



THE WORLD OF FRESH PRODUCE

FRUIT LOGISTICA

BERLIN, 9.-11. FEBRUAR 2011





THE WORLD OF FRESH PRODUCE

FRUIT LOGISTICA

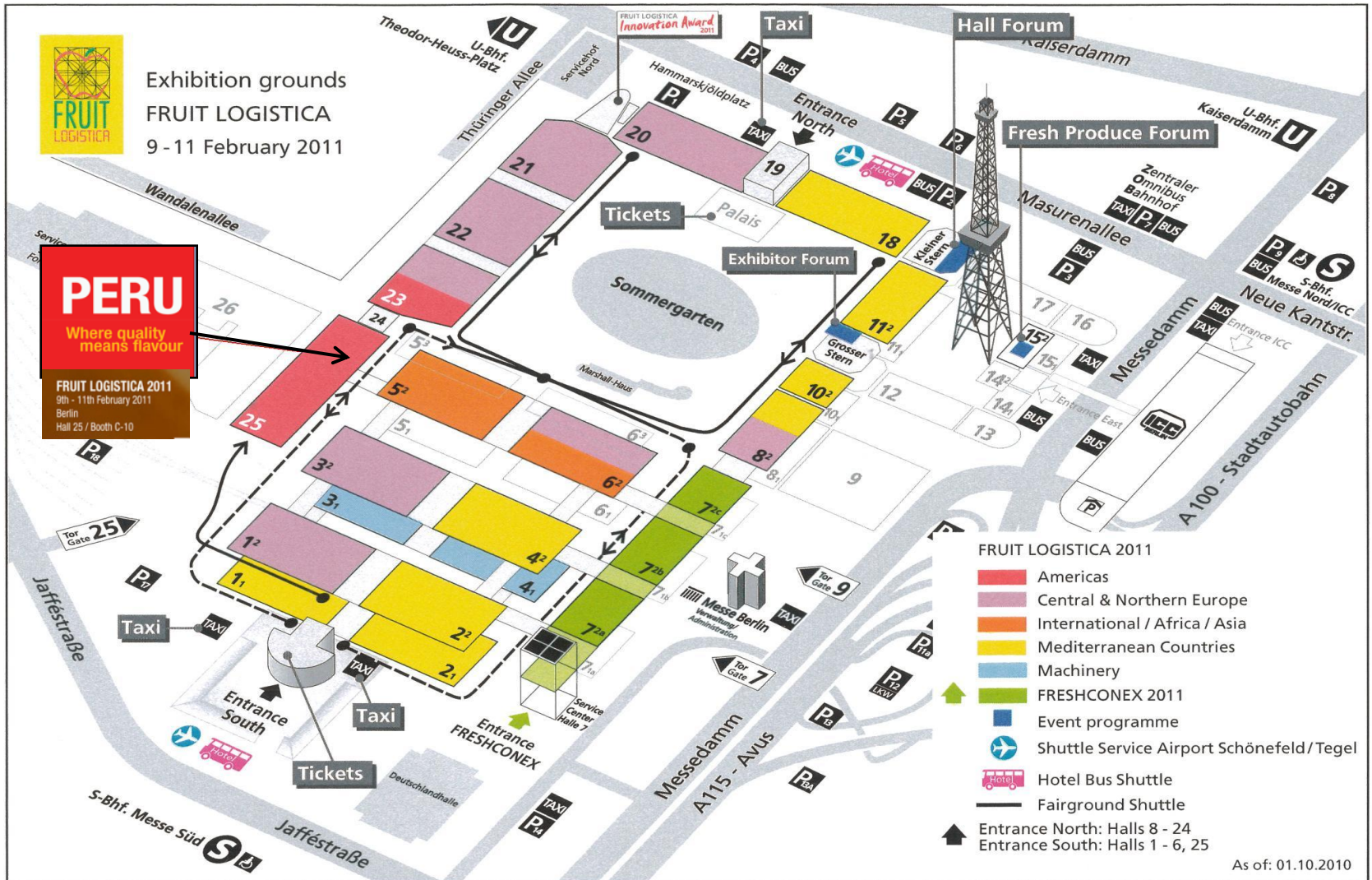
BERLIN, 9.- 11. FEBRUAR 2011

- I. Ubicación y características del Stand.
- II. Empresas participantes
- III. Actividades
- IV. Otras presentaciones.
- V. Estadísticas de la Feria.
- VI. Conclusiones.



