



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del  
Perú en el Exterior

## FICHA MERCADO PRODUCTO MACA EN EL MERCADO DE GRECIA

### 1. Nomenclatura arancelaria

Partida arancelaria n. 1106201000: harina, sémola y polvo de maca (*lepidium meyenii*)

### 2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

- μάκα (maca);
- αλεύρι, σκόνη και σιμιγδάλι μακά (Harina, sémola y polvo de maca).

### 3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

#### Impuestos

- Arancel: 0% (Preferencia arancelaria para producto de origen Peru, de hecho, derecho terceros países euro 95/1000Kg).
- Impuesto al Valor Agregado, IVA: 13%
- Impuesto específico: no se aplica

#### Requisitos:

Los principales requisitos específicos para el acceso al mercado de la UE se resumen a continuación:

- Límites máximos permitidos para los siguientes contaminantes
  - Micotoxinas (aflatoxinas, ocratoxina A, fusarium-toxinas, patulina, citrinina)
  - Metales (cadmio, plomo, mercurio, estaño inorgánico, arsénico)
  - Dioxinas y bifenilos policlorados (PCB)
  - Hidrocarburos aromáticos policíclicos (HAP)
  - 3-MCPD
  - Melamina
  - Acido erúxico
  - Nitratos

Para mayor detalle consultar:

[https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu\\_heafcon\\_annex\\_r1881\\_2006.pdf/](https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_heafcon_annex_r1881_2006.pdf/)

- Límites máximos de residuos de pesticidas

Para los específicos límites de pesticidas consultar la página web mencionada a continuación, bajo el código 0213080-003 (Maca roots):

<https://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database/public/?event=pesticide.residue.selection&language=ES>

- Etiquetado de alimentos

Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea (UE) deben cumplir las normas de etiquetado de la UE. A continuación, se resumen los requisitos generales; es decir, la información que deben aparecer necesariamente en el envase o en una etiqueta adherida a los contenedores de alimentos preenvasados.

- Nombre del producto,
- Lista de ingredientes,
- Peso neto en kilogramos/gramos,
- Fecha de durabilidad mínima (fecha hasta la cual el alimento conserva sus propiedades específicas cuando se almacena adecuadamente),
- Las condiciones de almacenamiento o condiciones de uso (cuando los alimentos requieran condiciones especiales de almacenamiento y/o condiciones de uso, se indicarán),
- País de origen lugar de procedencia,
- Las indicaciones que permitan identificar el lote al que pertenece el producto alimenticio,
- Declaración nutricional (valor energético, cantidad de grasas saturadas y no saturadas, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal) <sup>1</sup>.

Además de las normas aplicables a los productos alimenticios en general, existen disposiciones específicas para los grupos de alimentos destinados a usos nutricionales particulares (alimentos infantiles, alimentos dietéticos para usos médicos especiales, alimentos para la reducción de peso, alimentos para deportistas, etc.) que se establecen en el Reglamento (UE) N° 609/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre "Alimentos para grupos específicos (FSG)" (DO L-181 29/06/2013) (CELEX 32013R0609).

Estos productos deben ser adecuados para los fines nutricionales que se alegan y comercializados de tal manera que se indique su idoneidad.

A continuación, la legislación específica sobre los suplementos alimenticios:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:i21102&from=EN>

#### 4. Tendencias del mercado

El consumo de maca en Grecia puede clasificarse en dos tipos principales, el primero se refiere a las cápsulas o comprimidos, utilizados como suplementos alimenticios, en los que la maca puede ser presente como único ingrediente o en mezclas con otros ingredientes. Estos suplementos están destinados a un público que necesita suplementos

---

<sup>1</sup> El etiquetado no debe inducir a error al comprador sobre las características o los efectos del producto alimenticio ni atribuirle propiedades especiales para la prevención, el tratamiento o la curación de una enfermedad humana. Las informaciones que figuren en el etiquetado debe ser fácilmente comprensibles, fácilmente visibles, claramente legibles e indelebles y deberán figurar en la lengua o lenguas oficiales del Estado miembro en el que se comercialice el producto. No obstante, se podrá autorizar el uso de términos o expresiones extranjeras fácilmente comprensibles por el comprador.

farmacéuticos/dietéticos, como las personas con deficiencias vitamínicas o los atletas y deportistas, etc.

