



INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	JUAN ANTONIO PORTUGAL QUINTEROS	02/03/2018

Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	4
3.1	Nombre Oficial	4
3.2	Tipo de Feria	4
3.3	Sector	4
3.4	Fecha	4
3.5	Edición.....	4
3.6	Frecuencia.....	4
3.7	Lugar de Celebración.....	4
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	5
IV.	Información Comercial	5
4.1	Panorama del Mercado	5
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales.....	6
4.3	Nuevas Tendencias	6
4.4	Nuevas Tecnologías.....	7
V.	Participación Peruana	7
5.1	Expositores Nacionales	7
5.2	Actividades de Promoción	7
5.3	Resultados	8
5.3.1	Cuantitativos	8
5.3.2	Cualitativos.....	9
5.4	Comentarios de la Competencia.....	9
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	9
VI.	Directorio de Contactos	10
VII.	Conclusiones.....	13
VIII.	Recomendaciones	13
IX.	Anexos	14

I. Resumen Ejecutivo

La participación peruana en la feria BIOFACH 2018 conto con la participación de 39 empresas con stand, productoras de alimentos funcionales, granos andinos, frutas y raíces fresca, cacao, café y chocolate. El pabellón peruano tuvo un área de 415m².

En la presente edición la feria BIOFACH alcanzo 3218 exhibidores y más de 50'000 visitantes de 134 países.

La presentación se llevó a cabo entre los días 14 y 17 de febrero, donde se llevaron a cabo 1696 citas de negocios, principalmente con compradores de Europa. Las ventas concretadas alcanzaron Usd. 2'320'000, y se esperan ventas los próximos 12 meses hasta por Usd. 34.075.000.

Adicionalmente durante la feria se pudo hacer contactos con 47 potenciales compradores en las zonas de información.

Los productos más demandados fueron la quinua, maca, castañas y los derivados del cacao. Además, se presentaron exportadores de chíá, cañihua, amaranto, lúcuma, panela granulada, harina de maca, derivados de yacón, aguaymanto deshidratado, algarrobo, harina de camu camu y chocolate. También se presentaron productores de banano, jengibre, cúrcuma y mango.

II. Antecedentes y Justificación

La Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025, publicado en el diario oficial El Peruano como anexo del Decreto Supremo N° 008-2016, el 27 de julio del 2016, estable como objetivo estratégico "Conocer y promover el mercado internacional de productos y servicios de Biocomercio" mediante la "internalización de empresas de Biocomercio". Menciona además que las principales cadenas priorizadas y fortalecidas hasta el momento son: uña de gato, algarrobo, tara, castaña, camu camu, sacha inchi, cacao nativo, quinua, aguaymanto y maca; y se considera como una de sus principales plataformas a la feria BIOFACH.

Por otro lado, de acuerdo al Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025, el pilar 1 de "Desarrollo de una oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible" determina como objetivos estratégicos el "desarrollo de la oferta exportable de productos de la biodiversidad" y "sostenibilidad de la oferta exportable".

Perú cuenta con una amplia de productos con propiedades funcionales considerandos super alimentos como quinua, maíz morado, cacao, maca, entre otros. Es por esto que en el 2017 se lanzó la marca sectorial SUPER FOODS PERU. como parte de la estrategia institucional de PROMPERU. Esta esta marca sirve de paraguas para todos los productos considerados como super alimentos

Conforme a ello, las actividades previstas en el Plan Operativo Institucional (POI) de Agronegocios de PROMPERU incluyen acciones de promoción para la línea de alimentos funcionales y de biodiversidad nativa, como es el caso de la plataforma BIOFACH.

BIOFACH es la principal feria de productos orgánicos en el mundo, Se realiza anualmente en la ciudad de Nuremberg, Alemania. Es un evento especializado en la línea de alimentos orgánicos con participación activa de importadores, retailers, distribuidores y comercializadores orientados y especializados en este tipo de mercado que está ganando terreno durante los últimos años en especial en estos mercados de alta atención hacia los productos que consumen.

En la edición 2017, BIOFACH tuvo 2793 exhibidores y 51453 visitantes de 129 países, de los cuales el 49% son alemanes y el 51% internacionales. Los principales países participantes son Alemania, Italia, Austria, Países Bajos y Francia.