prom
perú

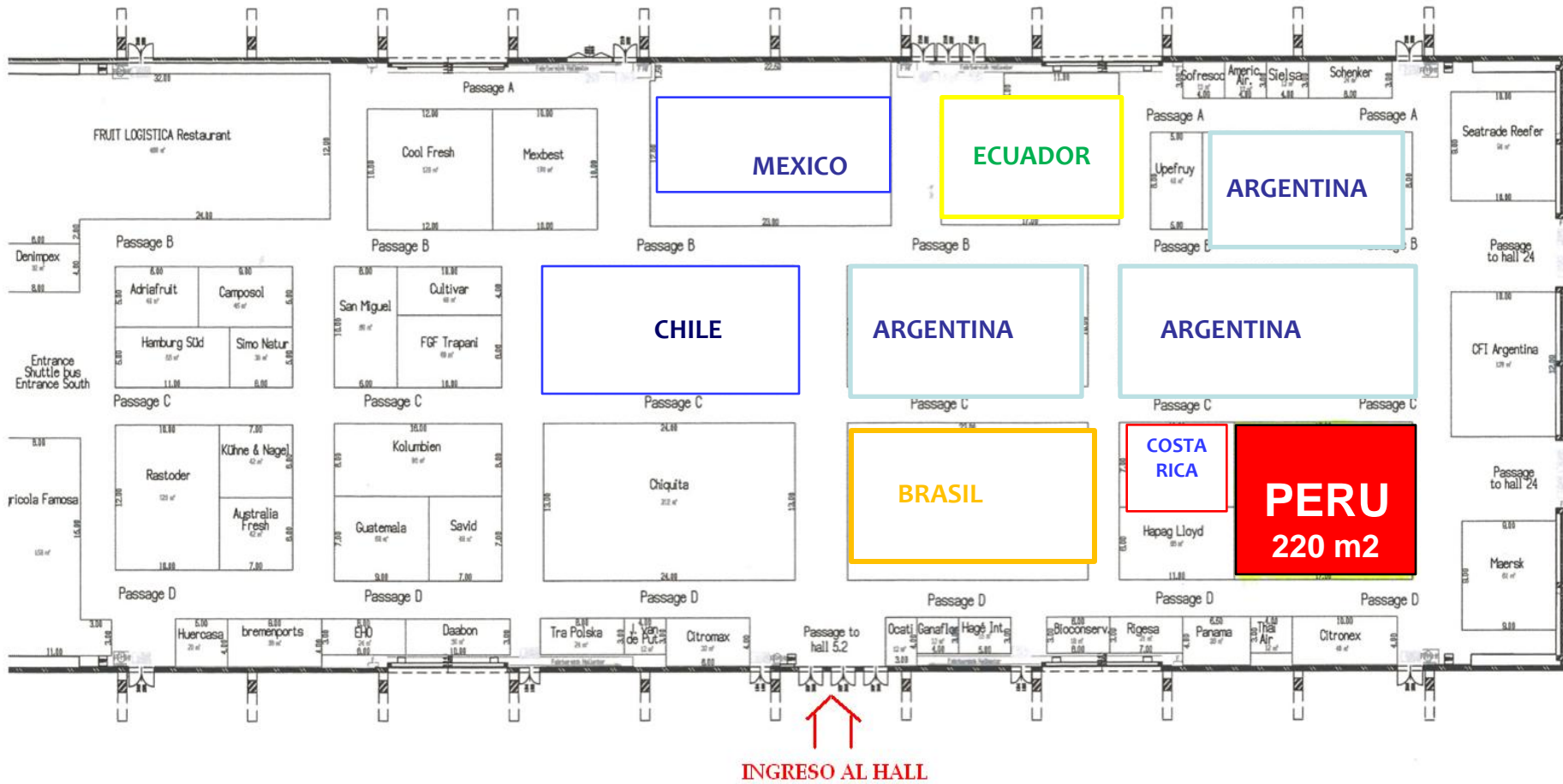
I. Ubicación en la feria



Países vecinos



HALL 25



II. Empresas Participantes



CONSORCIO PRODUCTORES DE FRUTAS

Oferta exportable

Mandarinas y paltas



DANPER TRUJILLO

Espárrago blanco y verde en conservas, alcachofa en conservas, espárrago blanco.



GREENLAND PERU

Mango, palta y uva



AGRICOLA PAMPA BAJA

Uva de mesa, palta fresca y pimientos



REOPA

Espárrago verde fresco refrigerado



CASA PACIFIC

Palta fuerte, mango kent



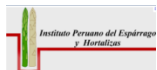
PROCITRUS

Mandarinas y tangelos



PROHASS

Palta Hass



IPEH

Alcachofas y espárragos



HELLMANN

Operador logístico

II. Empresas peruanas en otros pabellones



Oferta exportable

Camposol

Espárrago, mango palta

Agrícola Chapi

Espárrago, palta, uva

Tallo de Oro

Mango, palta, uva

Corp. Fruchincha

Mango, palta uva, cítricos

Green Perú

Espárrago verde fresco refrigerado

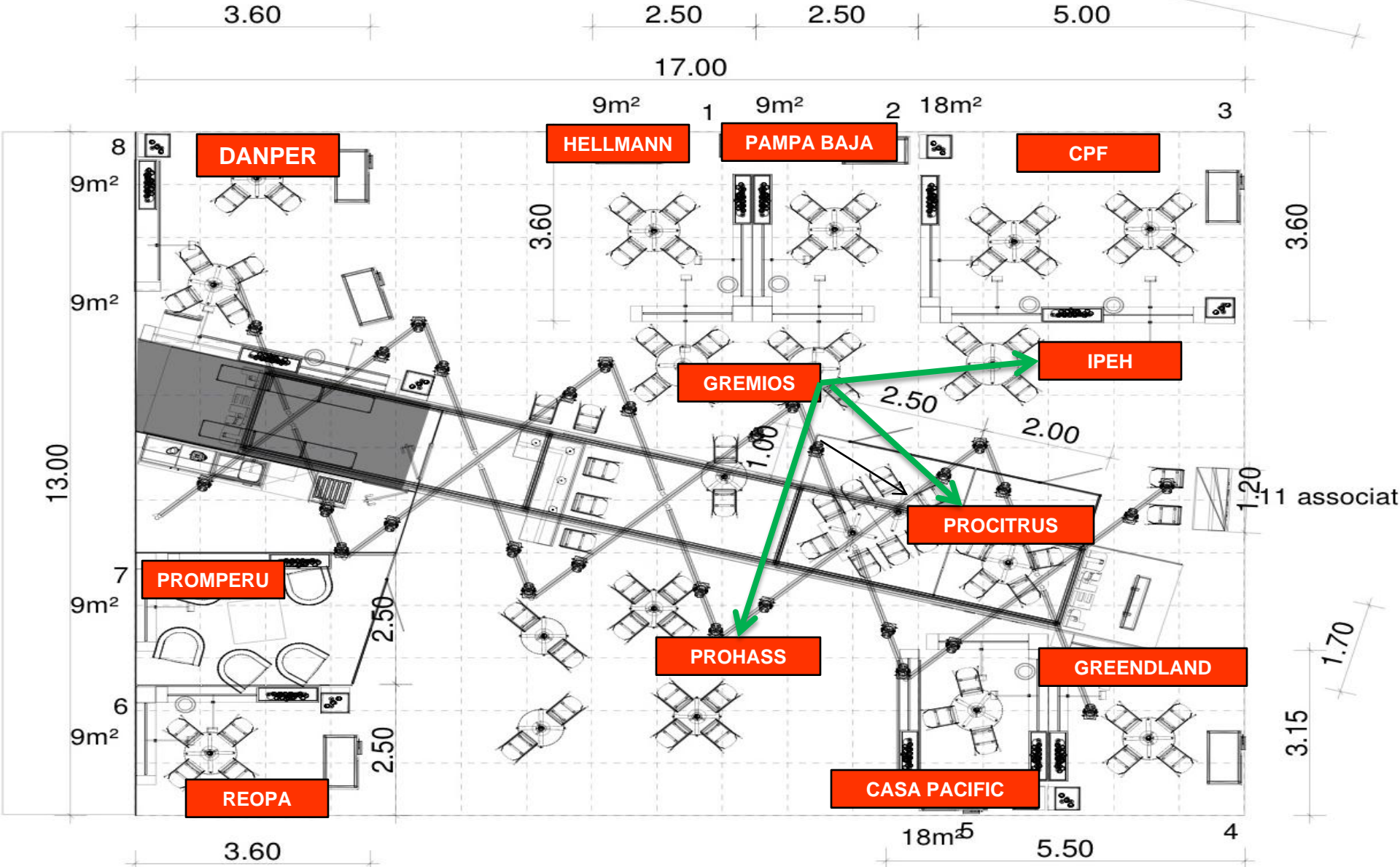
Cool Fresh Perú

Palta fuerte, mango kent, uvas

Inagro Sur

Cítricos, espárragos, palta

Distribución de empresas



Pabellón peruano



Pabellón peruano



GREMIOS

REOPA

CASA PACIFIC

GREENLAND

GREMIOS



Preparación



Where quality means flavour

PERU

Where quality means flavour

Preparación



Preparación



Preparación



4001,

www.danper.com

Certifications:
HACCP, ISO14001,
OH SA, BRC,
GLOBAL GAP,
BASC



Preparación



aspara
gus
citrus
avocado

avocado
citrus
asparagus

Where quality
means flavour

citrus
avocado

citrus
avocado
asparagus
citrus

Preparación



Preparación



Where quality
means flavour

PERU

www.cpf.com.pe
Certifications:
GLOBAL GAP,
TESCO NURTURE

citrus
hass
avocado
citrus

www.cpf.com.pe
Certifications:
GLOBAL GAP,
TESCO NURTURE

PERU



www.cpf.com.pe



www.cpf.com.pe



DANPER TRUJILLO

Espárrago blanco y verde en conservas,
alcachofa en conservas, espárrago blanco.



DANPER

www.danper.com

Certifications:
HACCP, ISO 9001, ISO 14001
DNV SAS 18001, BRC,
GLOBAL GAP, USGAP,
IBASC, KOSHER.