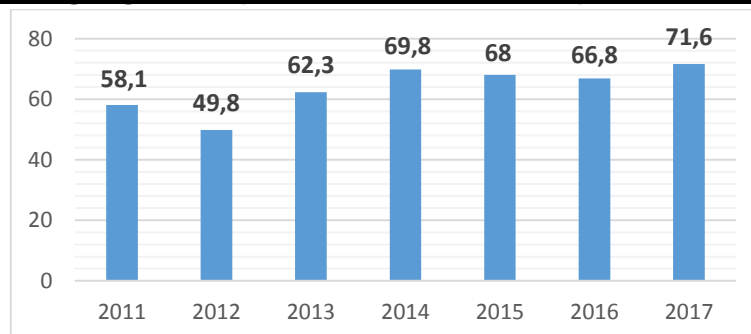
El segundo tipo de consumo se refiere a la maca en polvo, utilizada sola o en combinación con otros ingredientes, para un público típicamente atento a la dieta natural orgánica o vegana. En ambos casos, el aspecto fundamental de la maca es su función como suplemento alimenticio o superalimento con propiedades saludables.

El valor del mercado mundial de los suplementos alimenticios se estima en cerca a USD 123.000 millones en 2019 y se espera que aumente en los próximos años. Factores como las crecientes preocupaciones por la salud y los cambios en los estilos de vida y los hábitos alimenticios están impulsando la demanda de este tipo de producto (Fuente: Grand View Research, Dietary Supplements Market Size, Share & Trends Analysis Report, 2020).

En este contexto, el país líder en Europa, con una cuota de mercado de alrededor del 23%, es Italia (líder en la venta de fermentos lácteos), país de acerca 60 millones de habitantes, con 256 millones de envases vendidos, por un valor de mercado cercano a euro 3.500 millones. Siguen Alemania (la cual es especializada en botanicals) con 13%, Francia (especialmente productos formulados con varios ingredientes) con 9% y el Reino Unido que se caracteriza por la venta de ácidos grasos esenciales (Omega 3-6-9) con el 8% .

El crecimiento de este mercado en los últimos años también ha sido particularmente significativo en Grecia, donde las ventas de suplementos alimenticios están creciendo a un ritmo récord. En el período 2010-2017, la categoría ha tenido un aumento acumulado de más del 80%. Los datos del Operador Económico Autorizado Europeo (OEA) muestran que el mercado de los complementos alimenticios en Grecia aumentó de 58,1 millones de euros a 71,6 millones de euros entre 2011 y 2017.

#### **Mercado griego de suplementos alimenticios (millones de euros)**



Fuente: elaboración OCEX sobre datos [www.iatronet.gr](http://www.iatronet.gr)

En particular, el crecimiento de las ventas de los suplementos alimenticios fue del 8% en 2017 y en el 2018 fue más del 15% (Fuente: Iatronet, [www.iatronet.gr](http://www.iatronet.gr)). Según los datos publicados durante el Hellas Pharm: Congreso / Exposición Farmacéutica, organizado por la Asociación Farmacéutica de Atenas, en 2017 se vendieron 13 millones de suplementos alimenticios, es decir, más de un preparado por habitante, teniendo en cuenta que Grecia tiene casi 11 millones de habitantes. Dado que se trata generalmente



de preparados de 10 a 20 euros, se estima que el tamaño del mercado supera los 200 millones de euros.

Este aumento también estaría respaldado por un Decreto Ministerial sobre la apertura del mercado que establece que el suministro de suplementos alimenticios está permitido en todas las tiendas que venden alimentos estándar (supermercados y otras tiendas minoristas). Por esta razón, se estima que el mercado griego en el período 2016-2017 fue el segundo mercado de más rápido crecimiento en el mundo y el primero de más rápido crecimiento en Europa.