En el 2016 algunos de los productos de la diversidad nativa han sufrido reducciones considerables en el valor FOB de las exportaciones debido a reducciones de los precios de exportación; como son los casos de la maca con -51%, Quinoa con -13% y Sacha Inchi -12%.

Además, a esto se suma la considerable caída de los precios de bolsa del grano de cacao, superior al 33% entre marzo del 2016 y marzo 2017, esto impulsado por el déficit de demanda de los compradores, lo cual está arrastrando los precios del cacao nativo y especiales.

La feria BIOFACH se lleva a cabo desde 1990 en el mes de febrero de cada año. Las fechas de realización coinciden con el inicio de las cosechas de algunos productos quinoa, cacao y lúcumá, tiempo propicio para conectarse con los compradores y asegurar contratos de compra.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial: BIOFACH

3.2 Tipo de Feria: Profesional

3.3 Sector: Agronegocios, productos certificados orgánicos.

3.4 Fecha: 14 al 17 de febrero 2018

3.5 Edición: 29

3.6 Frecuencia: Anual

3.7 Lugar de Celebración: Nuremberg Messe, Nuremberg, Alemania

3.8 Horario de la Feria: 08:00 a 18:00 Expositores, 09:00 a 18:00 Visitantes

3.9 Precio de la Entrada: 60 euros para visitantes

3.10 Organizador: Nuremberg Messe

3.11 Superficie: 82,300 metros cuadrados

3.12 Número de Asistentes: 50200

3.13 Fecha de Próxima Edición: 13 al 16 de febrero 2019

3.14 Productos Presentados en la Feria

Alimentos frescos, congelados, abarrotes para cocina y repostería, snacks, dulces, e ingredientes

3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General

Exhibidores: 2158

Visitantes: 50200 de 134 países, principalmente de los sectores retail (31%), mayoristas e importadores (25%), fabricantes (18%)

Área Total: 82,300

Congreso: 158 eventos con 9508 participantes

Prensa acreditada: 1022 representantes de 40 países

IV. Información Comercial

4.1 Panorama del Mercado

El mercado mundial de productos orgánicos supera los 80 billones de euros, donde los principales mercados son EEUU (38.9 billones), Alemania (9.5 billones) y Francia (6.7 billones). Por otro lado, los países con mayor consumo per cápita son Suiza (274 euro/año), Dinamarca (227 euro/año), Suecia (197 euro/año), Luxemburgo (188 euro/año), Austria (177 euro/año), Liechstein (171 euro/año), EEUU (121 euro/año) Alemania (116 euro/año), Francia (101 euro/año) y Canada (83 euro/año)

El cultivo de orgánicos en el mundo alcanza los 57.8 millones de hectáreas, donde los países con mayor área certificada son Australia (27.1 MM ha), Argentina (3 MM ha) y China (MM ha). Los principales productos cultivados son cereales (4.09 MM ha), oleaginosas (1.29 MM ha), café (0.93 MM ha), olivo (0.75 MM ha), nueces (0.57 MM ha), legumbres (0.53 MM ha), vegetales (0.44 MM ha), uva (0.38 MM ha) y Cacao (0.34 MM ha).

Respecto al mercado europeo, el principal canal de venta son los supermercados y su participación es la que presenta mayor crecimiento debido a mejores precios. Además, para productos orgánicos, muchos supermercados están apostando por lanzar productos con su marca propia el permite que haya una menor diferencia con el producto convencional.

Cuadro 1: Principales mercados europeos para productos orgánicos y su participación de sus canales de venta

País	Millones de euros	Supermercados	Tiendas	Ventas directa	Otros
Alemania	9478	58%	30%	0%	12%
Francia	6736	45%	37%	13%	5%
Italia	2644	41%	36%	23%	0%
Reino Unido	2460	69%	16%	2%	13%
Suiza	2298	81%	11%	5%	3%
Suecia	1944	86%	0%	0%	14%
España	1686	NA	NA	NA	NA
Austria	1542	80%	20%	0%	0%
Dinamarca	1298	82%	6%	0%	11%
Holanda	1171	63%	29%	0%	9%

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

De acuerdo a MINTEL (2018), categorías de alimentos orgánicos que han presentado mayor número de lanzamientos el último año son panadería, salsas y condimentos y snacks.

