

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX LOS ANGELES	1.2. Fecha	Junio, 2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Conrado Falco	
	Cargo	CEC	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Cápsulas de maca		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	<p>La maca se comercializa internacionalmente a través de tres formas diferentes, como tubérculo, como harina y como cápsulas. De acuerdo a esto, dado que no existen partidas arancelarias específicas para el producto, se la ha ubicado en las siguientes nomenclaturas arancelarias:</p> <p>07.14.90.10.00: Raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en “pellets”. “Maca (Lepidium meyenii)”, dentro de la que se incluyen a los tubérculos de maca.</p> <p>11.06.20.10.00: Harina y polvo de las raíces o tubérculos de la partida 07.14 “Maca (Lepidium meyenii)”, o harina de maca. Para el mercado de los Estados Unidos de América, las cápsulas de maca, tienen una reglamentación de entrada.</p> <p>29.36.90.00.00: Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis (incluidos los concentrados naturales) y sus derivados, dentro de los cuales se encuentran las cápsulas de maca (BCE, 2017)</p>		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	<p>29.36.90: Maca capsules, las cuales se encuentran dentro del código arancelario de vitaminas y suplementos alimenticios (293690)</p> <p>Vitaminas y Suplementos: Son productos que se toman en pequeñas dosis concentradas con el fin de apoyar las funciones fisiológicas del cuerpo humano, manteniendo un estándar de salud óptimo, promoviendo un buen estado de salud físico y mental o reduciendo el riesgo de enfermedades.</p>		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>2.4.1 Aranceles:</p> <p>Tarifas generales de aranceles:</p> <p>11.06.20.10.00: Maca powder: 0%</p> <p>29.36.90.00.00: Maca capsules: 0%</p> <p>2.4.2 Requisitos Sanitarios</p> <p>Las empresas interesadas en ofrecer un nuevo suplemento dietético deben enviar a la FDA una notificación que incluya la información sobre los ingredientes. Asimismo, luego de que se aprobó el DSHEA (Dietary Supplement Health and Education Act), no se puede indicar que el producto cura o sana enfermedades específicas, sino que se deben indicar los lineamientos mencionados en el DSHEA que requiere estudios científicos para ciertos anuncios. Por otro lado, el gobierno local y estatal podría solicitar requerimientos adicionales para la venta de suplementos alimenticios. Desde 1993, se ha establecido un sistema en el que los consumidores pueden reportar al FDA problemas relacionados a suplementos alimenticios.</p>		

Todas las plantas deben contar con Autorización Sanitaria de Establecimiento dedicada al Procesamiento Primario de Alimentos y Piensos Agrícolas emitida por FDA. La FDA requiere que tanto las instalaciones estadounidenses como las extranjeras estén registradas ante la FDA si fabrican, procesan, empaquetan o almacenan alimentos, bebidas o suplementos dietéticos para el consumo en Estados Unidos. El registro debe realizarse con un agente basado en Estados Unidos.

Adicionalmente, tienen que ser aplicados los principios del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control y los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento.

2.4.3 Requisitos Fitosanitarios

Las capsulas de maca son consideradas como un recurso terapéutico natural, y deben ser producidas en un laboratorio farmacéutico. Asimismo, estos productos deben contar con registro sanitario, cuyos requisitos y costos difieren si son solicitados ante DIGESA o DIGEMID, en un trámite administrativo con control post-registro donde se verifica la implementación de las Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM) en los laboratorios farmacéuticos.

Los aspectos sanitarios de las exportaciones de maca peruana son regulados por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) que realiza la certificación fitosanitaria, y DIGESA que expide el certificado sanitario oficial de exportación para productos procesados (alimentos, bebidas y medicamentos) debiendo contar con la habilitación sanitaria de planta y la implementación del sistema HACCP, con el fin de asegurar la inocuidad y calidad de los productos elaborados, cuando sea el caso de los inscritos como alimentos.

Para la exportación de los recursos terapéuticos naturales, DIGEMID expide el certificado de libre comercialización donde se declara que el producto es comercializado en el Perú, indicando el nombre del producto, formulación, presentaciones comerciales y fecha de vigencia de su registro sanitario.

Finalmente, este proceso también debe ser regulado por el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) y FDA de los EE. UU.