PERU







GREENLAND PERU Mango, palta y uva



Greenland Perú
www.greenland.com.pe





AGRICOLA PAMPA BAJA Uva de mesa, palta fresca y pimientos



AGRICOLA PAMPA BAJA

When quality means flavour

table
grapes
hass
cacho



www.pampabaja.com.pe
Certifications:
GLOBAL GAP

PERU



www.pampabaja.com



CASA PACIFIC

Palta fuerte, mango kent



Where quality means flavour

COSTA RICA

CASA PACIFIC PERU

PERU

CASA PACIFIC PERU
www.casapacificperu.com

mango
es
avocado
us
nes

prom perú



PERU

Where quality means flavour

COSTA RICA

Perú
gusto macho

Where quality means flavour

prom
peru



avocado citrus
Where quality means flavour

www.cpl.com.pe
Certification
GLOBAL GAP
TESCO

prom
perú

Stand Perú





III Actividades

Perú Mucho Gusto



Perú
mucho
gusto

prom
perú

Visita de Ministra de Agricultura alemana



Visita de Ministro de Medio ambiente Estado de Baja Sajonia



Visita de Embajador de Perú en Alemania



Presencia de Consejeros Comerciales



Programa de Visitas:

**HAMBURGO
BERLIN**



HAMBURGO: Mercado Central de Flores



HAMBURGO: Mercado Central de Frutas



HAMBURGO: Mercado Central de Frutas



HAMBURGO: Mercado Central de Frutas



HAMBURGO: Presentación en Puerto



HAMBURGO: Presentación en Puerto



BERLIN: Visita a Mercado de Frutas



BERLIN: Visita a Mercado de Frutas



BERLIN: Visita a Supermercados



BERLIN: Visita a Supermercados



BERLIN: Visita a Supermercados



BERLIN: Visita a Supermercados



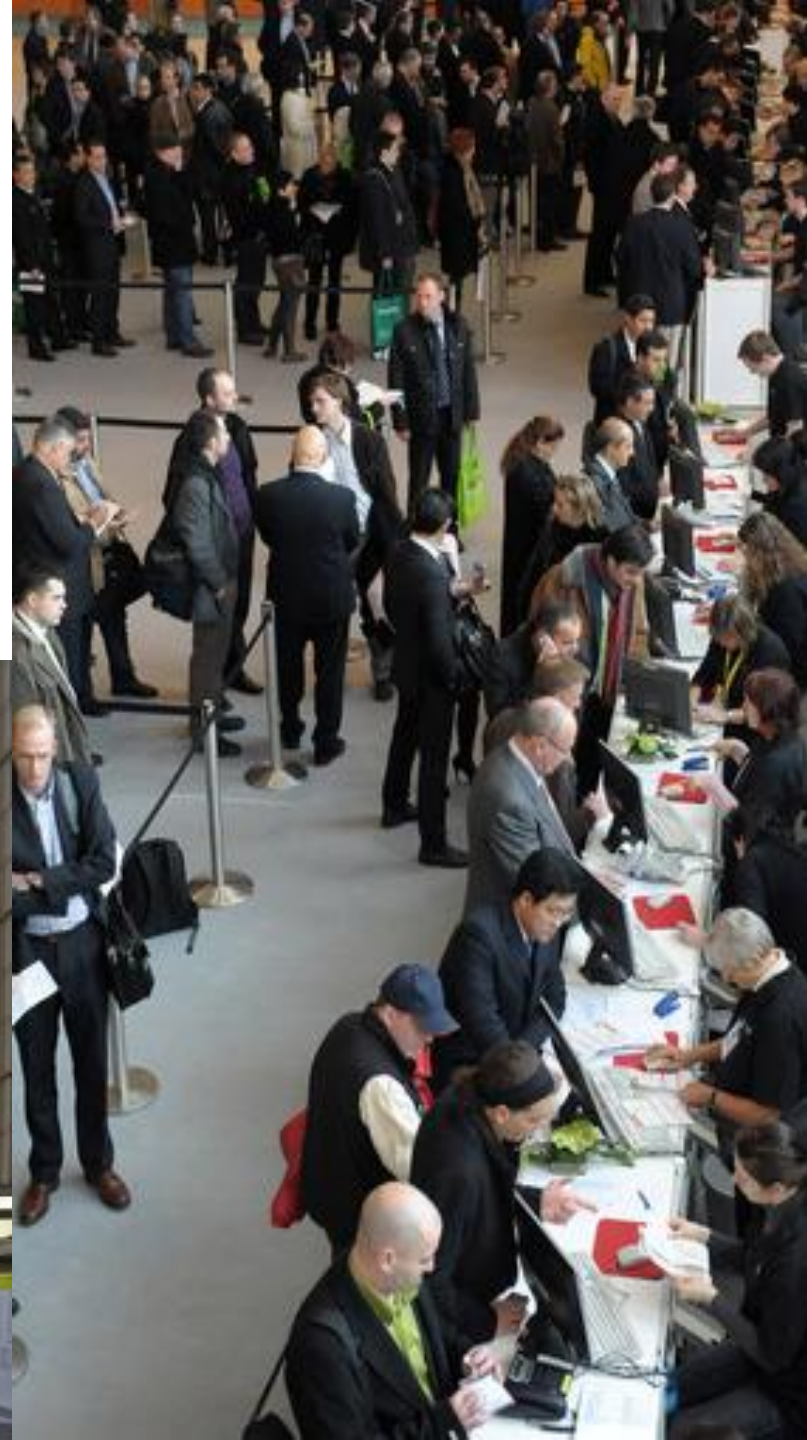
BERLIN: Visita a Supermercados



BERLIN: Visita a Supermercados



IV. Otras presentaciones



México



Brasil



Argentina



Ecuador





Halls 11 - 41
• Mediterranean Countries 11 - 21
• Machinery 31 - 41
◀◀

chile
FRESH
MEDICINES ORIGIN
CHILE
FRUITS & VEGETABLES

Chile, a reliable fresh fruit supply partner to the world

25

MARKENSTÜCKE
WERTSCHÖPFUNG

MÉ

Otras empresas: Savid



Colombia



Colombia



Colombia
The heart of opportunities.