Las sub-categorías de ingredientes que potencialmente la oferta peruana podría integrar en futuras ediciones son ingredientes para repostería, condimentos étnicos, condimentos étnicos y aceites, salsa para pasta, frutos secos, barras energéticas y snacks de fruta.



4.3 Nuevas Tendencias

De acuerdo MINTEL las últimas tendencias en el mercado europeo son:

- 57% de las personas que consumen leche en Inglaterra, indican que será más probable que elijan una marca donde se explica cómo apoyan a los productores.
- 37% de los españoles y 36% de los polacos, están dispuestos a probar alimentos y bebidas con texturas poco usuales.
- 25% de los adultos en Inglaterra, estarían interesados en bebidas carbonatadas con textura añadida como pulpa de fruta.
- 41% de los ingleses indican que les gustaría bebidas gaseosas menos dulces.
- 3% de las bebidas y alimentos dulces lanzadas entre el 2012 y 2017 contenían azúcar en su fórmula.

Por otro lado, IFOAM reporta las siguientes estadísticas respecto al market share de algunos productos orgánicos con respecto al total de su sector:

- 12% de leche vendida en Francia y Alemania es orgánica, en Austria alcanza 17%.
- En el caso de Alemania la venta de leche orgánica es alrededor de 500 millones de euros.
- Huevos: Francia (27%), Suiza (20.7%), Austria (20,1%) Alemania (19,4%).
- Los productos de panadería alcanzan 20.7% en Suiza y 7.7% en Alemania.
- Categorías con market shares más bajos son bebidas y Carne.



4.4 Nuevas Tecnologías

Al ser una feria especializada en orgánicos, no tiene presencia de maquinaria.

V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

El listado de empresas peruanas se detalla en el punto Vi. La delegación peruana presentó:

Frescos y semillas: cúrcuma, palta, mango, banano, castañas, cacao beneficiado, café pergamino, quinua en grano, kiwicha en grano, cañihua, chia en grano.

Ingredientes: Aguaymanto deshidratado, mango deshidratado, maca en polvo, jarabe de yacón, harina de algarrobo, camu camu en polvo, nibs de cacao, licor de cacao, cacao en polvo, manteca de cacao, aceite de sacha inchi, sacha inchi tostado, harina de sacha inchi, aceite de aguaje

Retail y food service: quinua en grano instantánea, premezclas instantáneas de quinua, bebida chocolatada de quinua, barras de chocolate, cobertura de chocolate, café tostado,

5.2 Actividades de Promoción

Se llevó a cabo activación de camu camu, donde visitante de la feria pudieron probarlo en smoothies y obtener información de los beneficios nutricionales de este. Además, se levantó un listado de empresas potencialmente interesadas en incluir camu camu en sus compras (detalle punto VI).



5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

En el pabellón peruano en Biofach 2018, participaron 39 empresas exportadoras de productos de orgánicos. Se alcanzaron 1696 citas comerciales durante la feria, se cerraron negocios por 2.3 millones de dólares, y se espera que los negocio en los próximos 12 meses asciendan a 34 millones de dólares.

Figura 1: Satisfacción del evento (Promedio 85%)