2.4.4 Certificaciones

El consumidor estadounidense tiende a buscar garantías adicionales de seguridad alimentaria, control de calidad, trazabilidad del país de origen y transparencia, incluyendo la verificación como alimento orgánico y como organismo no transgénico, verificación como alimento libre de alérgenos, kósher y verificación ética o de comercio justo. Estas certificaciones, que ya son esperadas por muchos de los consumidores, deben garantizar la autenticidad, transparencia, seguridad, pureza, calidad, ausencia de contaminantes, sencillez, integridad, cualidad de super nutritivo y ético, etc.

Las siguientes certificaciones son importantes de poder ser conseguidas por los exportadores peruanos: Certificación como alimento orgánico, verificación como organismo no transgénico, certificado vegano, certificado como alimento libre de gluten y certificado como producto kósher.

Respecto al estatus como organismo no transgénico se puede verificar por medio del Non-GMO Project, el cual permitirá que el producto use su nombre y símbolo tras una investigación hecha por la organización. Su sitio web es www.nongmoproject.org. En este enlace se puede encontrar además varias organizaciones que emiten el certificado de

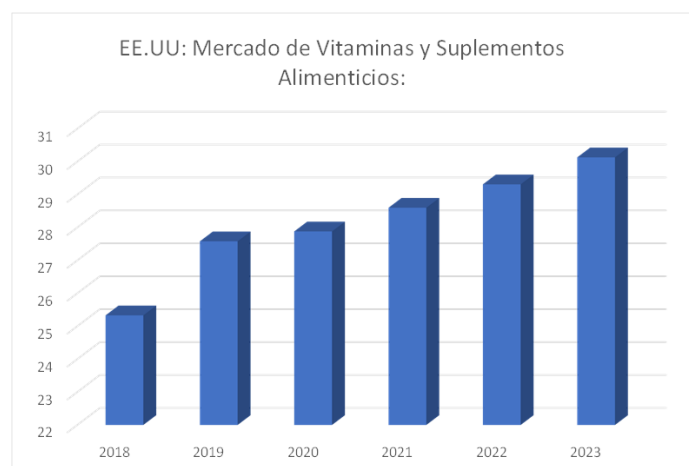
	<p>productos veganos, entre las que se encuentran Vegan Action (vegan.org) y The Vegan Society (www.vegansociety.com)</p> <p>Como empresa que manufactura las cápsulas de maca se requiere certificaciones ISO 2200, GMB CGMB, además de contar con Commercial Insurance for liability for food items.</p> <p>2.4.5 Etiquetamiento</p> <p>De acuerdo al requerimiento establecido por la mencionada norma DSHEA, el producto debe decir en la etiqueta “suplemento dietético” e indicar su forma de pastillas, tabletas, cápsulas, cápsulas de gel, líquido, polvo u otras, y no debe ser presentado para ser vendido como un alimento convencional. El etiquetado debe incluir una lista de ingredientes dietéticos y los valores diarios (DV) de las cantidades contenidas en cada dosis que se sirve.</p> <p>En Estados Unidos, la Administración de Alimentos y Medicamentos (Food and Drug Administration, FDA), el Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas (Animal and Plant Health Inspection Service, APHIS), la Administración para el Control de Drogas (Drug Enforcement Administration, DEA), el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (U.S. Department of Agriculture, USDA) y el Servicio de Inspección de Seguridad Alimentaria (Food Safety Inspection Service, FSIS) inspeccionan el etiquetado y la calidad del producto importado.</p> <p>En Estados Unidos el gobierno exige colocar etiquetas a los alimentos envasados, con la finalidad de que estos brinden información lo más completa posible, útil, precisa y que sea claramente visible, legible y comprensible para el consumidor. Todo producto alimenticio extranjero que se comercialice en Estados Unidos, debe llevar un rótulo en el que se indique que cumple con la normativa; de lo contrario, las autoridades estadounidenses prohibirán la entrada del alimento a su territorio.</p> <p>2.4.6 Empaque</p> <p>Regulado por Agencia de Alimentos y Medicamentos (FDA) de EE. UU.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El material utilizado para el envase debe ser nuevo, limpio y de una calidad que evite dañar el producto - Los exportadores son responsables de asegurar que el empaque cumpla con los lineamientos presentados por las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria de los países de destino <p>Los frascos por lo general son de 60 o 100 cápsulas duras por envase. Los envases son de polietileno duro con tapa de seguridad y el envase sellado con papel de aluminio para mayor seguridad y calidad del producto.</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>Algunas de las tendencias que están influyendo positivamente la industria de suplementos vitamínicos donde se encuentra el producto maca en cápsulas, son las siguientes según un estudio de PwC:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Los consumidores están cada vez más conscientes acerca de la importancia de la prevención de enfermedades y del bienestar general. ➤ Existe una creciente necesidad por productos de nutrición que complementen las actividades deportivas y atléticas, con el fin de que mejoren el desempeño de los atletas.

