

Biocomercio, un modelo de negocio bajo el esquema de Cadena de Valor

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

Ing. Caridad Maldonado

comerciosostenible1@promperu.Gob.pe

Departamento de Comercio Sostenible

PROMPERU

28 de junio de 2017

Lima, Perú

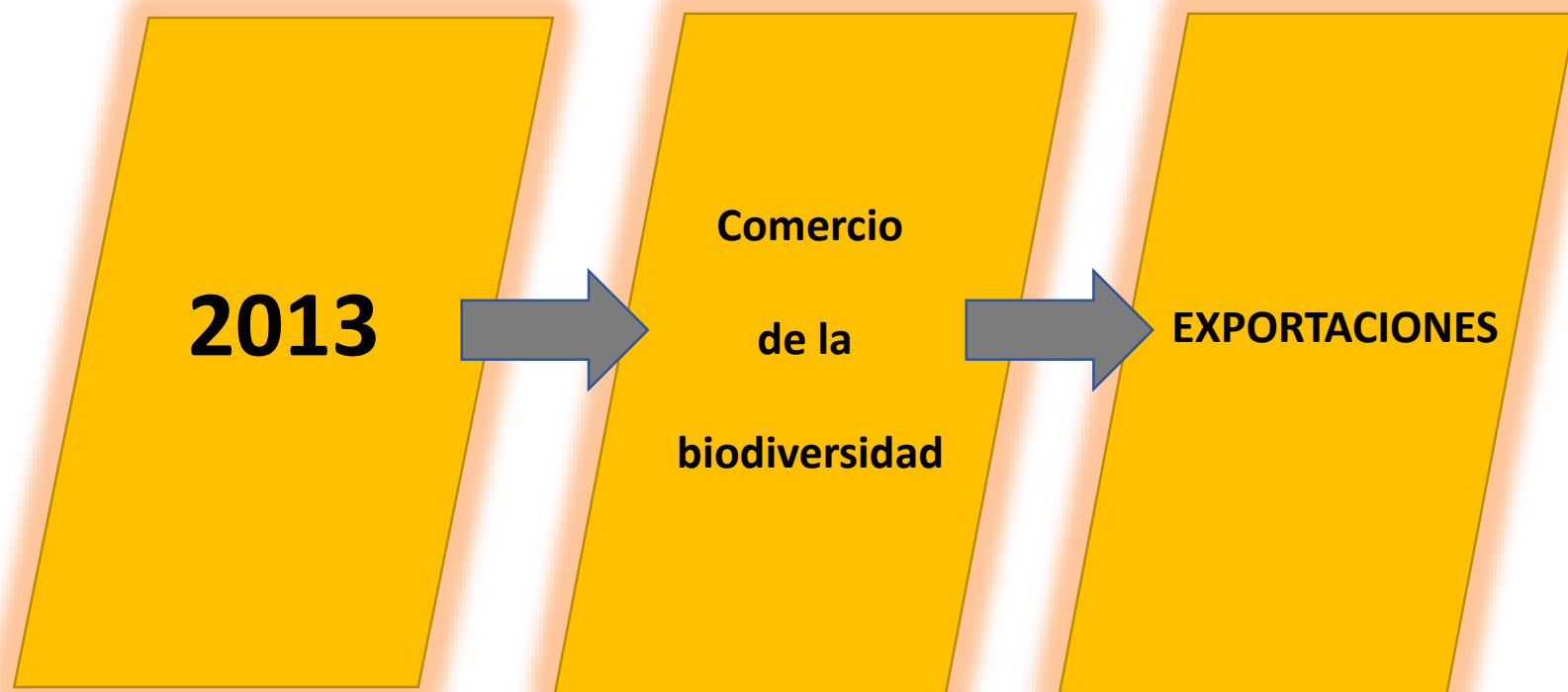




Departamento de Comercio Sostenible



Departamento de Comercio Sostenible



¿ Cuáles son los objetivos de Comercio Sostenible?

- ❑ Promover los **criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica** dentro de los procesos productivos de las empresas exportadoras.
- ❑ Contribuir a **incrementar** la **competitividad** de las empresas exportadoras de bienes y servicios en los mercados internacionales.
- ❑ **Fortalecer capacidades** a nivel nacional y **aportar** en las **políticas regionales**



Comercio Sostenible

BIOCOMERCIO



Ecoeficiencia



Indicadores Ambientales



Género



Bionegocios?

Desarrollo
Sostenible?

Diversidad
Biológica?

BIOCOMERCIO

(conceptos relacionados)

Ecosistema?

Recurso
genético?

Uso
Sostenible?



Bionegocios:

Aprovechamiento rentable

→ Criterios de sostenibilidad que generan valor y dinamismo a las economías locales

→ Conservación de RRNN.



Desarrollo Sostenible:



Satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer a las futuras



Ecosistema:

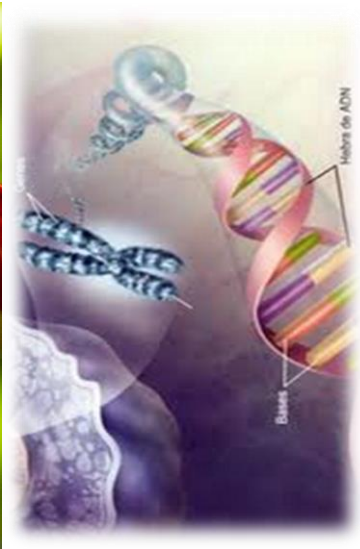
Complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional.



Diversidad biológica:

Variedad de especies y ecosistemas con sus procesos ecológicos de los que depende toda forma de vida en la Tierra.

- ✓ Ecosistemas
- ✓ Especies
- ✓ Genes



Recurso genético:



Material genético de valor real o potencial

Uso Sostenible:



Uso de los componentes de la diversidad biológica de modo que no ocasionen la disminución a largo plazo de ésta para las generaciones futuras.

Biocomercio



Definición:

BIOCOMERCIO: modelo de negocio que tiene por insumo a la biodiversidad nativa tomando en cuenta los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad :

**Rentabilidad
Económica**

**Conservación
de la
biodiversidad**

**Consideración
por aspectos
sociales**

1

2

3



7 Principios y Criterios del Biocomercio



Principio 1

*Conservación
de la biodiversidad*

Principio 2

*Uso sostenible
de la biodiversidad*



Principio 3

Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad



Principio 4

*Sostenibilidad
socio-económica*



Principio 5

Cumplimiento de la legislación nacional e internacional



Guía para la elaboración de un Dossier Novel Food

Aceite Sacha Inchi



SERVICIOS AL EXPORTADOR
información

SERVICIOS AL EXPORTADOR
información

Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos

Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a Ecuador

Informe Especializado: Guía de acceso para alimentos al mercado de Japón

SERVICIOS AL EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

SERVICIOS AL EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Circular Informativa N° 03

Ley FSMA: Normativa de Controles Preventivos para alimentos de consumo humano (MARPC)

2016

Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a Colombia

2016

Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México

Circular Informativa N° 02

Ley de Inocuidad de los Alimentos de EE.UU.



Principio 6

*Respeto de los derechos
de los actores involucrados
en el BioComercio*



Enfoques de Biocomercio



1. Cadena de valor

- ❖ Articulación entre los actores de la cadena productiva.
- ❖ Beneficios económicos a toda la cadena.
- ❖ Implementación de prácticas que fomenten el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad.