100% MARKENSTÄRKE
100% WERTSCHÖPFUNG

Physalis Fair
Trade in process



natural



Uruguay



Guatemala



Costa Rica

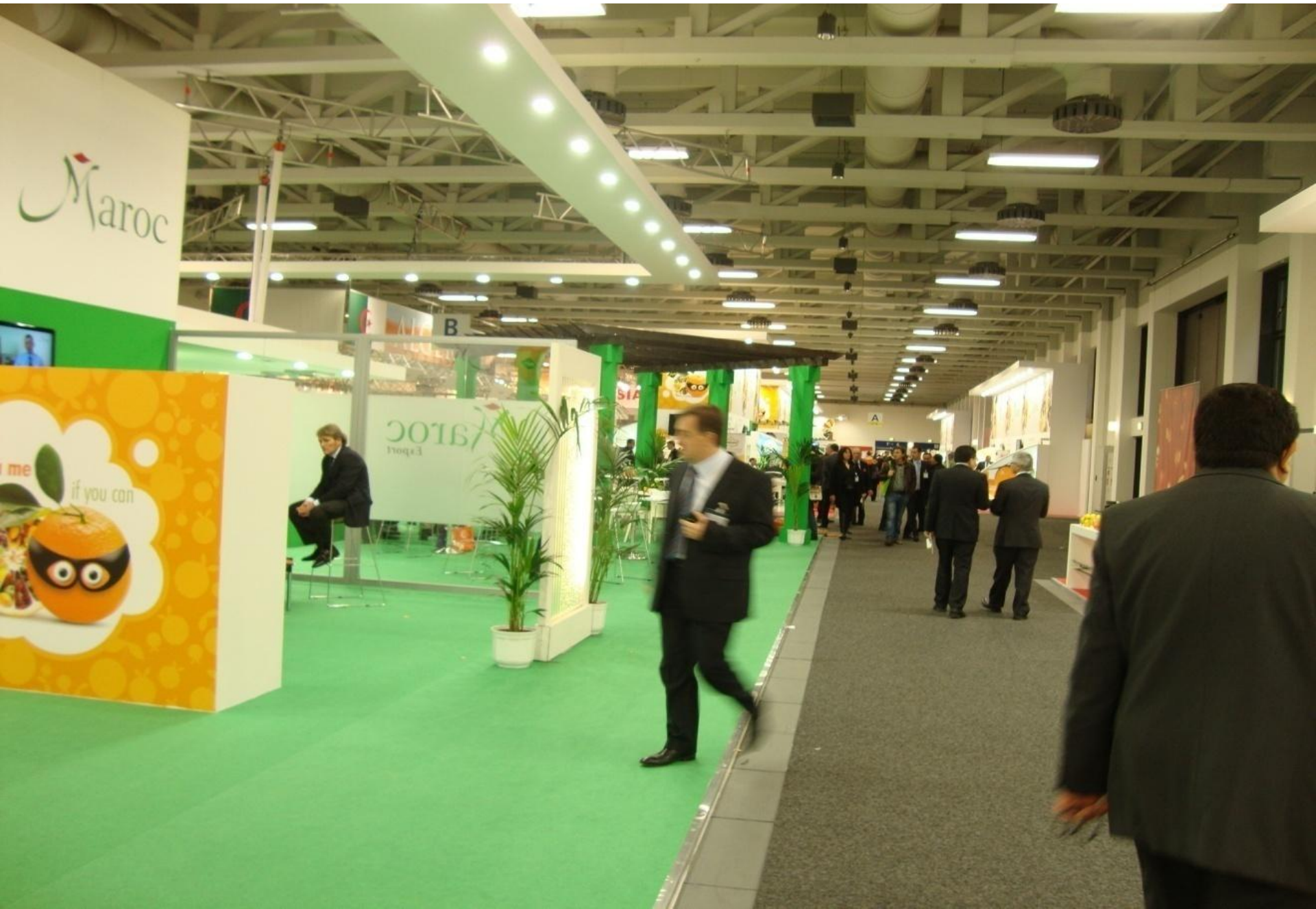




USA



Marruecos



Argelia



Pakistan





Fruit M (Russia)



Salón Innovación



Salón Innovación



FRUIT LOGISTICA en cifras



Área de exposición (m ²)	88,000
Nº de expositores	2,452
Nº de países participantes como expositores	84
Participación de expositores extranjeros	90 %
Nº de visitantes profesionales (crecimiento : 4%)	56.000
Países de procedencia	132
Nº de pabellones	14

FRUIT LOGISTICA en cifras



Área de exposición (m ²)	88,000
Nº de expositores	2,452
Nº de países participantes como expositores	84
Participación de expositores extranjeros	90 %
Nº de visitantes profesionales (crecimiento : 4%)	56.000
Países de procedencia	132
Nº de pabellones	14



REOPA Espárrago verde fresco refrigerado



REOPA: Niveles de Exportaciones al 2011

MATERIA PRIMA CAMPO KG	MATERIA PRIMA EXPORTADA KG	CAJAS EXPORTADAS	VALOR FOB US\$
3 788 978	2 701 786	494 178	5 250 821.50

BERLIN: Visita a Supermercados



HAMBURGO: Mercado Central de Flores



CASO DE ÉXITO: EMPRESA : REOPA

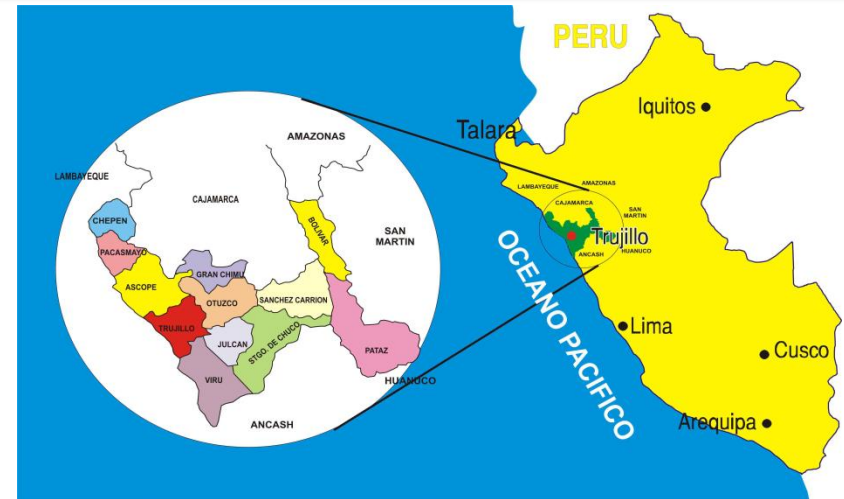


¿QUE ES LA REOPA, DONDE SE UBICA?

- La Red de Organizaciones Productivas Agropecuarias - REOPA es una Asociación Civil sin fines de lucro formalmente constituida por pequeños productores agropecuarios en una organización de segundo nivel.

Tiene como vocación la producción, transformación y comercialización del Espárrago Verde y otros alimentos en las modalidades de fresco y congelado en el mercado internacional.

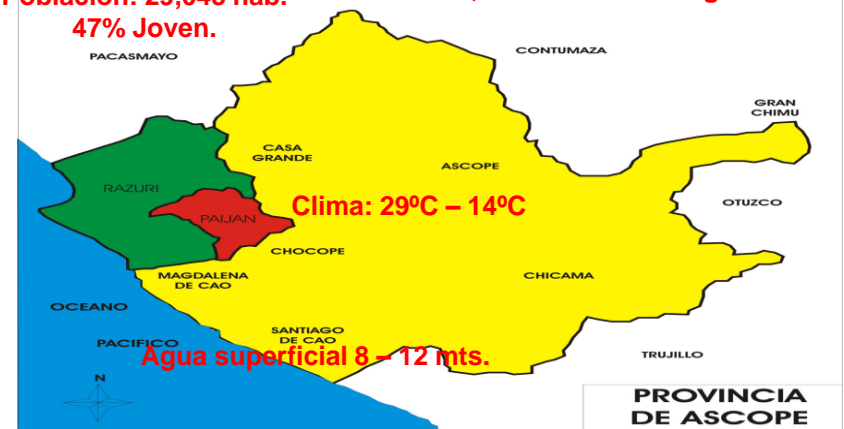
- Se encuentra ubicada en las comunidades rurales de Paiján y Rázuri, al nor oeste del valle Chicama, cruzadas por la Carretera Panamericana Norte, en la margen derecha del río Chicama, entre los 7.5°-7.8° Latitud Sur y los 79.2°-79.5° Longitud Oeste, en los distritos del mismo nombre, Provincia de Ascope, Región La Libertad – Perú.