En los últimos años, el número de personas en Grecia que optan por utilizar suplementos alimenticios ha crecido sosteniblemente. El aumento de la esperanza de vida, combinado con la creciente necesidad de bienestar, ha dado lugar a una demanda continua de suplementos dietéticos, que se espera continúe en los próximos años.

Según una encuesta presentada en 2018, realizada por la empresa sin ánimo de lucro AKOS (empresa creada por científicos de la salud) en colaboración con IELKA (Instituto de Investigación del Comercio y el Consumo, <http://www.ielka.gr/>), 1 de cada 2 personas (hasta el 55% de los griegos) toma suplementos dietéticos y, entre las personas que no los usan, 3 de cada 4 desearían usarlos. Además, más del 50% de los encuestados gastan hasta 25 euros al mes, mientras que 1 de cada 5 gasta más de 50 euros en suplementos alimenticios. En general, se trata de personas que gozan de buena salud pero que desean mejorar su calidad de vida, ya sea para prevenir enfermedades o por razones de antienvjecimiento. Cada vez más ciudadanos quieren vivir más activamente durante más tiempo eligiendo estas formulaciones.

Además, según una encuesta nacional realizada por estudiantes universitarios y de postgrado 2016-2018 del Departamento de Nutrición y Dietética de Alejandría ATI Tesalónica, los mayores consumidores de suplementos parecen ser las mujeres con una cuota del 53% en comparación con los hombres con el 47%. El 50% de los consumidores de 17 a 30 años, el 35% de 31 a 50 años y el 15% eran mayores de 50 años.

En resumen, el perfil de consumo típico es femenino, joven o de mediana edad y con educación superior o secundaria.

Por lo tanto, entre los consumidores de suplementos hay muchos que no los necesitarían desde un punto de vista estrictamente sanitario y a ellos se añaden los que los necesitan, por deficiencias o estilo de vida, como los vegetarianos, los vegetarianos deportistas, etc. Cabe señalar que, aunque a un ritmo más lento que en otros países europeos, en Grecia la tendencia vegana está ganando cada vez más adeptos. Casi el 0,8% de la población, más de 80.000 personas, son seguidores de la dieta vegana en Grecia, que en su mayoría son jóvenes, entre 18 y 25 años y, aunque el veganismo está todavía en su primera etapa en Grecia, el porcentaje de los que lo practican, si bien lentamente, está aumentando.

En relación con esta tendencia de consumo, la comunidad científica de médicos y dietistas es crítica, sobre todo porque la tendencia está muy extendida y sólo 1/3 de las personas que toman suplementos consultan a un especialista. Además, los suplementos



alimenticios son una categoría de alimentos de la que se encarga la Agencia Nacional de Medicamentos (EOF), pero no existe un marco jurídico claro para el control y la autorización de su comercialización (V Congreso Nacional de Farmacia Aplicada, mayo de 2019 Tesalónica).

#### 5. Estacionalidad de la producción local

En general, la producción y comercialización de suplementos dietéticos no se ve particularmente afectada por el fenómeno de la estacionalidad, con la excepción de ciertas categorías de productos como las ayudas para el control del peso durante la primavera y el verano y los suplementos para fortalecer el sistema inmunológico en otoño e invierno.

#### 6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

Los principales puntos de entrada de alimentos via marítima en Grecia son el puerto del Pireo, el puerto de Tesalónica y el puerto de Kavala. Con respecto a los puntos de entrada vía aérea el aeropuerto principal es el Aeropuerto Internacional de Atenas "Eleftherios Venizelos", situado en Spata, a 36 kilómetros del centro de Atenas.

#### 7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

Según la legislación vigente (δηλαδή την ΚΥΑ Γ5α/53625, ΦΕΚ 3328 21/9/2017) hoy en día los suplementos no sólo son suministrados por las farmacias bajo la supervisión de un científico, para garantizar su administración segura, sino también por las tiendas que venden alimentos envasados (por ejemplo, tiendas de comestibles, supermercados, cantinas, mini-mercados, etc.) o por Internet con plataformas de comercio electrónico. Además, hay otras propuestas del Ministerio de Cultura y Deportes para abrir aún más el mercado ampliando las ventas a los gimnasios y escuelas deportivas privadas.