Productor

Acoplador

Proceso

Distribuidor

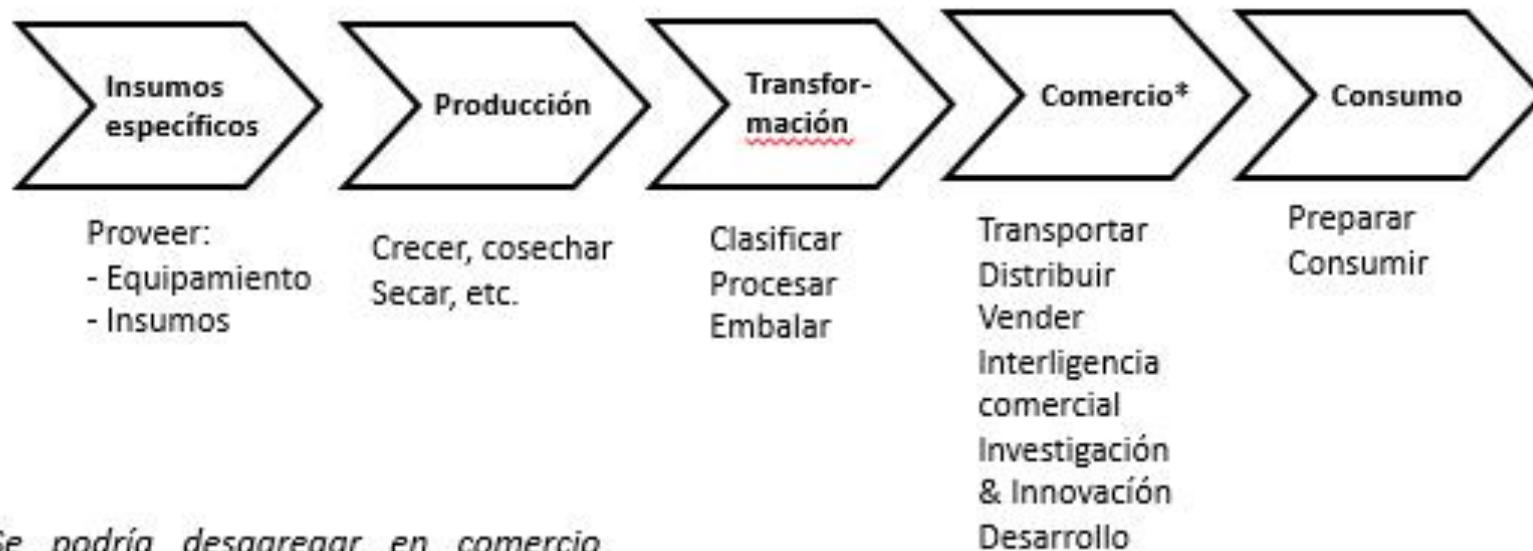
Comercializador

Consumidor

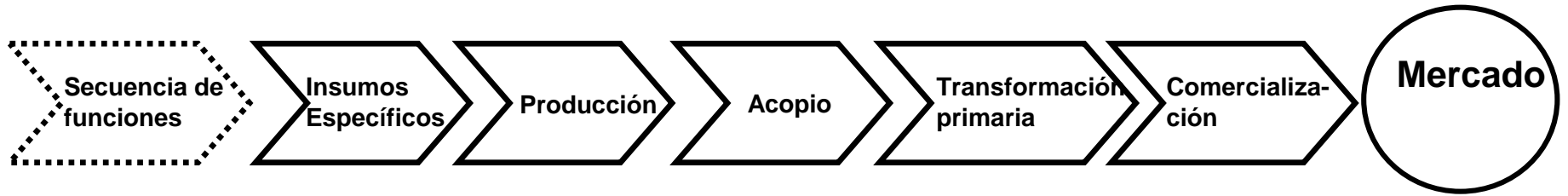
Mapeo de Actores



1. Identificación de **ESLABONES** de la cadena: Cuáles son los pasos del proceso requeridos para desplazar el producto desde la producción hasta los consumidores?
2. Secuencia básica de **FUNCIONES** en una cadena de valor



* Se podría desagregar en comercio nacional e internacional



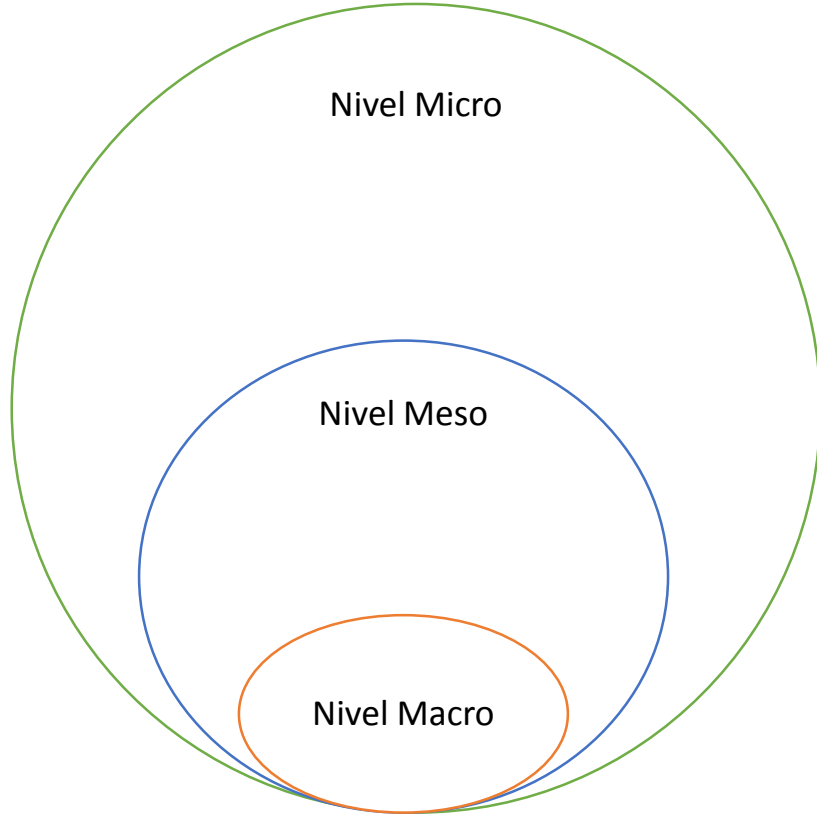
Actividad específica

Operadores de la cadena

Servicios operacionales

Actores de apoyo

Actores gubernamentales/ reguladores



ACTORES EN UNA CADENA DE VALOR

OPERADORES (Nivel Micro): Propietarios del producto



SERVICIOS OPERACIONALES (Nivel Micro)



ACTORES EN UNA CADENA DE VALOR

SERVICIOS DE APOYO (Nivel Meso*)



SERVICIOS DE REGULACIÓN (Nivel Macro):

Sin el cumplimiento de sus operatividad de la cadena.