40,000 Has. Tierras eriazas

**Población: 29,045 hab.
47% Joven.**

12,000 Has. Tierras agricolas

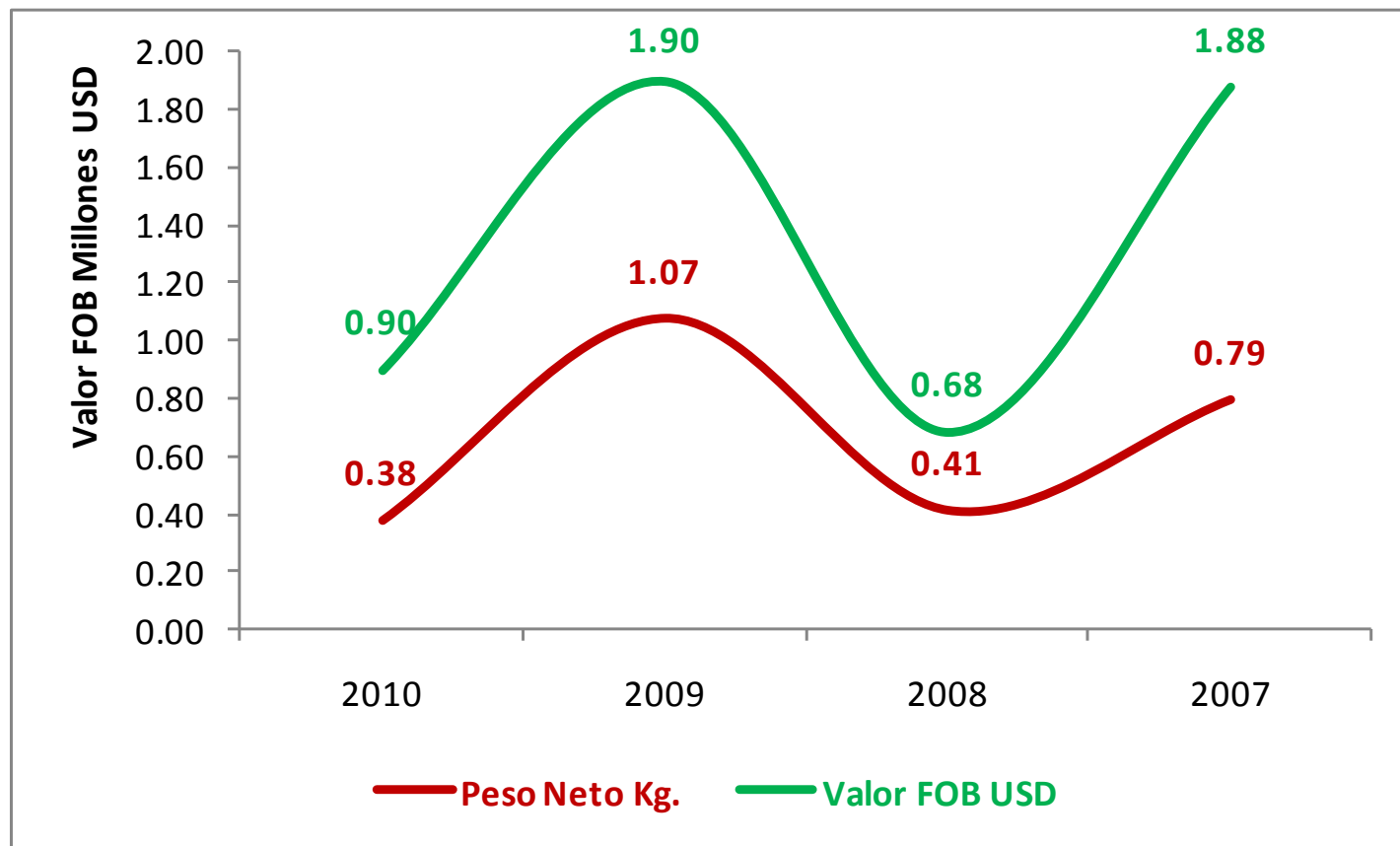


PROVINCIA DE ASCOPE

PROCESAMIENTO DEL ESPARRAGO FRESCO



RED DE ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS PAIJAN RAZURI REOPA



Producto : Banano orgánico

Exportaciones un solo mercado: EEUU

HAMBURGO: Mercado Central de Frutas



HAMBURGO: Presentación en Puerto



BERLIN: Visita a Supermercados



HAMBURGO: Visita al Puerto



HAMBURGO: Visita al Puerto



RED DE ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS

AGROPECUARIAS



REOPA Espárrago verde fresco refrigerado



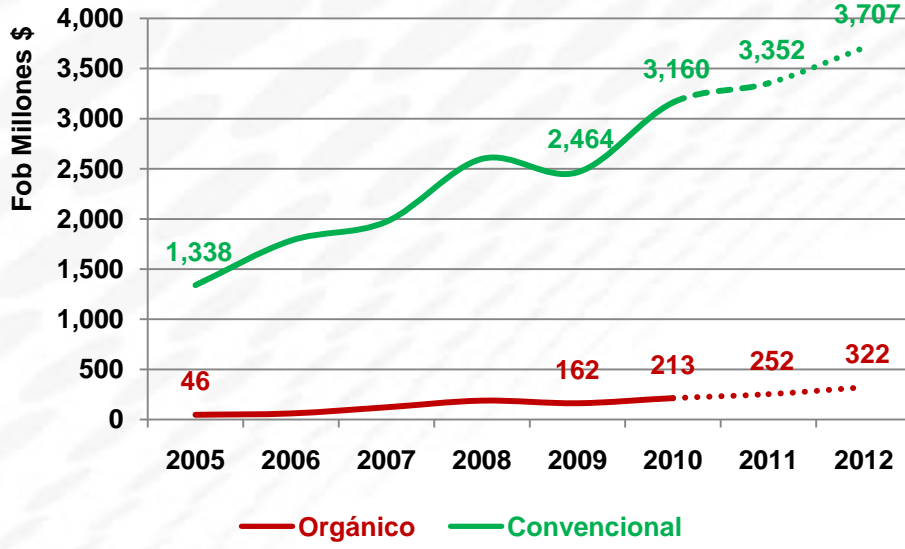
¿Cómo participar en una feria ? Caso Biofach 2011

SUB-DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN COMERCIAL



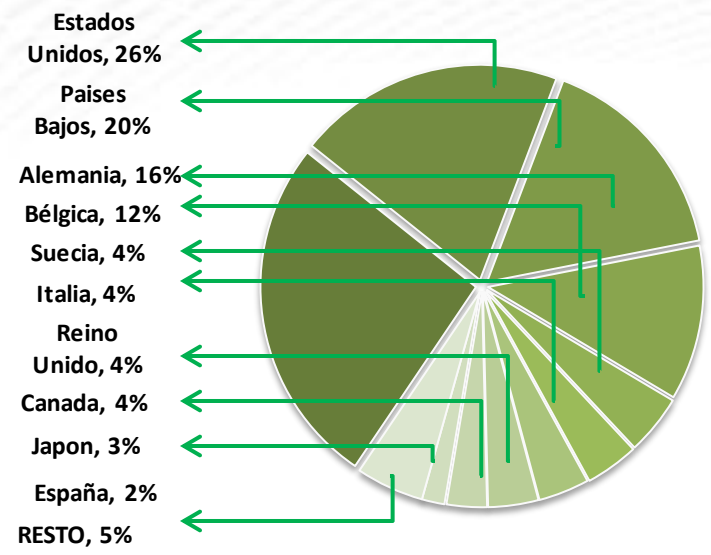
INDICE

- **Perú: Exportaciones de productos orgánicos**
- **QUÈ es Biofach?**
- **PORQUE participar en una feria comercial especializada?**
- **CUANDO participar?**
- **COMO participar ?**