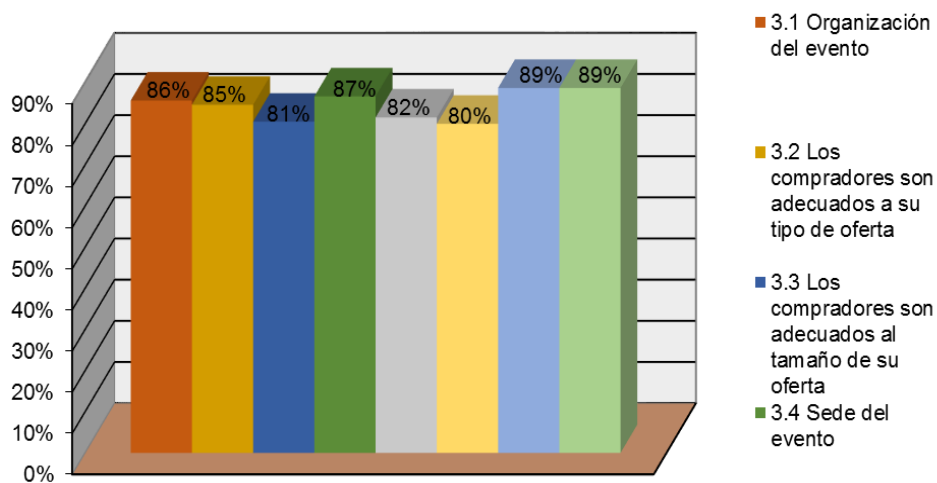


Figura 2: Distribución de las regiones de origen de los compradores

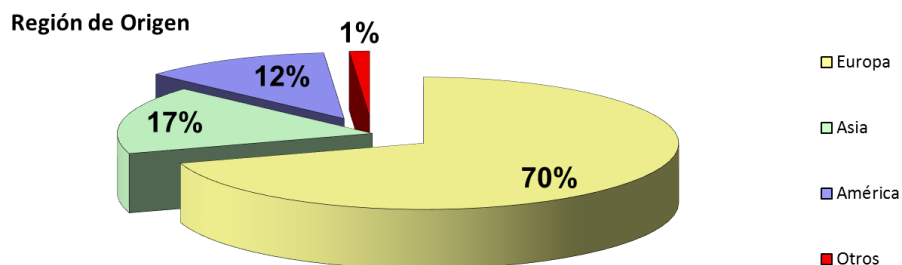
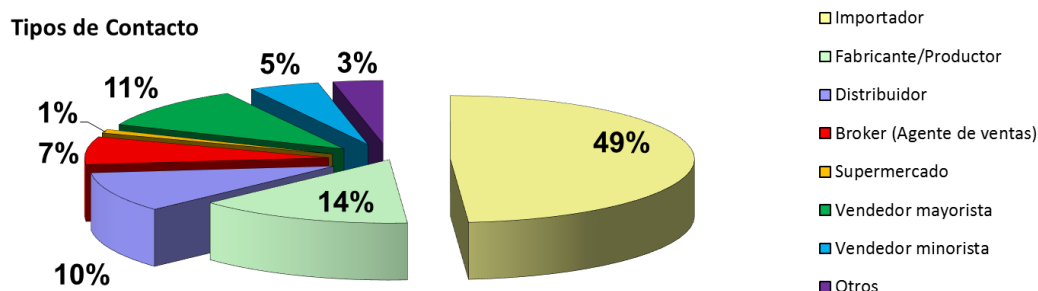


Figura 3: Distribución del tipo de contactos



5.3.2 Cualitativos

De las encuestas, se levantaron las observaciones detalladas en el cuadro 2 y al respecto se plantearon las medidas correctivas detalladas abajo.

Cuadro 2 Observaciones y medidas correctivas

OBSERVACIONES	MEDIDAS CORRECTIVAS
Corto tiempo de convocatoria	Se abrirá pre-inscripción abril, tarifa se publicaran en mayo y convocatoria cerrará en Junio
Mejor ubicación del pabellón	Se le ha solicitado a la feria, pero es poco probable.
Nombre de "Perú" más claro en los aéreos	Se tomará en cuenta en el próximo diseño de stand
Mas contactos de las OCEX	En noviembre se cerrará la lista de exportadores para que las OCEX generen citas
Diversificar oferta	Se buscará la participación de empresa con productos retail y asociaciones de productores de café y cacao
Más presencia en Web	Fichas de empresas en la web
Invitación activaciones	Se solicitará a las OCEX que inviten a compradores a las activaciones

5.4 Comentarios de la Competencia

No aplica

5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

No aplica.