normas y/o

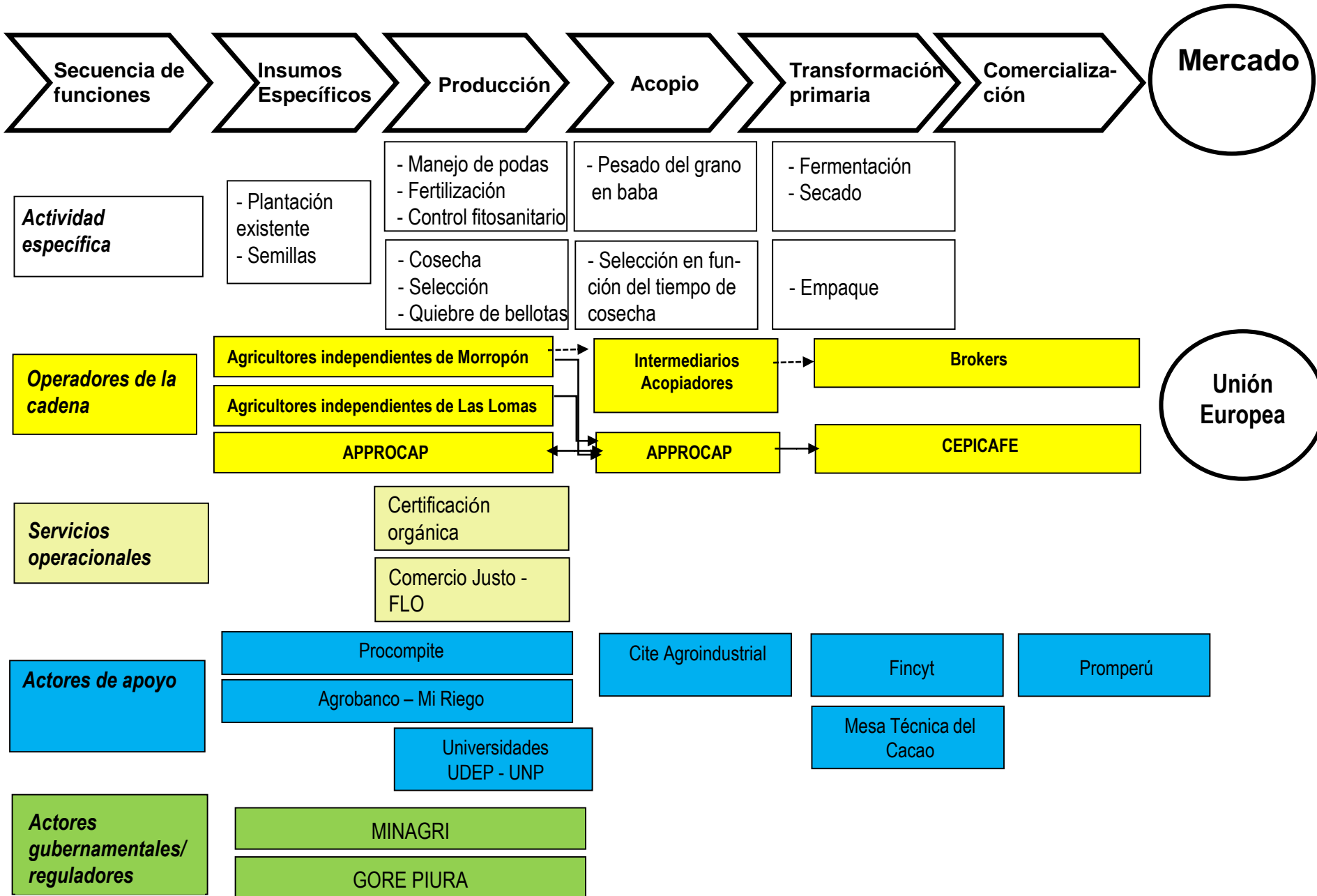


requisitos no es posible la



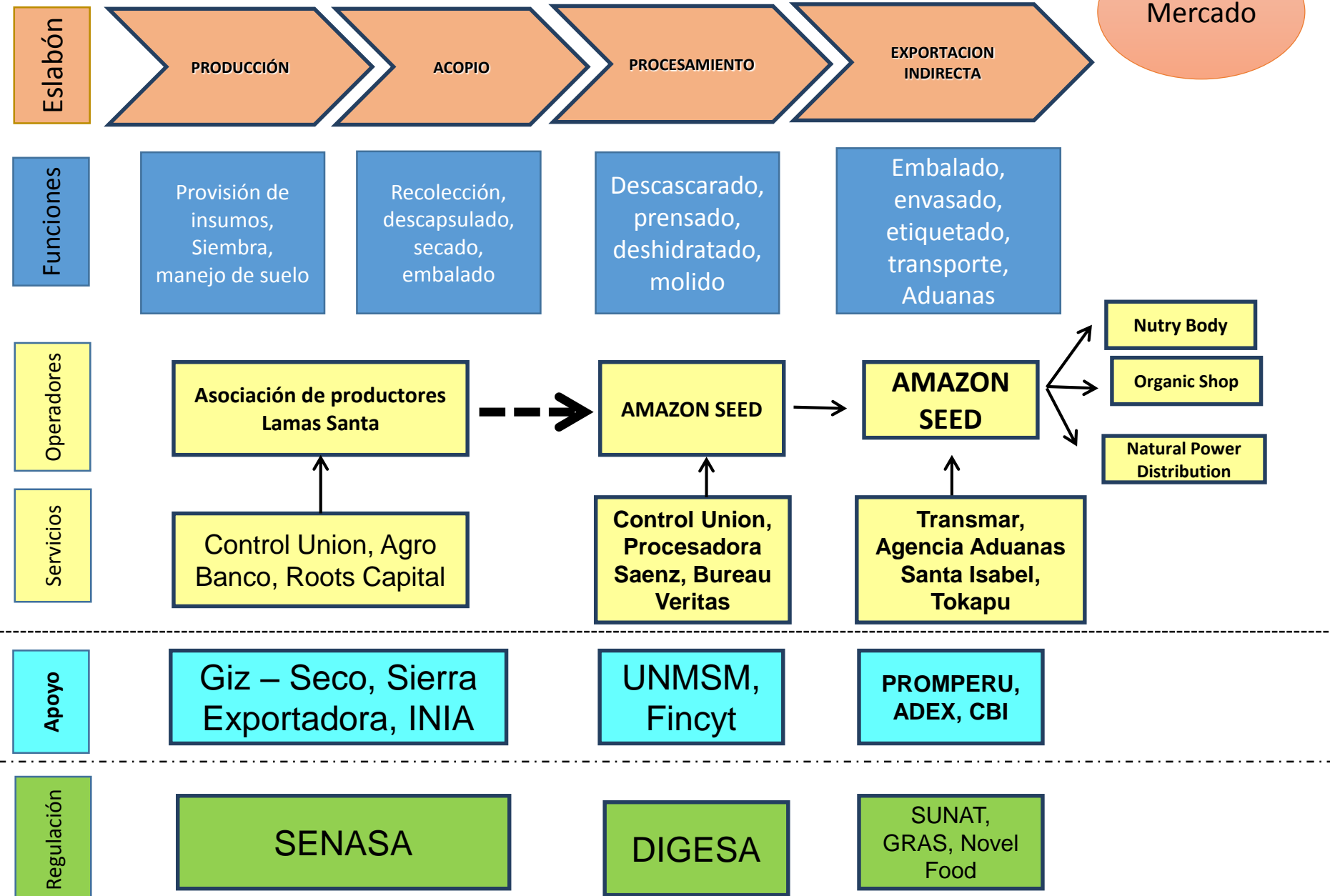
**Nivel meso involucra los prestadores de servicio que benefician a un gran número de operadores / Nivel micro representa un servicio dirigido a la producción y comercialización*

EJEMPLO: MAPEO DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO NATIVO DE PIURA



MAPEO DE ACTORES DE UNA CADENA DE VALOR DE SACHA INCHI

Elaboración: Propia



Enfoques de Biocomercio



2. Enfoque adaptativo:

- ❖ Identificación de impactos.
- ❖ Implementación de prácticas.
- ❖ Mejoramiento continuo de las prácticas ejecutadas.