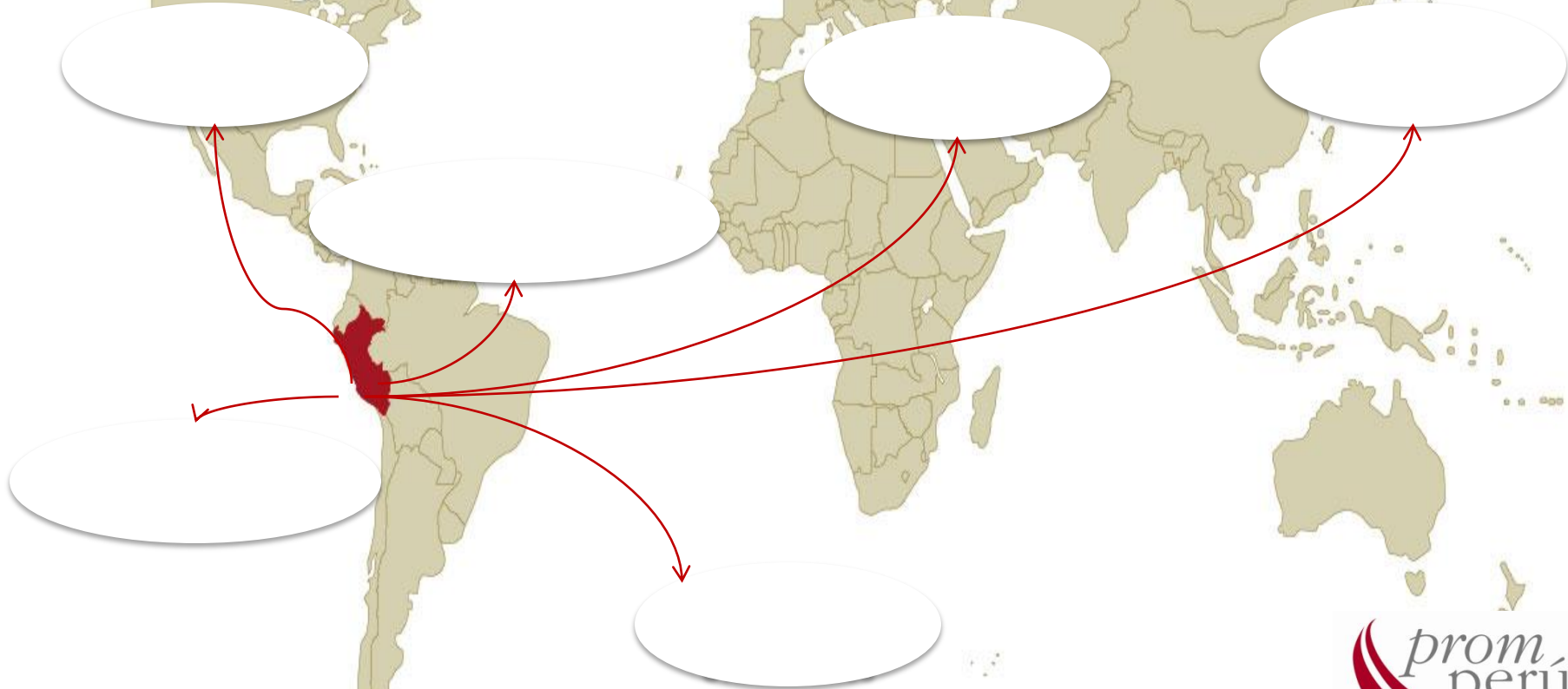
Proyección : 2011*

Principales mercados de productos orgánicos 2010













	% Varicación	
	2005 - 2010	2009 - 2010
Convencional	136%	28%
Orgánico	363%	31%

[Empty rectangular box for title or header text]



	Valor FOB Millones \$	Variación (%)	Acumulado (%)
	2010	09 - 10	2010

1		Café	108	30 %	51 %
2		Banano	56.6	8 %	77 %
3		Cacao	27.0	114 %	90 %
4		Quinoa	3.8	77 %	92 %
5		Mangos	3.2	76 %	93 %
7		Jengibre	2.6	137 %	94 %
6		Maca	2.5	30 %	96 %
8		Nueces	1.3	12 %	96 %
9		Jojoba	1.3	106 %	97 %
10		Espárragos	1.3	9562 %	98 %
		Resto	5.1	-1%	100 %
		TOTAL	213	31 %	

Espárragos orgánicos
2009: Sólo se exportó 13 mil USD


BIOFACH

- Feria **sectorial/especializada** de productos orgánicos
- Ediciones anuales:
Alemania, Estados Unidos, India, Japón, China, Brasil,

- **BIOFACH 2011- UNIÓN EUROPEA**

• N° de expositores	2 544
• N° de países participantes como expositores	85
• N° de pabellones de exhibición	9
• N° de visitantes	44 000
• N° de países participantes como visitantes	131

¿Porqué participar?

- 
- PROMOCIÓN
 - PUBLICIDAD
 - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
 - RELACIONES PUBLICAS
 - CAPACITACIÓN

- Promoción directa de productos
- Potenciar la cartera de clientes
- Reforzar la imagen de marca
- Apertura de mercados
- Información actualizada y tendencias.
- Análisis de la Competencia.
- Desarrollo de capacidades de negociación.

BIOFACH 2011 – PÁBELLÓN PERÚ







MACHU PICCHU FOODS

From Peru to the World

PERU



Machu Picchu Foods S.A.C.



USDA ORGANIC



prom perú





NARANJILLO

www.naranjillo.com

Passion
for

PERU

naranjillo

Passion for chocolate and coffee



Cómo participar en una FERIA

- Para participar en una feria se deberán considerar tres etapas :
 - **1. PRE – FERIA**
 - **2. DURANTE LA FERIA**
 - **3. POST – FERIA**

Agendas comerciales

- Citas pactadas antes y durante de la feria.
- Potenciales compradores identificados, exhibidores en la feria
- Precios referenciales y proyección de producción-ventas

Material publicitario



- Brochures
- Tarjetas personales
- Mailings
- Anuncios en revistas especializadas

- **DESARROLLO**
- **DE CONCEPTO**
- **Y LÍNEA GRÁFICA**

PERUVIAN COFFEE

The weather conditions, soil and the adequate handling of the coffee plant are responsible of the high quality of our coffee.

COFFEE PROCESSING

1 SOWING

Since the growers want to get fine coffee trees which produce a lot of big berries, they make a carefully pre-treatment of Arabica coffee seeds.



2 HARVEST

Peruvian growers are aware that proper handling of the plantation will allow harvesting healthy fruit. Ripe red cherries should be picked by hand.



3 WET PROCESSING

Fermentation is a process, which lasts approximately 16-30 hours. Only a long period of fermentation allows quality properties: rich aroma and special taste.



4 DRYING

To dry coffee, the growers use solar tents. In that way, they ensure that the beans do not have contact with the ground avoiding defects in cup.



5 SORTING AND GRADING

Trained workers practice hand-picked process in order to taking out all the defects until you get a Grade 1 coffee which is considered a special coffee.



