

INFORME DE ACTIVIDAD

*PARTICIPACIÓN EN EL
GRAN MERCADO DE
MISTURA*

Setiembre 2014

INFORME DE PARTICIPACIÓN EN LA ZONA DEL GRAN MERCADO

MISTURA 2014

1. Resumen ejecutivo de la actividad

Mistura es la feria gastronómica más importante del Perú. Es un espacio en el cual el público asistente disfruta de una gran fiesta cultural para celebrar la tradición culinaria peruana así como la puesta en valor de la biodiversidad y reafirmar así nuestra identidad.

La presente edición se realizó en el Circuito de Playas de Magdalena del Mar del 04 al 14 de Septiembre del 2014. Uno de los espacios más emblemáticos donde se fomenta la comercialización de productos representativos de nuestra biodiversidad es el Gran Mercado. En esta oportunidad el Gran Mercado constó de 190 stands de 6m² cada uno.

En el marco del proyecto Biocomercio Andino (GEF/CAF/UNEP) se financió la participación en un espacio compartido de 4 stands en la zona central del recinto en el Gran Mercado para 06 empresas beneficiarias.

La priorización de la participación en la presente plataforma obedece al enfoque del proyecto para incrementar las oportunidades comerciales de las beneficiarias tanto a nivel nacional como internacional. Mistura representa el espacio emblemático para la promoción local de los derivados de la Biodiversidad peruana para el sector gastronómico y de alimentos nativos. A su vez, el Gran Mercado se viene consolidando como el espacio al que acuden los consumidores locales que buscan productos naturales y con características de ecológicos (teniendo en algunos casos la respectiva certificación orgánica). Las beneficiarias participantes lograron ventas por la suma de S/. 69,737.00 y una proyección de ventas a 12 meses por S/. 233,000.00.

2. Descripción del evento y/ o plataforma comercial

- a. **Nombre del evento:** Gran Mercado de Mistura
- b. **Organizadores:** APEGA
- c. **Fecha de ejecución:** 04/09/2014 al 14/09/2014
- d. **Número de edición:** 6
- e. **Frecuencia en la que se realiza:** Anual
- f. **Lugar y horario:** Circuito de Playas de la Costa Verde, distrito de Magdalena del Mar de 9:00am a 11:00pm
- g. **Número de asistentes:** Según reportes de APEGA se tuvo alrededor de 420 000 visitantes
- h. **Características principales de la actividad:** Feria Gastronómica que comprende una zona de venta de productos de biodiversidad peruana y nativa.

3. Productos de Biocomercio que fueron lanzados a través de la plataforma comercial

- La presente edición contó con el lanzamiento de la nueva presentación de mates filtrantes de los Sres. ANDES – Parque de la Papa

4. Características de las empresas o iniciativas comerciales que participan en el evento

a. Oferta de empresas de Biocomercio

Se encontró oferta de otras empresas o asociaciones de productores que trabajan con biodiversidad nativa, entre ellas papas nativas, jugo de camu camu, mermeladas de aguaymanto y sauco, entre otros.

En cuanto a oferta de otras empresas de Biocomercio, Coopain Cabana, Shiwi y Aceites y Derivados Amazónicos exhibieron en un espacio compartido en otros stands del recinto.

b. Nombre de empresas y/o iniciativas empresariales beneficiarias del Proyecto Biocomercio Andino

Como empresas beneficiarias directas del proyecto Biocomercio Andino que fueron financiadas para participar en esta plataforma se contó con las siguientes:

Cuadro Nº 1: Nombres de las empresas participantes y detalle de la oferta de productos

NOMBRE BENEFICIARIA	CONVOCATORIA	PRODUCTO DE LA BIODIVERSIDAD QUE OFRECE
Asociación Andes (Parque de la Papa)	1º	Papas nativas
Fábrica de Chocolates e Inversiones Sol Naciente E.I.R.L	2º	Derivados de cacao nativo, pasta de cacao.
Chanchamayo Highland Coffee	1º	Derivados de frutas nativas (jugos, chocolates, snacks)
Cooperativa Agroindustrial Valle Sagrado Ltda – AGROVAS	2º	Maíz gigante
Dinamika Business S.A.C	1º	Mates de hierbas aromáticas nativas.
Procesos Agroindustriales SAC	2ª	Aguaymanto deshidratado

Elaboración: Comercio Sostenible - Promperú

5. Actividades de promoción comercial que se llevaron a cabo incidiendo en posibles ganancias para las empresas

Al igual que en ediciones anteriores, la naturaleza del Gran Mercado permitió la venta al público asistente, lo que supone la comercialización directa de los productos al consumidor final, algo que no sucede en otras plataformas promovidas por la institución y que tienen carácter internacional.

6. Resultados cuantitativos y cualitativos

- **Cuantitativos:**
 - Las beneficiarias reportaron un ventas realizadas durante el evento por un monto total de S/. 69,737.00 (Monto reportado por las 6 empresas según encuesta post-feria con carácter de declaración jurada).
 - 4 empresas reportaron haber logrado contactos con orientación B2B en esta plataforma con proyección de negocios para los próximos meses por la suma de S/. 233,000.00

- **Cualitativos:**
 - El Gran Mercado es un espacio que brinda notoriedad a la oferta de productos con valor agregado y gourmet que son derivados de biodiversidad nativa. Asimismo tiene una orientación de promoción de inclusión de pequeños productores que conversa mucho con el enfoque de Biocomercio. Siendo esta la última vez que se participó con el apoyo del Proyecto Biocomercio Andino (GEF/CAF/UNEP), se pudo contribuir a que las beneficiarias incrementen sus oportunidades comerciales en el mercado local.
 - Esta plataforma brinda visibilidad a las empresas resulta una vitrina importante para llegar a consumidores interesados por este tipo de productos.

7. Competencia directa a la oferta peruana

Dentro del Gran Mercado la oferta es exclusivamente peruana por lo que no existe competencia de otros países.

8. Lecciones Aprendidas

- Se debe incidir en los aspectos del reglamento de la organización puesto que las empresas participantes no lo leen en su totalidad generando disconformidad y malos entendidos durante la ejecución del evento.
- La beneficiaria ANDES – Parque de la Papa no cumplió con los plazos de presentación de fichas y no se alinearon con las pautas establecidas por Promperú para la realización de la actividad, generando confusión ante las gestiones con Apega y problemas con la Coordinación Regional del Proyecto Biocomercio Andino.
- APEGA no manejó un cronograma de envío de la información y gestiones para la participación en el gran mercado, dificultando el flujo de información a transmitir a las beneficiarias. No obstante, mantuvieron buena disposición para ayudar a resolver los inconvenientes que se presentaron con los Sres. de ANDES y detalles menores.

9. Recomendaciones

Se debe hacer firmar una carta compromiso adicional con las beneficiarias para su adhesión estricta a las pautas y lineamientos que se establezcan para las actividades coordinadas por Promperú

Se anexan al presente informe:

- Fotografías del Evento
- El plano del Gran Mercado
- Encuestas con reporte de Ventas de las Beneficiarias

ANEXO Nº 1 FOTOGRAFÍAS DEL EVENTO



Ministra Silva con representante legal de Fábrica de Chocolates e Inversiones Sol Naciente E.I.R.L Sr. Climaco Vargas



Representante de Eko Business siendo entrevistado por Canal N