Enfoques de Biocomercio

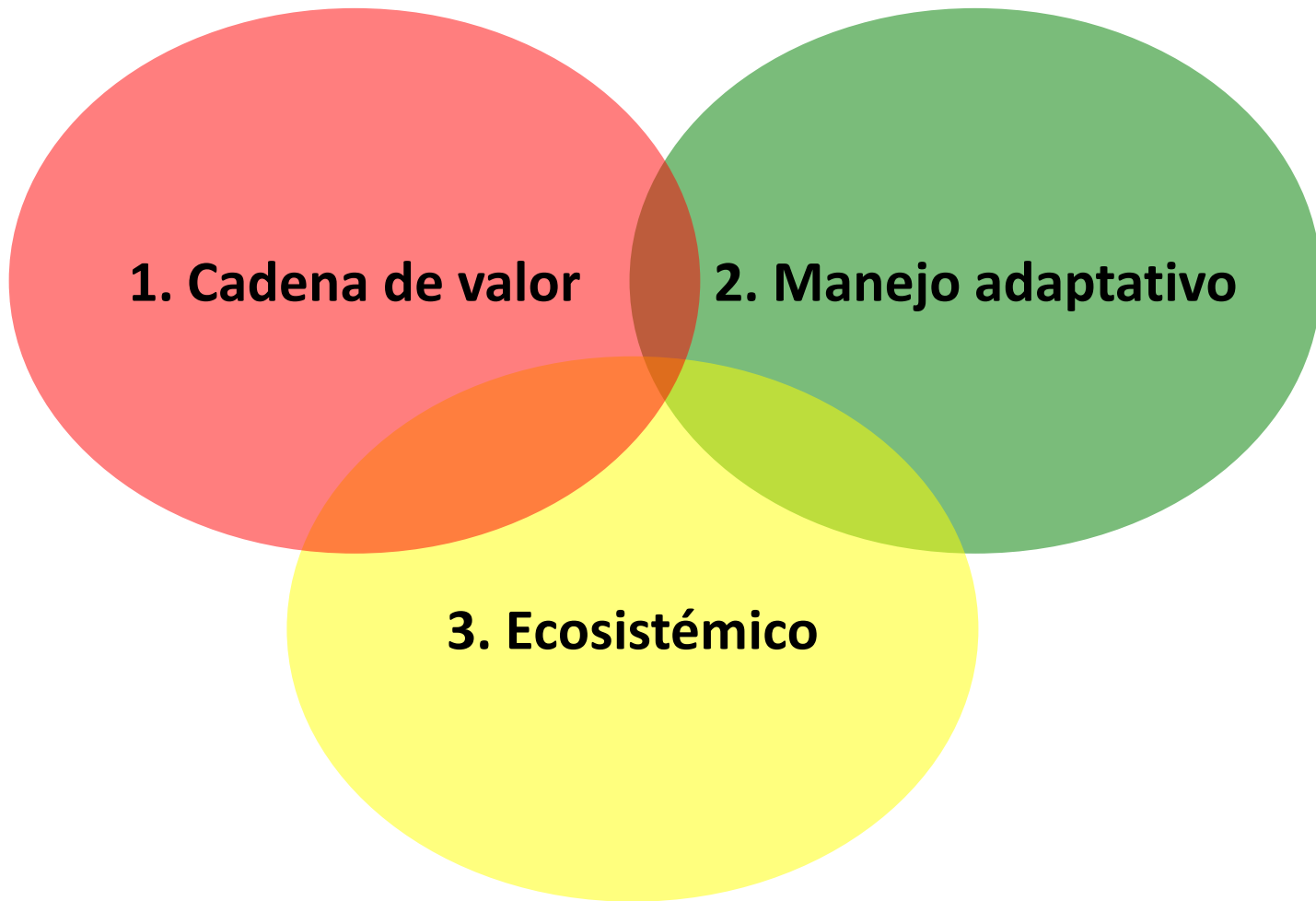


3. Enfoque ecosistémico:



Visión integrada de aspectos sociales, y ecológicos considerando las interacciones entre ellos.

Enfoques de Biocomercio





Principio 7

*Claridad sobre la tenencia de la tierra,
el uso y acceso a los recursos naturales
y a los conocimientos*

7 Principios

- 1 **Conservación** de la biodiversidad.
- 2 **Uso sostenible** de la biodiversidad.
- 3 **Distribución justa y equitativa** de beneficios.
- 4 **Sostenibilidad** socio-económica.
- 5 Cumplimiento de **la legislación nacional e internacional**.
- 6 Respeto de los **derechos de los actores** involucrados.
- 7 Claridad sobre la **tenencia de la tierra**, el uso y **acceso** a los recursos naturales y a los **conocimientos**.

Origen del Biocomercio

1992



- Cumbre de la Tierra
- Convenio sobre la Diversidad Biológica

Río de Janeiro

Los objetivos planteados en el CDB



La conservación de la diversidad biológica

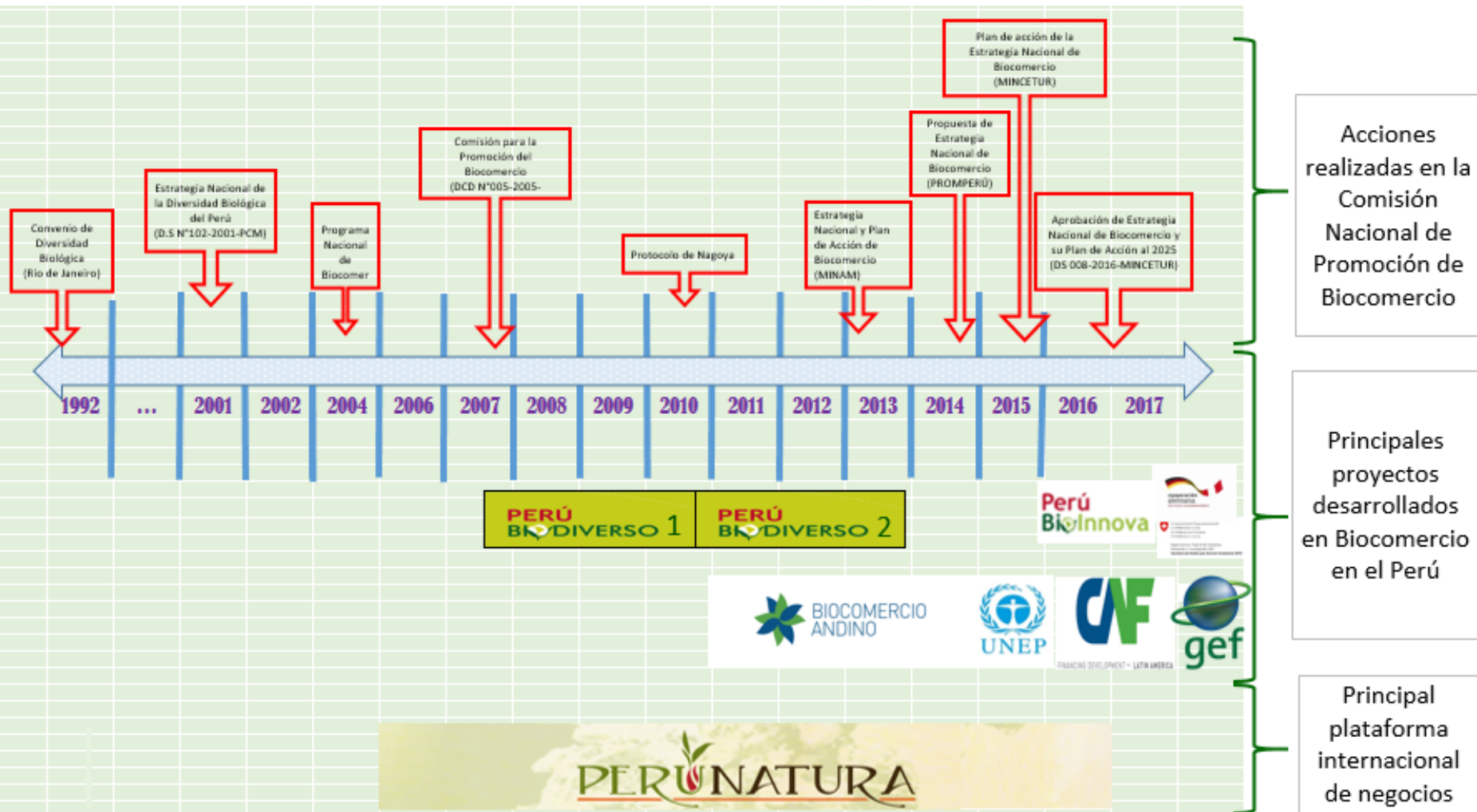


El uso sostenible de sus componentes



La distribución justa y equitativa de los beneficios que se derivan de la utilización de los recursos genéticos

Línea de tiempo del Biocomercio en el Perú



El Biocomercio en el Perú: CNPB

COMISIÓN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



PERÚ

Ministerio de
Agricultura y Riego



CONCYTEC
CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA,
TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA



PERÚ

Ministerio
de la Producción



PERÚ

Ministerio de
Relaciones Exteriores



CCL

CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA



Instituto Peruano de
Productos Naturales



APTAE
ASOCIACIÓN PERUANA
DE TURISMO DE AVENTURA
Y ECOTURISMO



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA



Universidad Nacional Agraria
LA MOLINA



QUINUA



MACA

A photograph showing several dried, brown, elongated tara seed pods on a dark wooden surface. Next to them is a small pile of dark brown, round seeds. Two small, shallow ceramic bowls are also present: one contains a fine white powder, and the other contains a fine, light-brown powder.

