Mayo de 2012
Web:	www.sialcanada.com
Frecuencia:	La feria SIAL se lleva a cabo anualmente en las dos ciudades más representativas de Canadá Montreal y Toronto

Descripción:

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. Tipo de visitantes:

La presente edición registró un total de 13,000 visitantes profesionales de la cadena de alimentos provenientes de Estados Unidos, Canadá y Resto del Mundo, entre los visitantes asistieron:

- Importadores
- Traders, brokers
- Supermercados
- Hoteles
- Restaurants
- Público relacionado

IV. Información Comercial

4.1 Nichos de Mercado

Canadá es un país abierto a descubrir nuevos sabores ya que existe una variedad de culturas lo cual abre mayores oportunidades de negocio. Existen nichos de mercado interesados en productos con valor agregado tales como chips de plátano, palmitos, chocolates, mermeladas de frutas exóticas, mermeladas orgánicas. En el caso de la quinua, hay un marcado interés por productos en base a este grano andino, tales como quinua pre-cocida, fideos de quinua, sopas, hamburguesas etc

-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

V. Participación del Perú

El stand de Perú contó con un stand de 74m2 el cual fue diseñado bajo los lineamientos de marca país



4.1 Expositores Nacionales

- Las siguientes empresas peruanas exhibieron en la Feria

- 1.- Agromix Industrial SAC
- 2.- Aligood
- 3.- Nativa de los Andes
- 4.- Alpes Chiclayo
- 5.- Provedora de Productos Marinos SAC (Produmar)
- 6.- Interloom SAC
- 7.- Aplex Perú EIRL
- 8.- Quechua Foods SAC
- 9.- Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo Ltda
- 10.- Machu Picchu Foods SAC

De las 10 empresas que exhibieron, las siguientes empresas participaban por primera vez: Agromix Industrial SAC , Aligood, Nativa de los Andes, Alpes Chiclayo, Provedora de Productos Marinos SAC (Produmar), Interloom SAC, Aplex Perú EIRL, Quechua Foods SAC

4.2 Productos exhibidos

- 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,

4.3 Actividades de Promoción

- PROMPERU apoyó en la organización de la feria SIAL 2012 coordinando también la participación de la delegación peruana
- Se contó con un counter informativo donde se brindó información sobre los expositores y la oferta peruana de alimentos en general
- Se entregó en la feria el directorio de los participantes.
- Se establecieron nuevos contactos de empresas importadoras y distribuidores a fin de contar con una base para invitarlos a participar en EXPOALIMENTARIA.

4.4 Resultados

4.4.1 Cuantitativos

- 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

4.2.2 Cualitativos

Las empresas estuvieron en contacto con sus compradores y al mismo tiempo contactaron compradores potenciales nuevos con quienes esperan establecer relaciones comerciales.

Los participantes han podido interrelacionarse con profesionales de diferentes países de quienes han podido obtener información sobre los diferentes mercados, formas de presentación y valor agregado

Resaltó el interés del público visitante por la quinua, café, frijol castilla, gandules, mango y espárrago procesado.

V Análisis de la competencia

Se realizó un recorrido por la feria para conocer las tendencias, observar las presentaciones de otros pabellones nacionales y observar la opción de competir con sus ofertas exportables.

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



Pabellones de Francia y Alemania presentaron productos gourmet

Los países africanos como Marruecos y Túnez también estuvieron presentes en la feria. Marruecos con productos procesados mientras que todo el Pabellón de Túnez era de diferentes marcas de aceite de oliva



Pabellones de Marruecos y Túnez



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, bajo el paraguas de su marca Juan Valdez



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

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.



Exhibición de Chocolates con quinua, almendra, utilizan cacao peruano

- 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.

VI Conclusiones y Recomendaciones

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, Aplex 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.

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 Méjico, 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.