- Incremento de costos en el sistema de salud tradicional que genera la búsqueda de métodos alternativos para tratar enfermedades.
- El crecimiento en popularidad de deportes enfocados en el cuidado del cuerpo en el grupo de edades entre los veinte y cuarenta años esta aumentando la demanda por suplementos alimenticios necesarios para alcanzar objetivos estéticos o para mejorar el rendimiento.
- La adopción de una vida sedentaria por la nueva dinámica de trabajar desde casa luego del Covid-19, es uno de los factores principales del incremento del consumo de suplementos alimenticios. Esto se debe a que es un eminente de que los suplementos ayudan a disminuir los problemas causados por tener una vida sedentaria y por tener hábitos alimenticios no óptimos.
- Debido a que la salud general de la población se ha visto afectada debido al Covid-19 y con las noticias respecto a la importancia de las vitaminas en la lucha contra esta enfermedad, ha generado un importante crecimiento de la demanda de la población por vitaminas y suplementos alimenticios.
- El uso de suplementos herbales y botánicos se ha incrementado como una medicina complementaria y alternativa a la medicina moderna.
- América del Norte es el mercado líder mundial de la industria de vitaminas y suplementos alimenticios o dietéticos. Al respecto es importante destacar que en Estados Unidos, la nueva filosofía administrativa del gobierno respecto a este tipo de productos está incentivando la producción local así como la disminución de la complejidad de las regulaciones, lo cual podría generar un aumento del mercado así como de nuevos competidores.
- En Estados Unidos se proyecta un importante crecimiento en suplementos basados en probióticos, aceite de pescado/omega y proteínas vegetales.

Según el estudio realizado por PwC, el crecimiento global proyectado del mercado de vitaminas y suplementos alimenticios es de 4.4% anual, pasando de un total de US\$ 93.14 mil millones el 2018 a US\$ 115.30 mil millones el 2023, lo cual se encuentra influenciado por la evolución en las preferencias de consumo de la población. Respecto al mercado más desarrollado de EE.UU. se puede apreciar una proyección de crecimiento de 3.5%, expandiéndose el mercado de US\$ 25.33 mil millones el 2018 a US\$ 30.13 mil millones el 2023.

US\$ Mil Millones						
2018	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR (18-23)
25.33	27.58	27.88	28.6	29.31	30.13	3.50%

Fuente: PwC / Elaboración: OCEX LA



2.6 Estacionalidad de la producción local

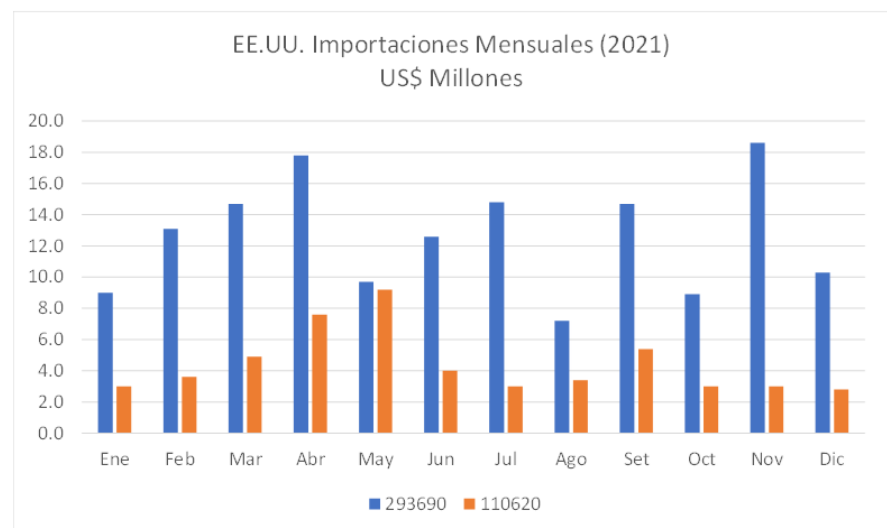
Estados Unidos no tiene una producción local de maca, aunque es importante mencionar que Estados Unidos importa maca en polvo la cual podría utilizar para la producción de capsulas de maca sin tener una estacionalidad local específica.