TARA

A photograph showing several dried, light-brown, elongated algarrobo seed pods on a dark wooden surface. To the right, there is a small glass jar containing a dark, thick liquid, and two small ceramic bowls: one contains a dark, granular powder, and the other contains a fine, light-brown powder.

ALGARROBO



SACHA INCHI



QUINUA

ACHIOTE



LÚCUMA

CASTAÑAS



YACÓN



MAIZ MORADO



**PLANTAS
MEDICINALES**

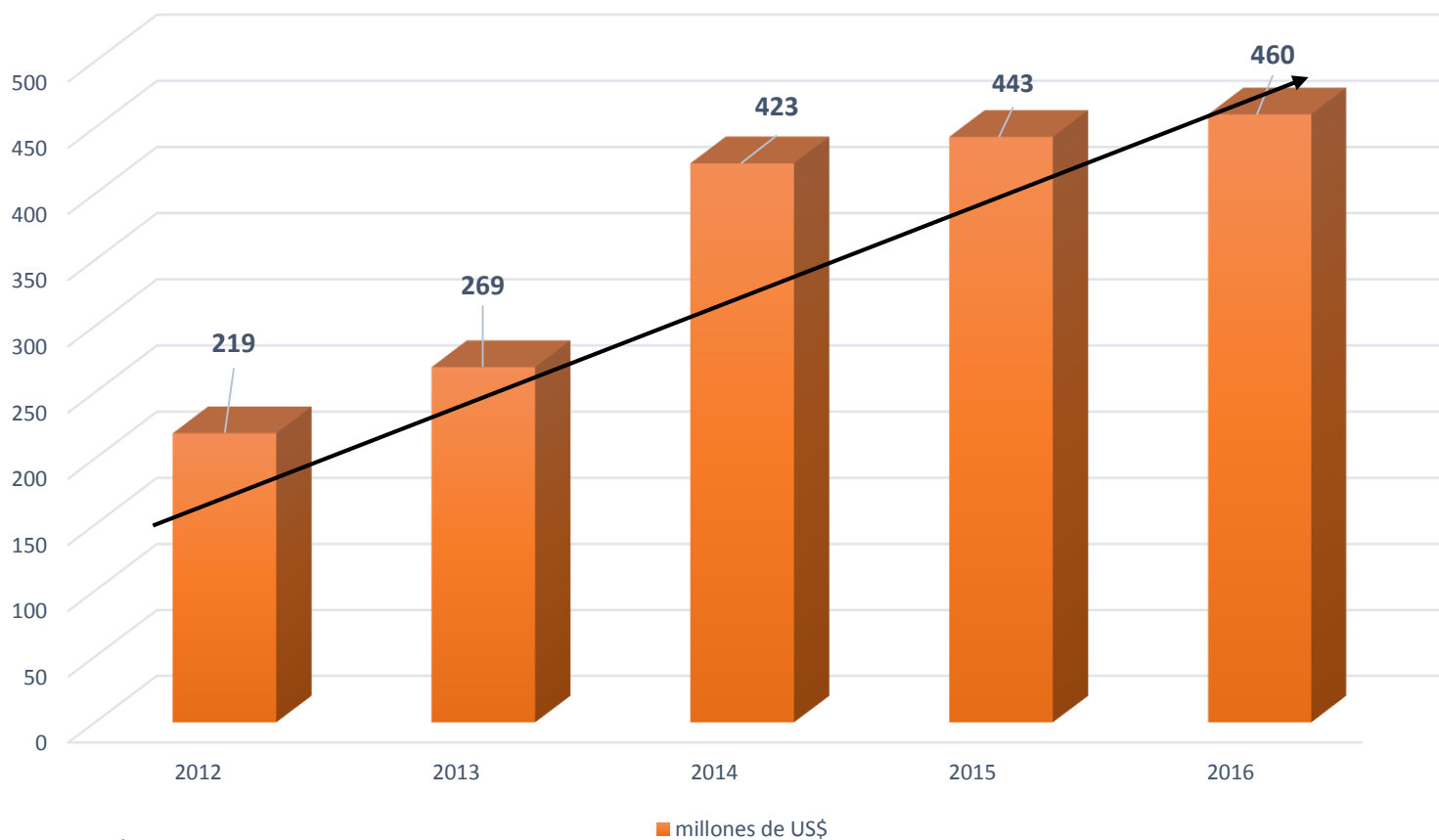
Productos de la biodiversidad peruana:

Achiote	Chuchuhuasi	Maíz gigante de Urubamba	
Aguaymanto	Cochinilla	Maca	Sauco
Algarrobo	Cocona	Maíz morado	Tara
Barbasco	Copaiba	Molle	Tumbo
Caigua	Granadilla	Muña	Tuna
Cacao nativo de aroma	Guanábana	Pasuchaca	Uña de Gato
Camu Camu	Hercampuri	Quinua	Yacón
Castaña	Huito	Ratania	
Chancapiedra	Kiwicha	Sacha Inchi	
Chirimoya	Lúcuma	Sangre de Grado	