A pesar de la decisión de liberalizar el mercado, las farmacias dominan actualmente el canal de distribución y siguen siendo el principal canal de distribución para este tipo de productos. Se estima que el 98% de los suplementos alimenticios en Grecia son administrados por la red de farmacias.

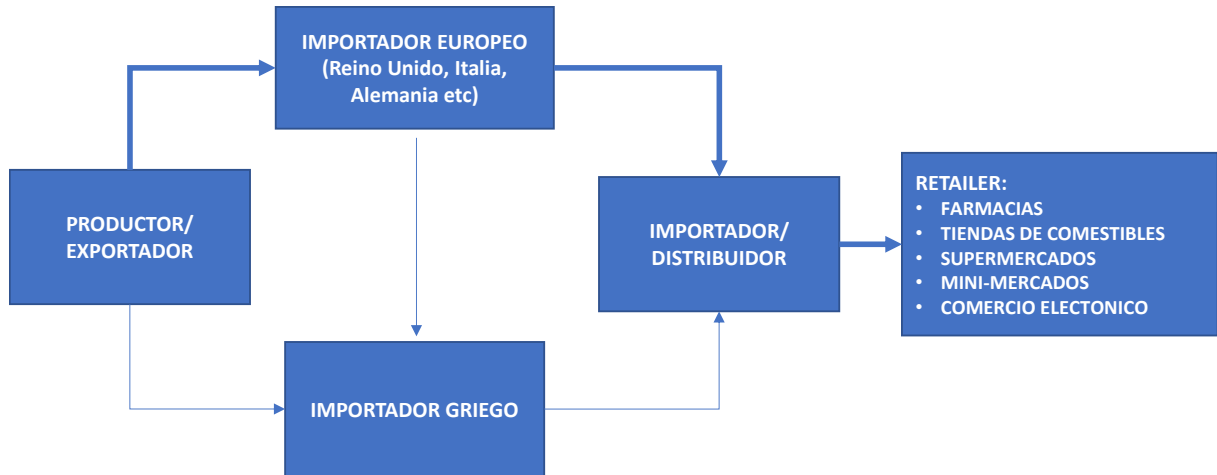
Además, las farmacias se centran hoy en día en este sector, lo que explica la tendencia al aumento de las ventas de estos productos: el 20% del espacio de la farmacia está cubierto por el mostrador de prescripciones, mientras que el resto se ofrece para otros productos, incluidos los suplementos y los cosméticos.

Sin embargo, se prevé que la situación cambie en los próximos años en favor del fortalecimiento de las cadenas de supermercados y el comercio electrónico, en consonancia con los mercados de otros países europeos.

Otra importante red de distribución de la maca en Grecia son las tiendas de productos naturales que ofrecen la maca destacando su origen natural e integrándola en una dieta

sana de una forma menos “farmacéutica” y más natural. En este caso es tendencialmente de tiendas de productos veganos, orgánicos, naturales.

El grafico a continuación presenta el marco de los principales actores de la cadena de comercialización con respecto a los suplementos a base de maca en Grecia.



#### 8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

Los principales criterios de selección de los proveedores se refieren a la calidad y la seguridad de los productos. De hecho, muchas empresas griegas importan de proveedores europeos porque esto permite garantizar el cumplimiento de todos los requisitos de calidad y seguridad y, dado que estos productos se comercializan con un propósito saludable, incluso en las farmacias, este aspecto es particularmente importante.

Además, las propiedades del producto, así como la higiene y la seguridad del lugar donde se vende, influyen en la decisión del consumidor. De hecho, tras la encuesta de AKOS e IELKA, 2018, los criterios de compra según los consumidores son los siguientes:

- el 48% elige suplementos basados en la seguridad e higiene del punto de venta,
- el 44% elige los complementos alimenticios en base a las propiedades del preparado,
- el 30% piensa que es mejor comprar los suplementos en las farmacias,
- el 29% compraría suplementos dietéticos de marca sólo a compañías de renombre,
- el 23% prefiere la facilidad de búsqueda y compra,
- el 22% cree que la composición juega un papel importante,
- el 21% considera que el precio es un elemento importante.