Considerando que el producto maca en capsulas puede producirse en los EE.UU. a través de la importación de maca en polvo como insumo (HS 11.06.20) y que, además, EE.UU. puede importar capsulas de maca como producto terminado (HS 293690), a continuación, se presenta un gráfico que incluye las importaciones mensuales de EE.UU. de ambos tipos de producto:

Importaciones mensuales de EE.UU. desde el mundo de las partidas que incluyen maca en capsulas (HS 29360) y maca en polvo (HS 110620):

US\$ Millones (2021)													
HS Code	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
293690	9.0	13.1	14.7	17.8	9.7	12.6	14.8	7.2	14.7	8.9	18.6	10.3	151.4
110620	3.0	3.6	4.9	7.6	9.2	4.0	3.0	3.4	5.4	3.0	3.0	2.8	52.9

Fuente: USITC / Elaboración: OCEX LA



En el presente grafico se observa que las importaciones totales de EE.UU. desde el mundo de la partida que incluye las capsulas de maca (HS 293690) exceden a las referentes a la partida que incluye maca en polvo (HS110620) tanto en el total importado anual como en cada mes del año 2021.

2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)

La maca en cápsula que se encuentra dentro de la línea de productos vitaminas y suplementos alimenticios (HS 293690), se importa principalmente a través de las siguientes zonas en los EE.UU.:

N	Zona de Ingreso	2019 (US\$)	2020 (US\$)	2021 (US\$)	Part (%)	Crec (%)
1	Philadelphia, PA	40,603,889	38,121,193	60,538,211	39.82%	58.80%
2	Los Angeles, CA	10,260,196	14,055,264	28,044,588	18.45%	99.53%
3	Chicago, IL	5,382,579	12,065,017	11,355,381	7.47%	-5.88%
4	Savannah, GA	20,778,649	13,411,408	11,040,007	7.26%	-17.68%
5	St. Louis, MO	10,742,421	8,874,525	10,850,733	7.14%	22.27%
6	Charlotte, NC	10,650	12,330,152	9,744,000	6.41%	-20.97%
7	New York, NY	8,863,923	10,356,484	4,941,514	3.25%	-52.29%
8	Cleveland, OH	3,413,140	4,666,160	4,879,798	3.21%	4.58%
9	Minneapolis, MN	10,926,186	4,401,742	2,307,777	1.52%	-47.57%
10	Miami, FL	2,929,947	1,442,370	1,855,627	1.22%	28.65%
11	Charleston, SC	227,891	1,880,767	1,327,401	0.87%	-29.42%
12	San Francisco, CA	4,383,938	2,427,423	1,045,943	0.69%	-56.91%
13	Houston-Galveston, TX	1,171,567	1,852,752	996,393	0.66%	-46.22%
14	Detroit, MI	1,134,809	1,341,862	957,802	0.63%	-28.62%
15	Dallas-Fort Worth, TX	1,671,908	25,320	854,628	0.56%	3275.31%
	Otros	2,163,986	3,145,754	1,273,586	0.84%	-59.51%
TOTAL		124,665,679	130,398,193	152,013,389	100.00%	16.58%

Fuente: USITC / Elaboración: OCEX LA

Según el cuadro referente a las importaciones de Estados Unidos de vitaminas y suplementos alimenticios (HS 293690) por zona geográfica, destacan Filadelfia en primer lugar con el 39.82% de participación, seguido por Los Ángeles con 18.45% y Chicago con 7.47%. Respecto al crecimiento en las importaciones entre los años 2021/2020 las zonas que destacaron fueron Dallas – Fort Worth, TX (3,275%), Los Ángeles, CA (99.53%) y Filadelfia (58.80%).