VI. Directorio de Contactos

Empresas participantes en el pabellón peruano

#	Empresa	contacto	email
1	AGRO FERGI SAC	JORGE FERNANDEZ	jfernando@agrofergi.com.pe
2	AGROINDUSTRIAS AMAZONICAS S.A.	Patricia Aguilar	info@incainchi.com.pe
3	Agroindustrias Osho SAC	Miguel Navarro-Grau	mnavarrograu@agroindustriasosho.com
4	Agronegocios La Grama	Jaime Bellido	jbellido@lagramaperu.com
5	Agroindustrial y Comercial Arriola e Hijos S.A	Maritsa Arriola	aicasa@aicasaperu.com
6	ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SAC	CARLOS ESCARATE	carlos@aoperu.bio
7	AMAZON ANDES EXPORT SAC	OMAR SANCHEZ	OMAR@AMAZON-ANDES.COM
8	AMAZON HEALTH PRODUCTS SAC	Wallis Winder	info@amazonhp.com
9	ANDES ALIMENTOS & BEBIDAS SAC	JOSEPH NAVARRO	jnavarro@andesalimentos.com
10	APEPAYAC	JIMMY RUBIO	gerencia@apepayac.com.pe
11	Asociación de Castañeros de la Reserva de Tambopata Los Pioneros – ASCART	FREDY FUENTES	castanerosascart@hotmail.com
12	Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios Salitral - BOS	Milton Gonzaga	bossalitral@yahoo.es
13	BIO OMEGAS PERU SAC	ARELY BEDIA	arely.bedia@bio.omegas.com
14	CAC LA FLORIDA	JESUS DAMIANO	J.Damiano@cooperativaalflorida
15	COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CACAO ALTO HUALLAGA	JORGE SIMON	jorgesimon@cacaoaltohuallaga.com
16	ASOCIACION DE PRODUCTORES CACAO VRAE	KANIDA ABREGU	kanida.abregu@cacaovrae.com
17	CANDELA PERU	GASTON VIZCARRA	gastonvizcarra@candelaperu.net
18	CONSORCIO AGRICOLA DEL NORTE EXPORT & IMPORT SAC	RAUL VILLA	raul@consorcioagricola.com
19	Cooperativa Agroindustrial MACHU PICCHU LTDA	EDITH HUAMAN	edith@cagmaperu.com
20	CPX PERU SAC	Candy Morales	cmorales@cpxperu.com.pe
21	DE GUSTE GROUP SAC	BRUCCE ECHENIQUE	brucce.echenique@deguste.com.pe
22	ECOAG S.A.C.	Manuel Sarapura	masc@ecoagperu.com
23	Ecoandino SAC	Jenny Carhuas	jcarhuas@ecoandino.com
24	Ecommodities SAC	Jorge Mendez	jorge@ecommodities.pe

25	Exportadora Romex	Alexandra Romero	aromeroc@romex.com.pe
26	FITOSANA SUPERFOODS SAC	MIGUEL SILVA	export@fitosanaperu.com
27	FLO TRADING SAC	Jose Labra	jlabra@flotrading.com
28	GLOBENATURAL INTERNACIONAL S.A.	Aldo Tello	atello@globenatural.com
29	Greenbox SAC	Johannes Da-Fieno	jdafieno@greenbox.pe
30	IMOCert Perú	Jorge Landeo	jlandeo@imocert.bio
31	ORGANI-K S.A.C	TITO BONICELLI	info@naturalgreen.com.pe
32	NUTRY BODY S.A.C	IVAN SALAS	operaciones@nutrybody.com
33	ORIGIN PARTNER S.A.C	ESTHER PAREDES	eparedes@originpartner.com.pe
34	Peruvian Nature	Teresa Silva	tsilva@peruviannature.com
35	RFCAR SRLtda	Heidy Lin	hlin@rfcar-trading.com
36	Shanantina SAC	Carolina Sanchez	csanchez@shanantina.com.pe
37	VILLA ANDINA S.A.C	Daniel Martinto	info@villaandina.com
38	SOLUCIONES AVANZADAS EN AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERU SAC	GLICERIO FELICES	glicerio.felices@wiraccocha.com.pe
39	XPODEKA SAC	FANNY CARRASCO	fcarrasco@xpodeka.com