* Fuente: PNPB

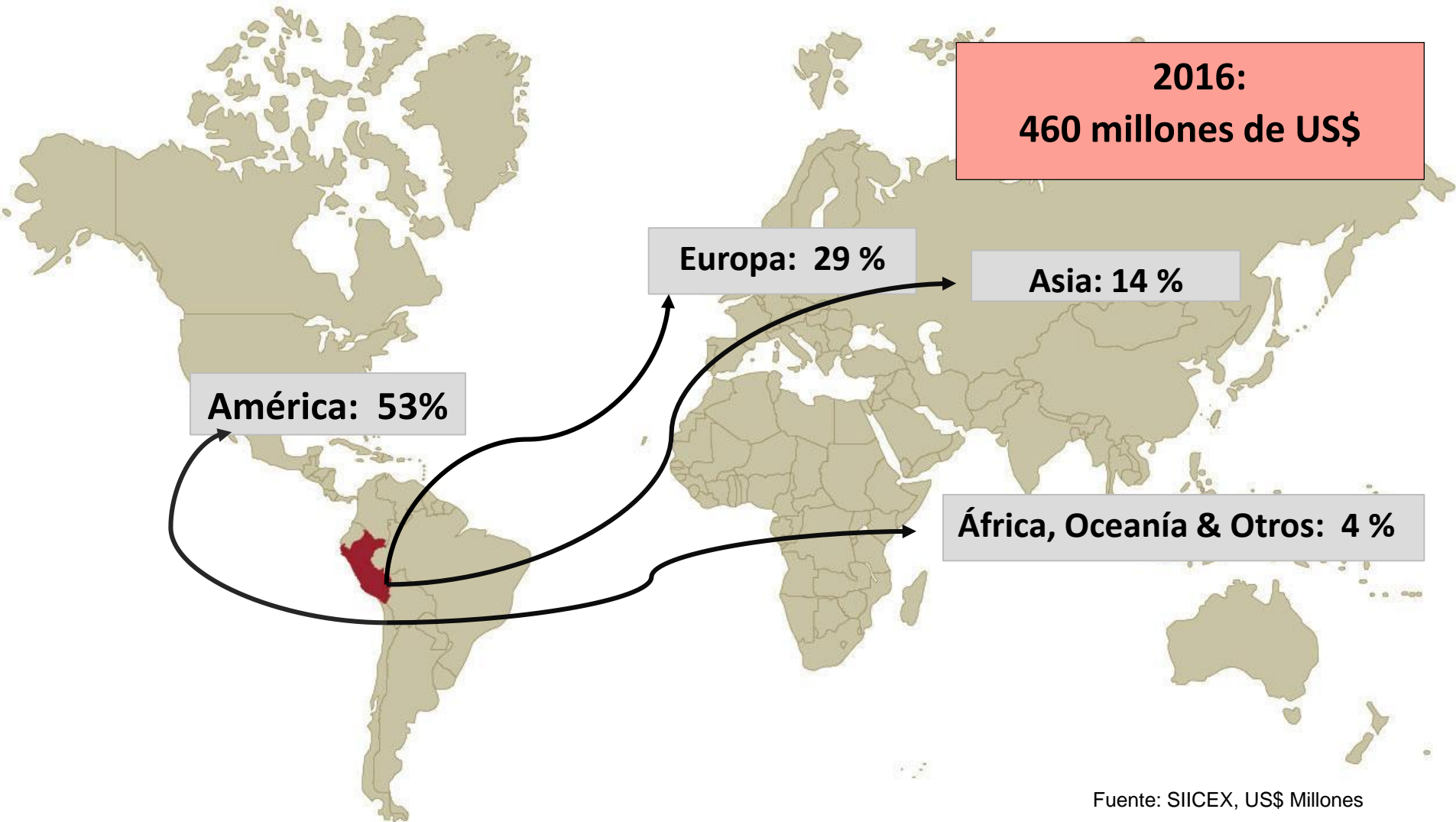
Cifras de exportación:

Evolución de las Exportaciones de Biodiversidad Nativa 2012-16 FOB USD



Fuente: SICEX, US\$ Millones

Principales mercados:



Evolución de las exportaciones (millones de US\$):

PRODUCTO	FOB 2012	FOB 2013	FOB 2014	FOB 2015	FOB 2016
Quinua	34499665.1	82230675.4	202613842	154502463	134337603
Cochinilla	35629971.1	22025137.2	19381198.5	76832162.3	114906927
Maracuyá	27821693.1	33704306.6	45309134.7	43450184.4	54377475.9
Tara	54488242.3	48209984.9	45906469.1	43321644.6	42237664.7
Nueces del Brasil	22077439.5	29358933.1	31121930.5	35205471.2	41430053.5
Maca	10157052.3	13737448	36909204.7	38667012.9	18900205.4
Achiote	8783869.83	9356015.61	7800020.56	15488787.3	15780531.8
Maíz Gigante del Cusco	6897328.36	7263050.79	5840117.32	5374277.88	6498489.01
Sacha Inchi	3595863.14	3005039.3	3545855.62	4623294.73	4049343.27
Ají amarillo	2228417.99	2794569.15	3076507.07	3279136.28	3615329.65
Aguaymanto	657638.32	776345.4	1679077.75	2107164.89	3301698.96
Lúcuma	1478239.11	2890606.31	2089512.11	3303082.58	3246622.27
Camu Camu	1323766.89	1821927.41	2193112.07	2393273.55	3030936.8
Otros	10656670.7	13670925	17957155.8	15510036.5	16123211.3
TOTAL	220,295858	270,844964	425,423138	444,057992	461,836092

Priorización de productos

1. **Frutas exóticas:** aguaymanto, camu camu y lúcuma.
2. **Granos y almendras:** Castaña Amazónica, Maíz Gigante, Maíz Morado, Quinua, Kiwicha y Sacha Inchi.
3. **Nutraceuticos y Plantas Medicinales:** Nutraceuticos como Maca y Yacón, Plantas Medicinales como Uña de Gato y otros productos no considerados como la Muña, Hercampuri, Chancapiedra.
4. **Industriales:** Cochinilla, Tara y Achiote



Tendencias del mercado mundial:



“Las tendencias actuales son sustentadas por una variedad de factores: normas culturales, disponibilidad regional y necesidades sociales. En algunos casos, tendencias de un área específica están migrando a nuevas regiones mientras pocas tendencias emergentes tienen el potencial para alterar el panorama mundial”

Jenny Zegler MINTEL

Tendencias del mercado: Tendencias de alimentos y bebidas.

• **Mayor consumo de productos naturales:** orgánico, comercio justo, kosher, alineado al consumo de productos saludables y sostenibles: **bienestar y salud.**



Tendencias del mercado

- Incremento de producción: potencial exportador, producción orgánica.
- Oferta con mayor desarrollo y diversificación de producto
- Oferta local y exportable de productos terminados crece a un ritmo mayor que la de productos intermedios y materia prima, para productos de Biocomercio.





Estrategias de agregación de valor

Medio de adecuación a tendencias
de mercado

Procesos agroindustriales

- Mecanismo de transformación de productos agropecuarios desde actividades sencillas a más especializadas.
- Objetivo: **Prologar la vida útil** del alimento y garantizar la **seguridad e inocuidad alimentaria**.

Nivel I	Nivel II	Nivel III	Nivel IV
<ul style="list-style-type: none"> • Selección • Limpieza • Empaque 	<ul style="list-style-type: none"> • Desmote • Molienda • Corte • Mezcla 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocción • Pasteurización • Deshidratación • Congelación • Horneado • Extracción • Ensamblado 	<ul style="list-style-type: none"> • Modificación química • Texturización
Productos ilustrativos			
<ul style="list-style-type: none"> • Frutas frescas • Vegetales frescos • Huevos 	<ul style="list-style-type: none"> • Cereales • Granos • Carnes • Especias • Forrajes • Yute • Algodón • Madera • Caucho • Harina 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos lácteos • Frutas y vegetales enlatados o congelados • Carnes cocidas • Textiles y prendas de vestir • Aceites vegetales refinados • Muebles • Azúcar 	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentos instantáneos • Productos vegetales texturizados • Neumáticos
Alimentos frescos		Alimentos procesados	

¿Reconoce algunos de estos sellos?