EE. UU: Principales países proveedores de vitaminas y suplementos alimenticios (HS 293690)

N	Pais	2019 (US\$)	2020 (US\$)	2021 (US\$)	Part (%)	Crec (%)
1	China	51,308,004	51,458,737	68,633,732	45.15%	33.38%
2	Francia	22,844,483	21,193,733	33,645,656	22.13%	58.75%
3	Suiza	20,775,517	37,865,324	33,033,264	21.73%	-12.76%
4	India	6,708,241	4,901,941	4,473,868	2.94%	-8.73%
5	Japon	1,895,627	2,437,340	2,633,240	1.73%	8.04%
6	Dinamarca	5,193,197	1,922,239	1,660,966	1.09%	-13.59%
7	Korea del Sur	1,363,426	1,169,825	1,481,325	0.97%	26.63%
8	Uruguay	2,312,423	2,549,694	1,431,198	0.94%	-43.87%
9	Canada	629,492	1,957,165	1,301,770	0.86%	-33.49%
10	Reino Unido	656,788	683,157	706,428	0.46%	3.41%
	Otros	10,978,481	4,259,038	3,011,942	1.98%	-29.28%
Total		124,665,679	130,398,193	152,013,389	100.00%	16.58%

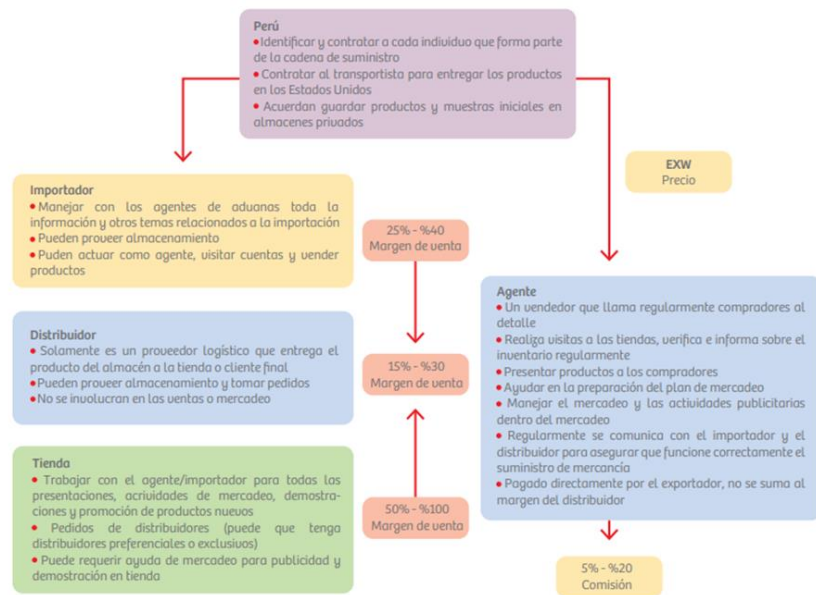
Fuente: USCIS / Elaboración: OCEX LA

En referencia a los principales proveedores de vitaminas y suplementos alimenticios (HS Code 293690), destacan los siguientes países: China (45% de participación), Francia (22.13%) y Suiza (21.73%). Respecto a los países proveedores que mostraron mayor crecimiento se encuentran Francia (58.75%), China (33.38%) y Corea del Sur (26.63%).

Cabe destacar que entre los años 2019 y 2021, la base de importaciones de EE.UU., USITC, refleja que las importaciones desde el Perú fueron mínimas, siendo el valor total de US\$ 4,500 el 2020. Durante los años 2019 y 2021 no se han registrado importaciones desde el Perú.

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

A continuación, se presenta la cadena de distribución y comercialización general en referencia al producto maca en polvo, la cual incluye a los importadores, distribuidores y tiendas, así como el agente localizado en el mercado de destino.



Fuente: American World Service Corporation (AWS) / Mincetur – Plan de Desarrollo de Mercado de Estados Unidos.

En referencia al producto maca en cápsulas, si bien puede tener la misma cadena de distribución y comercialización general, los suplementos alimenticios tienen un tratamiento más especializado. Por ejemplo, en el caso de los canales de distribución destacan: supermercados especializados, farmacias, tiendas de salud y belleza, Internet y ventas directas.