Empresas compradoras interesadas en la oferta peruana

#	Empresa	Nombre	Apellido	País	Requerimiento
1	MARDOM	Damian	Biniak	Polonia	Interesado en Camu Camu , quinua y otros alimentos funcionales. Enviar información.
2	Medimpex	Beata	Vankovics	Hungria	Interesado en productos peruanos en polvo, mandar información.
3	Nativa Super Fruits	Nicholas	Coles	Reino Unido	Interesado en pulpa de Camu Camu
4	Sunflower	Sanjay	Sood	Tailandia	Interesado en Superfoods, mandar información: alimentos funcionales y Chía.
5	Congelados de Navarra	Iñigo	Anton	España	Interesado en congelados orgánico vegetales
6	HACES GMBH	Miguel	Gonzales	Alemania	Interesado en pecanas orgánicas y convencionales
7	Terfloth	Art	Penner	Estados Unidos	Interesado en todos los productos (especial : maca y quinua)
8	Costume Certo	Paulo	Piosas	Portugal	-
9	Fruisec	Sophie	Rieux	Francia	Interesa en Camu Camu en polvo
10	Organicule	Smriti	SAJNANI	Malasia	Interesado en Maca en polvo
11		Sunil	SAJNANI		
12	Minong Korea Co., Ltd.	Sun	Ki- Chul	Korea	Interesa en Camu Camu en polvo
13	Gran Malt	Gerhard	Kamil	Alemania	Interesado en productos afrodisiacos que puedan usarse para darle un sabor especial a la cerveza (produce cerveza con sabores

					especiales/ exóticos)
14	BAS de Colombia	Andres	Lenis	Colombia	Interesados en Sacha Inchi
15	VANDA	Mohammad	Bokharaee	Iran	Interesados en Chía y quinua
16	Organic Brands	Rodrigo	Gonzales	Mexico	Interesado en Camu Camu en polvo
17	Farmodietetica	Francisca	Cardoso	Portugal	Requiere información de precios de Superfoods en especial Camu Camu
18	Probio	Hana	Sittkova	Republica Checa	Interesado en Productos sin Gluten y cereales (quinua en especial)
19	Indi Essences	Stephane	Desmarquest	España	Interesado en Quinoa(Chinchona) ecológica
20	Creams of the stone age	Benjamin	Nicolaus	Austria	Interesados en ingredientes para cosméticos y sangre de drago
21	LCHF Style	Matej	Lutar	Eslovenia	Interesado en Superfood Camu Camu. Tiene una tienda online donde ofrecen productos orgánicos sin gluten
22	Comexim	Izabella	miszczak	Italia	Interesado en Jarabe de Yacon
23	Urpi Ug	Jorge	Garay	Alemania	Interesado en Aceite de Sacha Inchi
24	Paskovich	Yigal	Paskovich	Israel	Importador de productos congelados: pescado y carne
25	Kaspar	Stephan	Gagchter	Suiza	Interesado en importar granos tostados y snacks
26	xingufruit	Suany	Gomes	Brasil	Analista de exportaciones y certificación ; interesado en certificar productos peruanos para exportar
27	Yisheng Organic	Geda	Wang	China	Importador chino, interesado en el mercado peruano. Busca contactos para importar.
28	KRR STARCH CO., LTD	Sere	Jiratpikalapong	Tailandia	Interesado en importar productos al mercado de Tailandia
29	Verstegen	Dorianne	Wegen	Holanda	Interesado en comprar- importar Chili orgánico o no orgánico
30	Naturawerk	Noelia	Fernandez	Alemania	Especialista en complementos alimenticios para la salud medicina natural
31	Koro	Pirani	Asci	Alemania	Interesado en comprar - importar frutos secos - en especial mini cocos.
32	Fruit D'Or	Max	Busque	Canada	Interesado en empresas que producen pure o pasta de mango
33	Ubelhor	Janna	Kuhne	Alemania	Interesado en productos orgánicos , especialmente amaranto
34	NEO GROUP	Zahra	Osman	Somalilandia	Representante de Federación de Esencias y Resinas aromáticas. Busca expositores peruanos para la feria internacional de Esencias y Resinas.
35	Andean Import	Jacinto	judith	ESPAÑA	Importadora de productos andinos en el mercado español
36	vintagearoma	Yash	Kumar	India	Importador y exportador de aceites naturales
37	Francesa Brandt Trade	Francisca	Brandt	Suiza	Interesado en importar productos peruanos al mercado Suizo. Están empezando con la empresa
38	Stichel Marketing	Martin	Stichel	Alemania	Importador de productos Bio
39	Exmedia	Fiordaliso	Sufflico	Italia	Representante de feria de exposición orgánica. Quiere invitar a Peru a la feria.
40	PACK'D	Alex	Stewart	Reino Unido	Avocado , importar productos de avocado