#### 9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

La oferta de maca en el mercado griego se concentra en las farmacias y en las tiendas de alimentos naturales, ambos pueden contar con página web para ventas en línea, además de las tiendas física. Asimismo, se encuentran diversas marcas de suplementos, como por ejemplo la inglesa My Protein (<https://www.myprotein.gr/>) o Biovea



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del  
Perú en el Exterior

<https://www.biovea.com/gr/>, que se pueden adquirir en línea, directamente en sitio de los productores que tienen la página web en griego.

Las farmacias griegas ofrecen una amplia gama de marcas internacionalmente conocidas de suplementos a base de maca, producidas por países como el Reino Unido, EE.UU., pero también por la propia Grecia. Entre las marcas extranjeras se encuentra, por ejemplo, la americana **Now Foods**, una histórica empresa californiana de suplementos alimenticios fundada en 1968, que ofrece la maca en cápsulas, enriquecida con otros ingredientes como el magnesio e indicada como suplemento para la salud reproductiva de hombres y mujeres. También hay varias marcas británicas, como Health Aid, Terranova, Rio Amazon.

En particular, **Heath Aid** presenta comprimidos de extracto de maca, también con marca vegana, indicados para aumentar la energía, fortalecer el sistema inmunológico, restaurar los niveles de hierro en la anemia; **Terranova** ofrece con una mezcla de ingredientes secos a base de maca, ganoderma, hierba de trigo, para la energía y el refuerzo de los atletas y aumentar la disponibilidad sexual de hombres y mujeres. **Rio Amazon**, una marca de la compañía británica Rio Health Products Ltd, propone cápsulas de maca para aumentar la resistencia, combatir la fatiga y aumentar la fertilidad.

Además, entre las marcas que ofrecen las farmacias también se encuentra la marca **Superfoods**, que es la marca de GP Hellenic Soil Limited. En la actualidad, resulta que esta empresa tiene su sede en Chipre y una filial en Grecia, pero la marca Superfoods nació en Grecia en 2008 a partir de una empresa que fue adquirida por los dos principales grupos farmacéuticos griegos (VIANEX y PAPARM) en 2016 con el objetivo de fortalecer el sector de los complementos alimenticios. Superfoods fue la primera empresa griega que introdujo con éxito el concepto y la importancia de los superalimentos naturales en la farmacia griega. La marca griega Superfoods propone cápsulas a base de maca, enriquecidas con celulosa y magnesio, un producto que está indicado para la dieta de los atletas, ya que ayuda a restaurar las glándulas suprarrenales que producen adrenalina y aumenta los niveles de testosterona, siendo una gran fuente de energía. Con propiedades afrodisíacas y un alto valor nutritivo para la energía y la resistencia.

Now Foods: [https://www.tofarmakeiomou.gr/now-foods-43797-maca-500mg\\_47135/](https://www.tofarmakeiomou.gr/now-foods-43797-maca-500mg_47135/)

Heath Aid: <https://www.boxpharmacy.gr/en/products/maca-500mg-60tabs>

Terranova: [https://www.tofarmakeiomou.gr/en/terranova-maca-reishi-super-shake-224gr\\_116978/](https://www.tofarmakeiomou.gr/en/terranova-maca-reishi-super-shake-224gr_116978/)

Rio Amazon: <https://www.pharmacy295.gr/el/products/rio-amazon-%E2%80%93-maca-500mg-60caps>

Superfoods: [https://www.tofarmakeiomou.gr/vitamines/superfoods-yperprofes/maca/superfoods-43642-maca-eubias\\_47446/](https://www.tofarmakeiomou.gr/vitamines/superfoods-yperprofes/maca/superfoods-43642-maca-eubias_47446/)

Además de las farmacias, los suplementos a base de maca son importados y distribuidos por empresas especializadas en la comercialización de suplementos alimenticios como Sportfood (<https://sportfood.gr>), empresa fundada en Salónica en 2010 y centrada en la nutrición deportiva y la vida sana. En general, los productos son importados de Europa por empresas consolidadas y certificadas del sector y se ofrece una amplia gama de marcas de diversos orígenes, como la italiana (Bio Extreme), la alemana (Gym Beam), la polaca (7 Nutrition), la húngara (Galvanize Nutrition), la portuguesa (Oxygen) e incluso la americana (Pure Nutrition).