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

Algunos de los criterios que priorizan los intermediarios entre el producto peruano y los consumidores finales son la calidad según cada nivel de precio o volumen, el cumplimiento oportuno y la seriedad de los proveedores, su apoyo con información y cumplimiento de las normas, y el hecho de tener las certificaciones claves para este mercado. Dentro de los actores claves en los canales de distribución y comercialización se encuentran:

Importadores:

El deber principal del importador es seleccionar el producto, recibirlo en los Estados Unidos, completar los procedimientos en las aduanas estadounidenses, almacenar el producto y buscar la forma adecuada de distribución para su comercialización.

En el caso de cápsulas de maca uno de los criterios para la selección de proveedores es contar con una empresa productora con una calidad reconocida y estandarizada. De acuerdo a estudios de mercado se menciona que la maca proveniente de China tiene una mala reputación, mientras que la maca proveniente del Perú es reconocida como de alta calidad.

Por otro lado, en el caso de las importaciones de maca en cápsulas envasadas y con marca de propiedad del productor/exportador internacional, es importante destacar que los

importadores priorizan los productos con marcas reconocidas en los EE.UU. para evitar incluir el costo de marketing.

Distribuidores:

Los distribuidores por lo general están organizados por territorios o por zonas geográficas específicas. En el caso de una empresa peruana interesada en comercializar cápsulas con su marca, tiene que considerar un presupuesto adicional para el marketing de su marca. Por ejemplo, los distribuidores por lo general requieren que las marcas que ofrecen tengan espacios de publicidad cuatro veces al año dentro de los catálogos que ofrecen a sus clientes.

En este caso se debe tomar en cuenta que los competidores son empresas grandes de la industria de alimentos de EE.UU. que tienen una sección de productos relacionados a la “salud y bienestar” y que invierten millones de dólares en marketing de sus marcas y productos. Por este motivo, este factor se presenta como un desafío para las empresas peruanas que quisieran exportar capsulas como producto final y con marca propia.

Por otro lado, si la empresa peruana exportara capsulas a una empresa de EE.UU. la cual va ha incluirlas como insumo dentro de sus envases, la prioridad como en el caso de los importadores seria contar con las certificaciones y estándares de calidad.

Minoristas:

Dentro de los minoristas destacan los supermercados especializados, farmacias, tiendas de salud y belleza. Y, adicionalmente, podría requerirse presupuesto para las muestras de los productos en los puntos de venta dirigido a incentivar la venta al consumidor final.

- *Supermercados Especializados:* Respecto a la venta de maca en capsulas destacan en la costa oeste, especialmente en Los Ángeles, CA, los siguientes: Sprouts (www.sprouts.com), Bristol Farms (www.bristolfarms.com), Erewhon (www.erewhonmarket.com) y Lazy Acres (www.lazyacres.com) y Whole Foods (www.wholefoodsmarket.com).
- *Farmacias:* Destaca la marca Irwin Naturals en las farmacias Rite Aid(www.riteaid.com), Walgreens (www.walgreens.com) y CVS (www.cvs.com).
- *Tiendas de salud:* Destacan GNC (www.gnc.com), The Vitamin Shoppe (www.vitaminshoppe.com), entre otros.

Venta por Internet:

La venta por Internet de vitaminas y suplementos dietéticos o alimenticios se ha incrementado, especialmente desde el Covid-19. No sólo se pueden encontrar este tipo de productos en Amazon, sino también en tiendas especializadas en ventas por Internet con una sólida base de miembros. Por ejemplo: Thrive Market (www.thrivemarket.com) y IHerb (www.iherb.com).

Es importante considerar que en la mayoría de casos las tiendas en línea pueden requerir contar con almacenes con el producto final disponible (cápsulas de maca envasadas) en los Estados Unidos con el fin de que la entrega sea inmediata.

2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

La OCEX LA realizó una investigación presencial en los supermercados y tiendas minoristas de Los Ángeles, y se obtuvieron los siguientes resultados:

Producto: Maca en capsulas

N	Supermercado	Marca	Precio (\$)	N caps	\$/cap
1	Erewhon	Gaia	16.99	60	0.28
2	Lazy Acres	Paradise	24.99	60	0.42
3	Sprouts	Gaia	17.99	60	0.30
4	Whole Foods	Gaia	17.99	60	0.30
5	The Vitamine Shoppe	Gaia	17.58	60	0.29

Fuente: OCEX LA



“Gaia Herbs” de la empresa Gaia Herbs Inc. es una de las marcas con mayor presencia en los supermercados especializados de Los Ángeles con su producto “maca en cápsulas”, el cual destaca que su insumo de origen peruano es “Gelatinized Peruvian Maca Root”. Se ofrece en un envase que contiene 60 capsulas vegetales.