41	Stanton Chase	Christpoh	Durr	Alemania	Empresa distribuidora de productos orgánicos
42	Park Sienno	Krystyna	Stronska	Polonia	Proyecto agroindustrial y colaboración
43	Seijo Ishi supermarket	Yuka	Sotome	Japon	Tiendas, mandar lista con grupo de exportadoras. Interés en blueberries.
44	JACKYF	julia	Huthmann	Alemania	Interés en Lucuma aséptica
45	Bunker Specialities	Nicolas	Lage	Estados Unidos	Interés en importar productos peruanos a USA.
46	Abellan Biofoods	Africa Abellan	Rebosa	España, Portugal y Holanda	Venta de productos orgánicos: ellos compran productos para procesarlos
47	Plameca	Alex	Romero	España	Elabora productos cosméticos con cúrcuma, y está interesado en productos de Maca.

VII. Conclusiones

- Participaron 39 empresas peruanas, que contaron con una oferta varias que incluía, productos funcionales, granos andinos, nueces, fruta fresca, café, cacao, chocolate y otros productos retail.
- Las ventas concretadas alcanzaron Usd. 2'320'000, y se esperan ventas los próximos 12 meses hasta por Usd. 34.075.000, en total las empresas lograron tener 1696 citas en la feria.
- Las encuestas de exportadores indican que el evento alcanzo un índice de satisfacción de 85%, se cumplió en un 86% las expectativas y un 97% volverá a participar.
- La delegación en la presente edición, estuvo conformada por empresas de primer nivel, debido que se usaron los nuevos criterios de evaluación de departamento de agronegocios. En cuanto a la variedad de productos, se presentó por primera vez mango haden orgánico, productos ready to eat de quinua, bebidas instantáneas de quinua, snacks de maca y cobertura de chocolate con camu camu.
- El pabellón peruano en la presente edición usó paneles aéreos en "L" en lugar de cuadrados, lo cual permitió reducir el costo total de decoración. En cuanto los stands, en el diseño se minimizó los espacios muertos como almacenes y los paneles de división entre stands se minimizaron. Esto permitió que los stands aparentaran una mayor amplitud por lo cual muchos de los exportadores nos felicitaron.
- El servicio de catering fue menos variado que otros años, pero se tuvo una buena aceptación de parte de exportadores y compradores, ya que se utilizaron muchos de los ingredientes exhibidos en las degustaciones.
- A pesar de que se trabajó para diversificar la oferta, algunos exportadores indicaron que hay mucha competencia en productos como la quinua en grano y la maca.
- Las zonas de activación de productos retail y camu camu permitieron generar 47 contacto con potenciales compradores y además obtener información de primera mano de ellos. Durante los días de feria, se atendió múltiples requerimientos de fruta fresca, congelada y pulpas, lo cual evidencia un mercado potencial que no está siendo atendido.

VIII. Recomendaciones

- Iniciar la convocatoria con al menos de 6 meses de anticipación y confirmar la delegación de empresas con 4 meses de anticipación para que las oficinas comerciales puedan agendar reuniones con compradores potenciales.
- Analizar la posibilidad de abrir un stand de oferta exportable de productos retail en los halls 6 o 7.

- Ofrecer stands tipo mesa de negociación para asociaciones y cooperativas de productos como café, cacao, banano, mango, palmitos, etc.
- Sería recomendable hacer activaciones en la entrada de la feria para atraer tráfico al pabellón.
- El personal de apoyo que brinda información sería ideal que cuente con conocimiento básico de alimentos.
- En el diseño de los aéreos, incluir el nombre de país “Perú” en letra script.
- Dar prioridad en la elección de stands a las empresas que más veces han participado en el evento.
- Hacer publicidad en las vallas ubicadas en las estaciones de metro camino a la feria.

IX. Anexos