Bio Extreme: <https://sportfood.gr/product/test-force-1411-90caps-bioextreme/>

Gym Beam: <https://sportfood.gr/product/maca-120caps-gymbeam/>

7 Nutrition: <https://sportfood.gr/product/volcano-120caps-7nutrition/>

Galvanize Nutrition: <https://sportfood.gr/product/t-max-100caps-galvanize/>

Oxygen: <https://sportfood.gr/product/maca-60caps-okygen/>

Pure Nutrition: <https://sportfood.gr/product/maca-100caps-pn/>

Asimismo, en algunos casos, los importadores de suplementos a base de maca prefieren comprar de fabricantes específicos de Europa, como es el caso de los importadores de Metafarm y Morfeus que sólo compran de empresas alemanas:

- **Metapharm**, una empresa con sede en Salónica que importa y distribuye suplementos naturales producidos por un grupo de empresas alemanas, entre ellas Vitosyn, que produce cápsulas de Macasyn con maca, guaraná y vitamina E (<https://www.metapharm.gr/product/macasin/?lang=en>).
- **Morfeas**, una empresa con sede en Herkleio, que procesa una amplia gama de productos, incluidos los suplementos alimenticios importados por la empresa alemana Amazonas (<https://www.morfeas.gr/proionta/sympliromata-diatrofis/maca/>).

En Grecia, además del consumo de maca en cápsulas, comprimidos o mezclas, lo cual es típico de un público que busca suplementos farmacéuticos/dietéticos o deportivos, existe un mercado que concierne a un perfil de consumidor orientado y atraído por el concepto de dieta sana, natural, orgánica, vegetariana, vegana. Este nicho de consumidores compra preparados de maca en polvo que también se pueden encontrar en algunos supermercados. Por ejemplo, **Thanopolus**, uno de los principales supermercados griegos, tiene varias marcas y preparaciones de maca. Entre ellas se encuentran la marca portuguesa **Iswari** y la marca belga **Biovita**, la primera con una mezcla de maca y vainilla orgánica para el desayuno, la segunda con un preparado en lata de maca, trigo integral y otros súper alimentos indicados para los vegetarianos (ver Anexo). Además, de las marcas extranjeras se pueden encontrar marcas locales como **Green Bay**, **Bachari**, **Health Trade**, **Green House**, **Bio Health**, **Melikarpon** muchas de las cuales, además de estar en los supermercados, también venden directamente a través de su página web de comercio electrónico.

**Green Bay and Co.:** empresa fundada en 2001 en Atenas como mayorista en el que entonces era el incipiente sector de los alimentos orgánicos. Hoy en día posee más de 70 tiendas físicas en Grecia, principalmente tiendas de alimentos orgánicos; también hay tiendas fuera de Grecia, en particular en Turquía y numerosas plataformas de comercio electrónico donde se venden sus productos.

Página web: <https://www.greenbay.gr/>

Productos a base de maca: maca en polvo

**Bachari:** joven empresa con sede en la isla de Creta que vende hierbas, especias y superalimentos, pero también cosméticos y aceites esenciales para una buena nutrición y un estilo de vida saludable.

Página web: <https://www.bachari.gr/>





### Productos a base de maca: maca en polvo

**Health Trade:** fundada en 2009 en Longos, fue una empresa pionera en la importación y producción en el campo de la salud alternativa y los productos orgánicos, cosméticos, suplementos alimenticios y otros productos relacionados con la alimentación sana. Los productos de Health Trade se comercializan a través de tiendas de alimentos saludables, farmacias, cafeterías, gimnasios, tiendas online y supermercados seleccionados.

Página web: <https://www.healthtrade.gr/>

Productos a base de maca: maca gelatinizada en polvo biológico, maca en polvo biológico.