Otra marca que destaca en el mercado es “Paradise” de la empresa Paradise Herbs & Essentials, Inc. Al igual que la anterior, el producto destaca el origen peruano del ingrediente “Peruvian adaptogen”, aunque especifica que el producto es manufacturado en Estados Unidos.

Una marca adicional que tiene presencia principalmente en The Vitamin Shoppe es “plnt” (de planta). El producto se ofrece en diferentes presentaciones entre las que destacan envases de 120 (US\$ 25.99) y de 90 cápsulas vegetales (US\$ 17.99 – Black maca). Al igual que los productos anteriores, el envase destaca el origen peruano del producto “Gelatinized Peruvian maca”.



Producto con nombre de la marca de los supermercados y tiendas de salud: Maca en capsulas:

- Erewhon: Destaca que es un suplemento herbal que contiene 90 capsulas vegetales de marca “Erewhon”. (Precio minorista: US\$ 19.99). Indica que es manufacturado por la empresa Erewhon.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Sprouts</u>: Destaca que es un suplemento herbal que contiene 90 capsulas vegetales de marca “Sprouts”. (Precio minorista: US\$ 17.99). Indica que es manufacturado por la empresa Sprouts Farmers Market. ➤ <u>Lazy Acres</u>: Destaca que es un suplemento herbal que contiene 90 capsulas vegetales de marca “Lazy Acres”. A diferencia de las marcas anteriores, este producto no menciona el origen peruano (Precio minorista: US\$ 20.99). Indica que es manufacturado por la empresa Lazy Acres. ➤ <u>GNC</u>: Destaca que es un suplemento herbal que contiene 100 capsulas vegetales de marca “GNC”. A diferencia de las marcas anteriores, este producto no menciona el origen peruano (Precio minorista: US\$ 24.99). Indica que es manufacturado por la empresa GNC – Línea GNC Herbal Plus. <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Erewhon:</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Sprouts:</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>GNC:</p>  </div> </div>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>2.11.1 <u>Empresas de manufactura en EE.UU.:</u></p> <p>Considerando que la calidad esta basada principalmente en certificaciones que definen los estándares del producto, se recomienda capacitar e incentivar a los productores de maca del Perú para que puedan obtener todas las certificaciones necesarias que verifiquen la buena calidad del producto.</p> <p>Por ejemplo, en las tiendas minoristas que manufacturan “maca en cápsulas” con sus propias marcas se les podría invitar a ferias en el Perú como la “Expoalimentaria” o realizar una Misión Comercial virtual con los exportadores / productores de maca en cápsulas de Perú.</p> <p>2.11.2 <u>Tiendas minoristas:</u></p> <p>Se podría invertir en afiches o catálogos digitales y/o físicos para brindar mayor información al cliente final en los puntos de venta respecto de los beneficios de la maca en cápsula peruana. Debido a que es un producto en cápsulas es difícil ofrecerlo como degustación, pero si se podría incrementar la promoción a través de afiches digitales y/o físicos.</p> <p>Una campaña informativa en redes sociales también sería muy importante.</p> <p>Considerando que los especialistas de salud son quienes en la mayoría de veces recomiendan la “maca en cápsulas” a sus pacientes como suplemento vitamínico, se sugiere promocionar el producto entre los especialistas de salud con mayor cantidad de seguidores. Por ejemplo, el Dr. Axe, Co-Fundador de la marca “Ancient Nutrition” (www.ancientnutrition.com) tiene un video en You Tube donde informa acerca de los beneficios de la maca o “maca root”. Este video creado en setiembre 30 del 2015 por Dr. Axe, ha tenido un total de 1.3 millones de vistas a la fecha y se encuentra en el siguiente link: Benefits of Maca Root Dr. Josh Axe - YouTube</p>

Por otro lado, se sugiere promocionar los beneficios de la maca peruana entre la generación de los baby boomers quienes son los que tienen el hábito de comprar en tiendas minoristas de su preferencia.