6 QUALITY CONTROL

Coffee must be able to meet the quality requirements of buyers, expert cup testers are in charge of strict quality control, who give a punctuation under SCAA scale.

COFFEE GROWING AREAS



Coffee Growing Areas in the World



Special coffees have a particularly fine taste and are cultivated at high altitudes.

GOOD FOR BIRDS AND THE ENVIRONMENT

With 18,000 bird species, Peru is ranked as the 1st in bird friendly coffee production (39%).

Smiffsonian National Zoological Park



CERTIFICATIONS

- Organic
- Fairtrade
- Rainforest Alliance
- Utz Certified
- Bird Friendly - Shade Grown

PERUVIAN COFFEE CALENDAR

Depart.	Jan	Feb	Mar	April	May	June	July	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
AMAZONAS												
AYACUCHO												
CALAMARCA												
CUSCO												
HUANUCO												
JUNÍN												
LA LIBERTAD												
LAMBAYEQUE												
PASCO												
PIURA												
PUNO												
SAN MARTÍN												
MADEIRA DE DIOS												
UCAYALI												



DURANTE LA FERIA

- **Comportamiento profesional.**
- **Atención a potenciales clientes.**
- **Registro de la información obtenida.**
- **Evaluación de la competencia**
- **Participación en eventos paralelos (Ruedas de Negocios, Reuniones Técnicas, Congresos, Seminarios, Cocktail, inauguraciones.**



ECOANDINO

raw products

PERU

ecoandino.com

- **Evaluación de la información y organizarla.**
- **Socialización de los resultados.**
- **Seguimiento y monitoreo.**

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

- **PROSPECCIÓN**
- CADENA LOGÍSTICA
- CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

- Aldi Süd www.aldi-sued.de

- Basic www.basic-bio-genuss-fuer-alle.de

- Lotos www.naturkostladen-lotos.de

- Kartstadt www.karstadt.de



Paprika rot
 Ursprungsland: siehe Etikett
 Klasse: siehe Etikett
 500 g

-,99



Paprika Mix
 Ursprungsland: siehe Etikett
 Klasse: siehe Etikett
 500 g

1,59

ni
 nd: siehe Etikett
 Etikett

1,09



BIO Bio-Paprika Rot
 Ursprungsland: siehe Etikett
 Klasse: siehe Etikett
 300 g

1,79



Blumenkohl
 Ursprungsland: Frankreich
 Klasse: I
 Stück

1,19







DIE NUDELWERKSTATT
Spaghettini mit **Paprika**
200 g

DIE NUDELWERKSTATT
Spaghettini mit **Curcuma**
200 g

DIE NUDELWERKSTATT
Spaghettini mit **Paprika**
200 g



Stangenspargel, geschält
Zutaten:
Spargel, Wasser, Speisesalz,
Säuerungsmittel Citronensäure.
Mindestens haltbar bis: 31.12.2011

Füllmenge: **530 g e** Abtropfgewicht: **320 g**

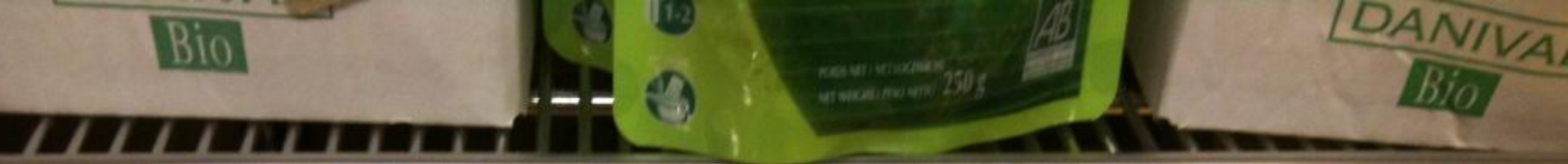
580

Hergestellt für:
REWE-Handelsgruppe GmbH
D-50603 Köln
www.rewe.de

Hergestellt in Peru.







Danival Express Dinkel
 5099 22000015 6 09 12 09
 250 g
 2,49 €
 100 g = 1,00 €

Danival express 4 Getreide
 5099 22000040 6 09 12 09
 250 g
 2,99 €
 100 g = 1,20 €

Danival Express Bulgur
 5099 22000015 6 110308
 41200
 250 g
 S
 103449
 K
 2,49 €
 100g = 1,00€



3,79 €

2,49 €

3,49 €



WHOLE FOODS

WHOLE FOODS

WHOLE MEALS TÔ GO

WHOLE

WHOLE MEALS TÔ GO

TÔ GO





POWER FOODS FOR THE MODERN LIFESTYLE

VITAMIN C | VITALITY | AMINO ACIDS

Camu Camu Powder

CAMU
POWER™



Rainforest Superfruit

Net Wt. 8 oz / 227 g



NAV

POWER FOODS FOR THE MODERN LIFESTYLE

ANTIOXIDANTS | VITAMIN A | BIOFLAVONOIDS

Vine Ripened Goldenberries

GOLDEN
BERRIES



Andean Superfruit

Net Wt. 8 oz / 227 g



NAV

Alaffia®

Handwoven African Grass Baskets

Our Fair Trade Baskets:

- *Are Certified Fair Trade
- *Contribute to Economic and Gender Equality
- *Are Environmentally and Culturally Sustainable
- *Are Hand-woven from Wild-harvested Grass
- *Preserve & Value Traditional Knowledge
- *Fund Community Empowerment Projects
- *Reduce Consumption of Plastic Bags
- *Are Strong, Durable, and Versatile with Myriad Uses:



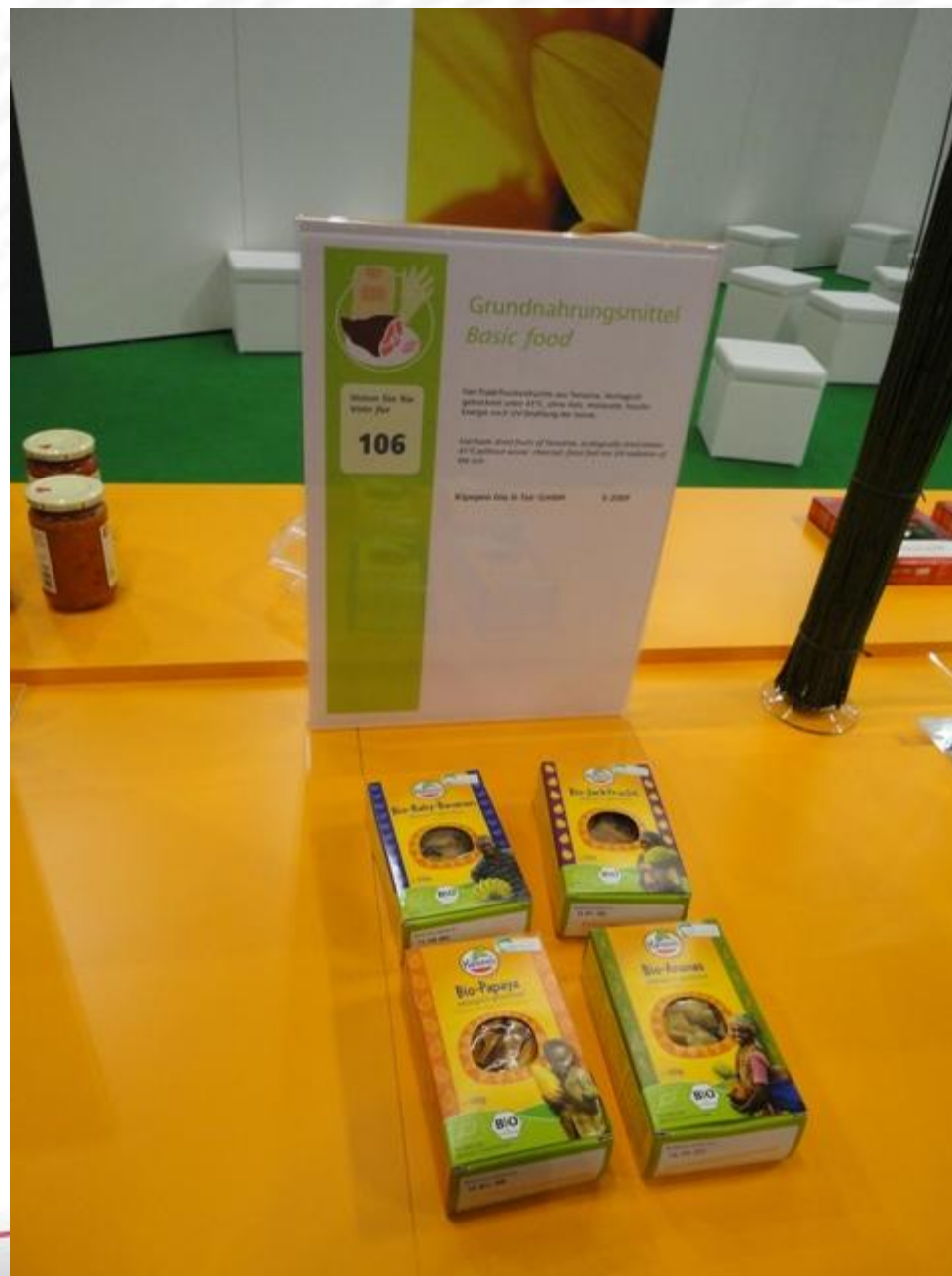
\$44.00
BCM



shoulder-bag

Traditionally, these bags hold coins to be awarded to favorite ceramic potters.

Hall de productos INNOVADORES





- El 6.7 % del valor de las exportaciones totales del sector Agro son orgánicas.
- El café, banano y cacao representan el 90% del valor FOB de exportaciones de productos orgánicos peruanos.

El otro 10% está conformado por productos como la quinua, el mango, el jengibre y la maca.

- De las 20 empresas líderes exportadoras en el periodo 2009-2010, aproximadamente dos tercios son asociaciones y cooperativas. Lo que indica que el sector orgánico representa un foco de desarrollo para las PYMES en el Perú.
- La Unión Europea es nuestro principal mercado de productos orgánicos con el 64% del valor de las exportaciones.
- Se han identificado productos nuevos con gran potencial de desarrollo debido a la demanda en el mercado europeo y estadounidense, como el caso del espárrago orgánico que recién se comenzó a exportar el año 2009.

ANTES



DESPUES





**Departamento de Agro y Agroindustria
PROMPERU**

William Arteaga: warteaga@promperu.gob.pe

Fernando Egoaguirre: fegoaguirre@promperu.gob.pe

Victor Sarabia: vsarabia@promperu.gob.pe

Maria Alarcón: malarcon@promperu.gob.pe

Lesly Vera: lvera@promperu.gob.pe



**CASO DE ÉXITO:
EMPRESA : CANDELA PERÚ**

CANDELA PERÚ

PARTICIPACIÓN BIO FACH 2011



CANDELA PERU

“Comercio Alternativo de Productos no Tradicionales y Desarrollo para Latinoamerica - Peru”

(CANDELA PERU)

Candela Perú desarrolla una de las principales actividades de Biocomercio en el Perú:

La recolección, procesamiento y exportación de la Nuez del Brasil y sus subproductos con valor agregado.

CANDELA PERU

- ✓ Organización de Comercio Justo que existe desde hace 22 años.
- ✓ Desarrollo de capacidades y fortalecimiento organizacional de los Productores.
- ✓ Mejoramiento de Calidad y Desarrollo de Nuevos Productos.
- ✓ Aseguramiento de Sostenibilidad.
- ✓ Desarrollo de Mercados.

MIEMBRO

- ✓ Miembro activo de la Organización Mundial de comercio Justo (WFTO) desde 1991.
- ✓ Procesador y Exportador autorizado en la Organización de Etiquetado de Comercio Justo (Fair trade Labelling Organization - FLO) desde 2004.
- ✓ Programa de Certificación Orgánica (certificado actualmente por Control Union Certifications) desde el 2001.
- ✓ Miembro fundador de la UEBT (Unión para BioComercio Ético)



NUESTROS PRODUCTOS

Todos nuestros productos cuentan con certificación orgánica bajo la empresa certificadora Control Union

- ✓ Castaña Orgánica.
- ✓ Chocolates orgánicos con castaña, aguaymanto o café.
- ✓ Aceite de castaña natural y tostado, aceite de castaña con ají y albahaca.
- ✓ Nuevos productos en base a recursos nativos de Peru tales como aguyamanto y sacha inchi.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS

¿Por qué participamos en Ferias Internacionales?



PARTICIPACIÓN EN FERIAS

- ✓ Expansión a nuevos mercados.
- ✓ Concentra en un solo lugar nuestra oferta, permitiendo acceder en corto tiempo a tomar contacto con nuestros clientes actuales y conocer clientes potenciales.
- ✓ Medio para dar a conocer la empresa y sus productos.
- ✓ Acceso a red de contactos.
- ✓ Permite analizar los productos, imagen, precios, etc. de la competencia a nivel internacional.
- ✓ Conocer la tendencia del mercado tanto en productos como en innovación tecnológica.

BIO FACH 2011

¿Por qué participar en Bio Fach?



BIO FACH 2011

- ✓ Bio Fach es la feria de mayor relevancia en el rubro de productos orgánicos a nivel mundial.
- ✓ Candela Perú ha logrado consolidar su posicionamiento a través de su presencia en la feria participando desde el año 2001.
- ✓ Bio Fach se ha convertido para Candela Perú en un espacio de aprendizaje para el desarrollo de nuevos productos orgánicos.
- ✓ Candela Perú ha logrado mejorar su competitividad en la oferta de productos al mercado organico internacional.

BIO FACH 2011

¿Qué permite a Candela Perú su participación continúa en la feria Bio Fach?

BIO FACH 2011

- ✓ Es parte importante de nuestra estrategia comercial para buscar aumentar nuestro nivel de ventas.
- ✓ Orientar nuestra estrategia de producción con la finalidad de abastecer a un mayor número de mercados.
- ✓ Mejorar la calidad de nuestros productos y ampliar nuestra oferta.
- ✓ Diversificar e innovar en nuevos productos y procesos.
- ✓ Profesionalizar nuestros conocimientos en términos de negociación, desarrollo de productos, red de contactos, tendencias del mercado, etc.
- ✓ Conocer directamente a nuevos clientes potenciales.

BIO FACH

- ✓ Representar a nuestro país a nivel internacional en mercados exigentes y competitivos.
- ✓ Facilitar un acercamiento hacia organizaciones y empresas que brindan apoyo y asesoramiento en diferentes áreas.
- ✓ Generar confianza entre nuestros clientes y asegurar la demanda sostenible a nuestros proveedores.

Gracias