Estrategias de diferenciación: Estándares voluntarios / obligatorios



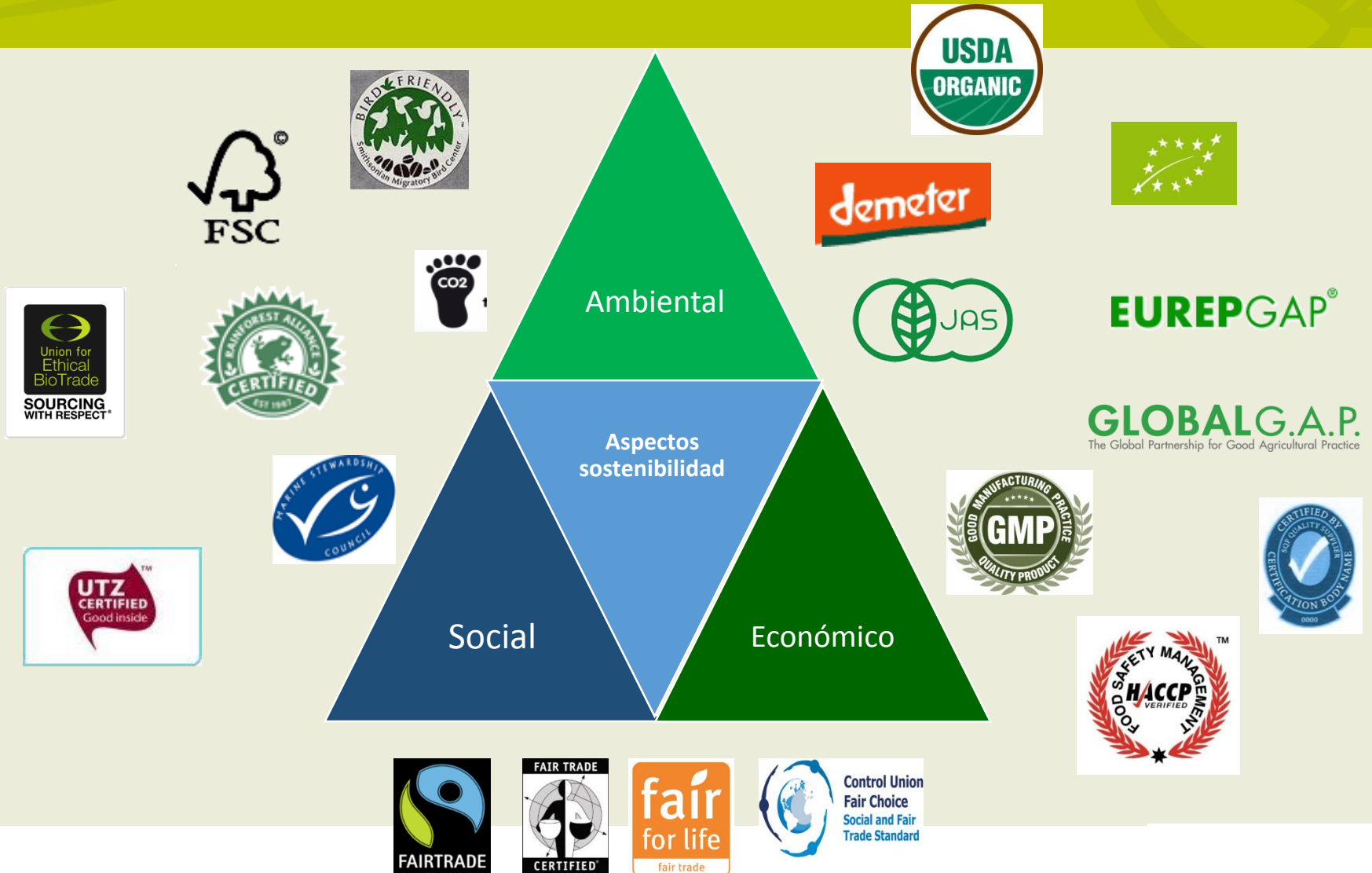
- Las regulaciones incluye cada vez más los principios y disposiciones desarrolladas por ESV o se refieren directamente a normas voluntarias.
- Los ESV requieren el cumplimiento de las leyes y reglamentos locales, por ejemplo, las leyes laborales o ambientales.
- Los compradores piden a los proveedores cumplir con determinadas normas voluntarias.

Estándares voluntarios


Aunque **no lo exija la ley**, estos estándares podrían ser solicitados, sugeridos o buscados por el **fabricante**, el **distribuidor** o los **consumidores** con base en características del producto, requisitos del proceso o métodos de producción garantizando su conformidad con sellos o etiquetas.



Estándares Sostenibles Voluntarios – ESV: Certificaciones



Biocomercio y otros estándares

Principio del Biocomercio	UEBT	RFA/RAS	FSC	Orgánico	Comercio Justo
					
P1	+	+	+	+	(+)
P2	+	+	+	+	(+)
P3	+	(+)	-	-	(+)
P4	+	(+)	+	-	(+)
P5	+	+	+	-	-
P6	+	+	+	(+)	(+)
P7	+	+	+	-	-
Sistemas de producción a los que aplica el estándar	Cultivo y recolección	Cultivos	Recursos maderables	Cultivos, zootecnia, acuicultura y recolección	No todos los productos. En su mayoría aplica para commodities
Legenda: “+” = Coincidencia con el principio de Biocomercio / “(+)” = Relación indirecta o no explícita con el principio de Biocomercio / “-” = No hay coincidencia					

CERTIFICACIONES AFINES A LA SOSTENIBILIDAD



Fuente:
PROMPERÚ



CERTIFICACIONES AFINES A LA SOSTENIBILIDAD



Fuente:
PROMPERÚ



Fuente: Promperú / Créditos: G. Amésquita/E.Haro

Información de Mercado: Herramientas nacionales libres

SIICEX – PROMPERU

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000

Institucional | SUNAT Rinde Cuentas | Legislación | Estadísticas y Estudios | Índices y Tasas | Padrones y Notificaciones | Contáctenos

Inicio | Estadísticas y Estudios

← Atrás | Facebook | Twitter | RSS | YouTube | App-SUNAT

Estadísticas y Estudios

Ingresos Tributarios del Gobierno Central: Octubre 2015 (*)

En octubre de 2015, los Ingresos Tributarios del Gobierno Central ascendieron a S/. 7.279 millones, monto inferior en S/. 344 millones con relación al mismo mes del año 2014. Este resultado representa una disminución de 7,9% en términos reales.

Al respecto, es importante indicar que durante el 2015, la recaudación de los ingresos tributarios del Gobierno Central se ha visto afectada por tres grupos de factores exógenos a la Administración Tributaria:

- menores cotizaciones de nuestros principales productos de exportación (cobre, oro y gas) y de uno de los principales insumos que importamos (petróleo),
- las medidas de política tributaria que implicaron una reducción en las tasas del Impuesto a la Renta tanto empresarial como del trabajo, reducción de aranceles y la racionalización de los sistemas administrativos (retenciones, deducciones y percepciones), y
- la desaceleración de nuestra economía.

ÍNDICE

- Sumilla
- Nota Tributaria
- Resumen Ejecutivo
- Guía Metodológica
- Información Histórica
- Informes Mensuales
- Estudios y Publicaciones
- Principales Tasas Impositivas
- Estadísticas por Regiones (Departamentos)
- Estadísticas de Comercio Exterior
- Marco Macroeconómico Multifanual

Ingresos Tributarios de Gobierno Central: 2009-2015
En millones de Nuevos Soles y variación real (%)

— Millones de Nuevos Soles — Variación real (%)

SIICEX
Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

¿Qué es el SIICEX? | Preguntas Frecuentes | Glosario | Herramientas de Análisis | Buscar Partida

LIMA, OCTUBRE 2015 **NUEVO**

EXPORTANDO.PE

Nº 14

SERVICIOS DE CLASE MUNDIAL PARA ATENDER A TODOS LOS MERCADOS

37 PAÍSES RECIBEN EDICIONES Y PUBLICACIONES PRODUCIDAS POR EMPRESAS PERUANAS

300 PRODUCTOS LANZÓ EL AÑO PASADO LA INDUSTRIA DE REVISTIMIENTOS CERÁMICOS Y SANITARIOS

27% CRECIERON LOS ENVÍOS NO TRADICIONALES DE PERÚ A HONDURAS

prom perú

1 2 3 4 5

30 de noviembre del 2015 **Inteligencia de Mercados** Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Recomendar 780 | Twitter

PRODUCTO / MERCADO

Búsqueda de producto

Lista Completa | Búsqueda Avanzada

Búsqueda por mercado

FACILITACIÓN DE EXPORTACIONES

- Documentos para Exportar
- Logística de Exportación
- Beneficios Aduaneros y Tributarios
- Herramientas Financieras
- Simulador Financiero – Nuevo
- Rutas Marítimas – Nuevo
- Perfiles Logísticos – Nuevo

CAPACITACIONES

- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU
- Miércoles del Exportador
- Talleres Especializados ADOC-PERU
- Programa Exporta Perú - PLANEX
- Aprendiendo a Exportar
- Guía Interactiva
- Flujo Exportador
- Guía de Exportación

ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO

Ingrese el nombre del Estudio a buscar:

Búsqueda Avanzada

Síguenos en: Facebook | Twitter | YouTube

Estadísticas de comercio Exterior – SUNAT
<http://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/index.html>

Información de Mercado: Herramientas nacionales libres

ITC **TRADE MAP**
Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Inicio & Buscar Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Iniciar sesión Español

Trade Map proporciona - en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.
Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del Sistema Armonizado. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de línea arancelaria.