2.11.3 Venta por Internet:



Respecto a la promoción de las cápsulas de maca se recomienda identificar las principales tiendas que venden en línea y que incluyen una base de datos de miembros leales, como las mencionadas previamente (Iherb y Thrive Market) con el fin de invertir en publicidad en estas páginas webs y en sus catálogos digitales. Cabe destacar que es la generación de los Millennials quienes compran por Internet con mayor frecuencia y que además están más informados, confían en este tipo de productos, y tienen ingresos adecuados, por lo cual, se recomienda priorizar los esfuerzos de promoción en esta generación.



2.11.4 Otros medios de promoción:



- Se recomienda invertir en promoción de la maca peruana en la página web especializada: Natural Products Insider (www.naturalproductsinsider.com) que tiene como clientes a los líderes de la industria de este tipo de producto. La promoción puede ser en la web, revista digital, en su newsletter o durante sus seminarios o eventos virtuales.
- Se recomienda invertir en promoción de la maca peruana en la asociación que concentra a los líderes de productos naturales, incluyendo vitaminas y suplementos alimenticios como: Natural Products Association, quienes también participan con stand en la feria "Natural Products Expo" (www.npanational.org)
- Promover que las empresas peruanas que producen capsulas de maca visiten y/o sean exhibidores en las ferias de EE.UU. donde se encuentran los actores de la industria como.
 - *Supply Side West*: Se enfoca principalmente en insumos para la industria.
 - *Natural Products Expo West*: Se enfoca principalmente en productos terminados.
 - *PLMA Show (Private Label Trade Show)*: Feria donde los minoristas y mayoristas buscan productos para sus programas de marcas propias.



ANEXO
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
Sprouts	1 envase con 60 capsulas	US\$ 17.99	Perú	Junio, 2022	<p>Marca: Gaia Herbs</p> <p>Gelatinized Peruvian Maca Root</p> <p>Traditionally for supporting peak performance</p> <p>Made with Organic Maca</p>	
Lazy Acres	1 envase de 60 capsulas	US\$ 24.99	Perú	Junio, 2022	<p>Marca: Paradise</p> <p>Peruvian adaptogen</p> <p>Active Whole Spectrum 20:1</p> <p>Extract</p>	

Sprouts	1 envase de 90 capsulas	US\$ 18.99	No menciona origen	Junio, 2022	<p>Marca: Oregon's Wild Harvest Organic maca root</p>	
Sprouts	1 envase de 120 veg capsulas	\$21.99	No menciona origen	Junio, 2022	<p>Marca: Youtheory Men Dietary Supplement Endurance Helthy Libido</p>	

<p>The Vitamin Shoppe</p>	<p>1 envase con 120 vegetable capsules</p>	<p>US\$ 25.99</p>	<p>Perú</p>	<p>Junio, 2022</p>	<p>Marca: "Plnt" (Pure Living Naturally True) Raw and gelatinized Peruvian maca Made with Non-GMO Peruvian maca</p>	
<p>Erewhon</p>	<p>1 envase de 90 veggie caps</p>	<p>US\$ 19.99</p>	<p>No menciona el origen</p>	<p>Junio, 2022</p>	<p>Marca: Erewhon Herbal Supplement</p>	

<p>Lazy Acres</p>	<p>1 envase de 90 veggie caps</p>	<p>US\$20.99</p>	<p>No menciona el origen</p>	<p>Junio, 2022</p>	<p> Marca: Lazy Acres 100% vegetarian Herbal Supplement </p>	
<p>Sprouts</p>	<p>1 envase de 90 veggie caps</p>	<p>US\$ 17.99</p>	<p>No menciona origen</p>	<p>Junio, 2022</p>	<p> Marca: Sprouts Dietary Supplement 100% vegetarian </p>	

GNC	1 envase de 100 capsulas	US\$ 24.99	No menciona origen	Junio, 2022	<p>Marca: GNC Herbal Plus</p> <p>525 Mg</p> <p>Herbal Supplement</p>	
CVS	1 envase de 75 liquid-soft gels	US\$ 21.99	No menciona origen	Junio, 2022	<p>Marca: Irwin Naturals</p> <p>Plus Red Ginseng and Ashwagandha</p> <p>Dietary Supplement</p>	

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