**Green House:** nació en Salónica a finales de los 90, entre las primeras tiendas biológicas de Grecia, actualmente cuenta con una amplia gama de productos como comida para bebés hasta productos de belleza, productos para veganos, vitaminas y suplementos, especias de hierbas, etc.

Página web: <https://greenhousebio.gr/>

Productos a base de maca: maca gelatinizada en polvo biológico (de la marca griega Health Trade), maca en polvo biológico, maca en cápsulas (de la marca griega Superfoods).

**Bio Health:** una empresa fundada en 2000 y con sede en Agios Stéfanos, no lejos de Atenas, una de las primeras en ocuparse de los productos orgánicos en Grecia y considerada actualmente como una empresa líder en el sector de los productos orgánicos y veganos. La marca Bio Health es muy conocida en Grecia ya que la empresa produce o envasa más de 400 productos con su propia marca.

Página web: <https://www.ola-bio.gr/>

Productos a base de maca: maca en polvo orgánico, galletas orgánicas con maca y tahín, barra con maca y semillas de cáñamo, pappardelle di con maca y espelta.

**Melikarpon:** pequeña empresa de Mantoudi que produce barras de miel sin añadir otros azúcares y con ingredientes saludables como la maca.

Página web: n.a. (<https://gr.linkedin.com/in/evangelos-vassos-799b8925>)

Productos a base de maca: barras orgánicas a base de maca con la adición de otros ingredientes saludables.

En lo que respecta al origen de la maca, por lo general, en los suplementos en cápsulas o comprimidos, esta no se indica si se trata de una mezcla de ingredientes que incluye la maca. Pero en muchos casos, por ejemplo, en los casos de las marcas Amazonas, Río Amazonas y Superfood, el **origen peruano** del insumo se indica en la descripción del producto en las pagina web. Empresas como Bachari, Green House y Bio Health, también especifican el origen peruano de la materia prima.

## 10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

### **Food Expo, Atenas**

Una de las principales ferias del sector de alimentos y bebidas en Europa sudoriental. Reúne a más de 1300 expositores entre los griegos y extranjeros y a acerca 75 mil profesionales. Se realiza anualmente en el mes de mayo.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del  
Perú en el Exterior

<https://foodexpo.gr/>

### **Expotrof, Mauroussi**

Feria anual de gastronomía que se celebra en enero. Registra aproximadamente 60 mil visitantes.

<https://expotrof.gr/>

### **Detrop Boutique, Tesalónica**

Feria de alimentos y productos alimenticios dirigida a minoristas y mayoristas, cadenas de supermercados, hoteles, restaurantes y tiendas de delicatessen, productos orgánicos y panaderías. Atrae más de 31 mil visitantes y alberga a más de 300 expositores. Se celebra cada dos años en febrero juntamente con la feria Atrozyma.

<https://detropboutique.helexpo.gr/>

### **Artozymba, Tesalónica**

Feria de panadería, pastelería y heladería que se celebra cada dos años en el mes de febrero, junto con la feria Detrop Boutique. Atrae a más de 31 mil visitantes profesionales de las industrias de la panadería-confitería y en general de la industria alimentos y bebidas.

<https://artozymba.helexpo.gr/en>

### **Bio festival, Atenas**



Festival que se enfoca en los productos orgánicos y la alimentación saludable. El Festival Bio está dirigido tanto a los consumidores como a las empresas y se celebra anualmente en mayo.

<https://biofestival.gr/>

**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN MILÁN  
ABRIL 2020**

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

## Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
E-commerce BIOVEA <a href="https://www.biovea.com/gr/">https://www.biovea.com/gr/</a>	500mg	€ 20,90	Maca del Peru	02/04/2020	MACA (Orgánico) 120 cápsulas. Funciones: apoyo al sistema reproductivo, niveles de energía, salud sexual, estado de ánimo, funciones cognitivas y vitalidad general. Otros ingredientes: hidroxipropilmetilcelulosa, estearato de magnesio vegetal, dióxido de silicio.	
E-commerce Tofarmakeiomou <a href="https://www.tofarmakeiomou.gr/">https://www.tofarmakeiomou.gr/</a>	50 capsulas	€23,90	Maca del Peru	02/04/2020	Ingredientes: 300mg de extracto de maca, 30mg de celulosa microcristalina, 15mg de polvo de celulosa, 5mg de estearato de magnesio. Funciones: Ayuda a restaurar las glándulas suprarrenales que producen adrenalina y aumenta los niveles de testosterona, convirtiéndola en una gran fuente de energía.	





PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

<p>E-commerce Tofarmakeiomou <a href="https://www.tofarmakeiomou.gr/">https://www.tofarmakeiomou.gr/</a></p>	<p>224gr</p>	<p>€50,05</p>	<p>n.a.</p>	<p>02/04/2020</p>	<p>Super Shake de Maca y Reishi. Mezcla de súper alimentos como la maca, la ganoderma, el pasto de trigo, etc. para estimular a los atletas y mejorar el deseo sexual de hombres y mujeres. Es rico en proteínas, vitamina C y B, calcio, hierro, cobre, zinc, potasio.</p>	
<p>E-commerce Pharmacy7 <a href="https://www.pharmacy7.gr/">https://www.pharmacy7.gr/</a></p>	<p>60 capsulas</p>	<p>€ 34,36</p>	<p>n.a.</p>	<p>02/04/2020</p>	<p>Macasyn. Producto natural utilizado para aumentar la energía y la resistencia. Aumenta la libido y ayuda a mantener una buena circulación sanguínea Ingredientes: maca en polvo 400 mg guaraná extracto 100 mg, Vit E 7 mg</p>	


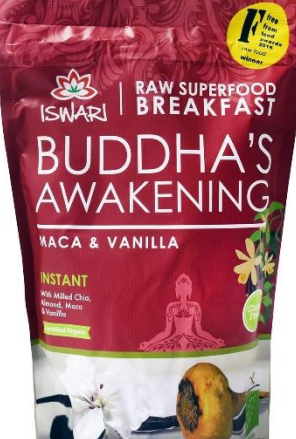


PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

<p>E-commerce My BioHouse <a href="https://www.mybiohouse.gr/">https://www.mybiohouse.gr/</a></p>	<p>180 gr</p>	<p>€ 4,50</p>	<p>Maca del Peru</p>	<p>02/04/2020</p>	<p>Polvo de maca cruda orgánica. Aumenta la energía, la fuerza y la resistencia, estimula la libido y aumenta la fertilidad. Es nutritiva, rica en aminoácidos, minerales y oligoelementos. Indicada como ingrediente para el desayuno, pero también en sopas y salsas o en la preparación de chocolate.</p>	
<p>E-commerce Thanopoulos <a href="https://www.thanopoulos.gr/">https://www.thanopoulos.gr/</a></p>	<p>360gr</p>	<p>€ 11,84</p>	<p>Maca del Peru</p>	<p>02/04/2020</p>	<p>Mezcla para el desayuno crudo (todos los ingredientes se procesan a temperaturas inferiores a 47° C) para mantener intactas sus propiedades nutricionales; Ingredientes: Alforfón molido, alforfón picado, almendras picadas, lúcumo en polvo, semillas de chía picadas, semillas de lino picadas, azúcar de coco, maca en polvo, vainilla en polvo.</p>	



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

<p>E-commerce Thanopoulos <a href="https://www.thanopoulos.gr/">https://www.thanopoulos.gr/</a></p>	<p>290 gr</p>	<p>€ 5,99</p>	<p>n.a.</p>	<p>04/04/2020</p>	<p>Preparado vegetariano con harina de trigo integral (290g) maca e super fruta.</p>	
<p>E-commerce Pharmacy 2 Go <a href="https://www.pharmacy2go.gr/">https://www.pharmacy2go.gr/</a></p>	<p>400 gr</p>	<p>€ 2,61</p>	<p>04/04/2020</p>	<p>n.a.</p>	<p>Pasta (pappardelle) con harina de trigo y maca.</p>	

\* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.