Importaciones Exportaciones

Servicio Producto Single Grupo Ingrese una palabra clave o un código de producto (o el código de la partida) Búsqueda avanzada

Pais Region Ingrese un país/territorio o una región

Indicadores Series Anuales Series Trimestrales Series Mensuales Empresas

Concentración y distancia media en 2014
Producto importado: Total

País	Distancia Media	Concentración
Japón	0.05	8000
Estados Unidos de América	0.1	6000
China	0.15	4000
Francia	0.15	3000
Reino Unido	0.15	2500
Alemania	0.15	2000
Hong Kong, China	0.2	1500

Mercados importadores en 2014
Producto: Total

Evolución de los países importadores
Producto: Total

País	Evolución
Estados Unidos de América	6
Reino Unido	4
Alemania	3
Japón	2
Francia	1
Hong Kong, China	1
China	8

TRADE MAP - ITC

<http://www.trademap.org/Index.aspx>

Export Helpdesk

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

Guía del usuario | Glosario | Preguntas más frecuentes (FAQ) | Advertencia legal | Contactos | Declaración específica de privacidad

TRADE
Export Helpdesk

European Commission

European Commission > Trade > Export Helpdesk > Estadísticas

Inicio
MI exportación
Requisitos
Aranceles
Acuerdos preferenciales
Estadísticas
Trucos y astucias sobre estadísticas
Quiénes somos
Recursos

Estadísticas

Utilice este formulario para buscar estadísticas del comercio entre cualquier país y toda la UE o cada uno de sus Estados miembros. Cifras disponibles: desde 2002 hasta el año pasado. Es posible exportar los resultados a Excel.

Seleccionar un país declarante: Seleccionar un país socio:

Teclear código de producto: Buscar mi código de producto

Seleccionar año (s)

<input checked="" type="checkbox"/> 2014	<input type="checkbox"/> 2013	<input type="checkbox"/> 2012	<input type="checkbox"/> 2011	<input type="checkbox"/> 2010	<input type="checkbox"/> 2009	<input type="checkbox"/> 2008
<input type="checkbox"/> 2007	<input type="checkbox"/> 2006	<input type="checkbox"/> 2005	<input type="checkbox"/> 2004	<input type="checkbox"/> 2003	<input type="checkbox"/> 2002	

Última actualización: 26 Nov 2015 [Principio de página](#)

El mercado Internacional: Plataformas comerciales internacionales



Feria Supply Side West
Fuente: PROMPERÚ



Feria Summer Fancy Food – 2014, Nueva York
Fuente: Propia

El mercado Internacional: Plataformas comerciales internacionales

SUPPY SIDE WEST:



El mercado Internacional: Plataformas comerciales internacionales

NATURAL EXPO WEST:



El mercado Internacional: Plataformas comerciales internacionales

BIOFACH:



El mercado Internacional: Productos de la biodiversidad peruana en supermercados



Fuente: PROMPERU

El mercado Internacional: Productos de la biodiversidad peruana en supermercados



Fuente: PROMPERU

El mercado nacional: Despierta el interés peruano

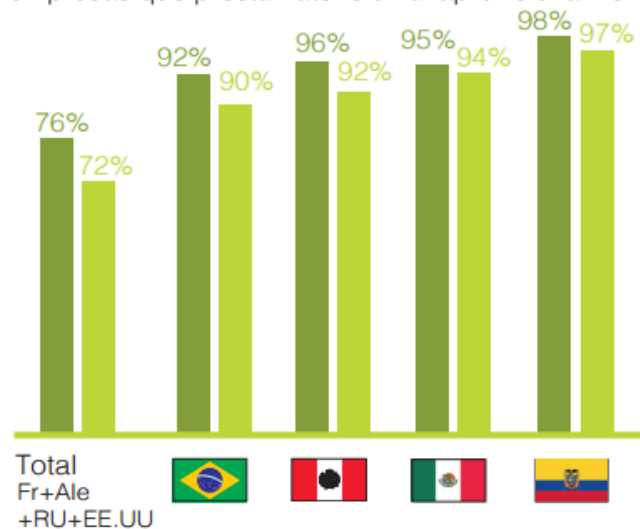
Creciente interés sobre los productos del Biocomercio.

“Más del 80% de Peruanos prefieren productos con ingredientes naturales y amigables con el ambiente”* – Barómetro de la Biodiversidad – Unión para el Biocomercio Ético (UEBT, en sus siglas en inglés, 2013).

*Fuente: Notas de Prensa, MINAM

Expectativas respecto a la empresas

- Considera importante que las empresas tengan políticas de respeto a la biodiversidad
- Más interesado(a) en comprar productos de empresas que prestan atención al aprovisionamiento ético



Base: toda la muestra - Abril 2016 - Francia, Alemania, Reino Unido, EE.UU., Brasil, Perú, Ecuador - Abril 2015 - México

El mercado nacional: Despierta el interés peruano

Mayor poder adquisitivo y consolidación de clase media.

Aparecen Plataformas:
Expoalimentaria, Expoamazónica,
Macro Rueda (Sur Exporta, Centro
Exporta, Norte Exporta), Bioferias,
Mistura, tiendas especializadas, etc.

**Fuente: Notas de Prensa,
MINAM*



Fuente: PROMPERU

Expoalimentaria - Perunatura



Feria Expoalimentaria – 2015, Lima
Fuente: Propia

Ferias Regionales:



Rueda de negocios – Expoamazónica 2014
Fuente: Olivos del Sur



Macro Rueda Sur 2014 – Huancayo
Fuente: ITC & PROMPERU

Bioferias



Bioferia Miraflores
Fuente: Inforegion



Bioferia Surquillo
Fuente: Revista MINAM

Bioferias



Salón del Cacao y Chocolate



Expo Villa Rica en Lima

Fuente: Andina

Tiendas especializadas



Tienda Punto Orgánico

Fuente: Infinito



Tienda La Sanahoria

Fuente: La Sanahoria

Asociatividad

Cooperación y participación conjunta entre pequeñas y medianas empresas, organizaciones productivas, etc., para trazar y alcanzar un **objetivo** común.

Ejemplo: asociación, cooperativa, consorcio, clúster, cadena de valor

- Incremento de la producción
- Mayor poder de negociación
- Mejora el acceso a tecnologías y financiamiento
- Se comparte riesgos y costos
- Reducción de costos
- Mejora de la calidad y diseño
- Mejora la gestión organizacional
- Incrementos de capacidades productivas y comerciales



Últimos mensajes

1. La comprensión de la biodiversidad está aumentando considerablemente en todo el mundo.
2. Biodiversidad es un concepto mundial, existiendo altos niveles de concienciación en mercados emergentes de América Latina y Asia.
3. Las personas desean contribuir personalmente a la conservación de la biodiversidad, pero no saben cómo hacerlo.



Muchas gracias!!!

Ing. Caridad Maldonado

Departamento de Comercio Sostenible

PROMPERU



28 de junio de 2017

San Isidro, Perú

