




PERU NATURA

2010

PERÚ
BIO DIVERSO



 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Federal Department of Economic Affairs FD EA
State Secretariat for Economic Affairs SECO

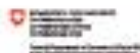


PEQUEÑOS CAMBIOS QUE MARCAN GRANDES DIFERENCIAS EN LA VIDA Y EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS

PERÚ
BIODIVERSO



R. E. B. S. S.



prom
perú

PERÚ NATURA 2010

Antecedentes



El evento se desarrolló en marco de la Feria ExpoAlimentaria Perú 2010 organizada por ADEX, del 22 al 24 de setiembre.

PERUNATURA estuvo organizado por:

- PromPerú

Con el apoyo de:

- Proyecto PeruBiodiverso: SECO-GTZ
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Antecedentes

- Sector de **ingredientes y productos naturales** en constante desarrollo
- Demanda creciente de **productos naturales**
- Oferta exportable **diversificada.**
- Empresas a **nivel nacional.**



Ubicación



EVOLUCIÓN DEL EVENTO



EXPOSITORES

Empresas participantes

- Empresas del sector de ingredientes y productos naturales
- Principalmente empresas exportadoras y/o con potencial exportador
- Empresas con diversidad de productos de alta calidad y presentaciones innovadoras.
- Convocatoria a nivel nacional con el soporte de GTZ y Promperu Regiones



Empresas participantes

- ABT PRODUCTOS NATURALES SAC
- AGROINDUSTRIAS AMAZÓNICAS SA
- ANDEAN ROOTS SRL
- ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO DE PIURA – APPROCAP
- ASOCIACIÓN ESPECIALIZADA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE – AEDES
- CANDELA PERÚ  
- CENTRO TAKIWASI
- CONSORTIUM BIO AGRIBUSINESS
- ECOBOSQUE SRL
- EMPRESA COMUNAL SANTA MARIA DE LOCUTO SRL
- INDUSTRIA ALIMENTARIA FORTIFICADA SAC
- INDUSTRIAS SISSA
- INKA GOLD INVESTMENTS SAC
- INVERSIONES 2 A SRL 
- KOKEN DEL PERU SRL 
- LA CHOLITA FABRICA DE CHOCOLATES S.A.- ANDEAN FOODS 
- MACHU PICCHU TRADING SAC
- MOLINERA LOS ANGELES SRL
- PERUVIAN HERITAGE SAC
- PERUVIAN NATURE S&S SAC 
- PRODUCTOS ENCURTIDOS SA
- RODA SELVA SAC 
- SHANANTINA
- TUCHPA AMAZÓNICA SAC
- UNIÓN DE NEGOCIOS CORPORATIVOS SAC
- UNIÓN FARMACEÚTICA NACIONAL SRL
- VILLA ANDINA SAC  

Productos



Aceite de
Sacha Inchi



Sirope de
Aguaymanto



Snack de
Sacha Inchi



Jugos de
frutas con
Camu camu



Tortilla de
maíz morado

Aguaymanto
deshidratado



COMPRADORES

Compradores

Selección

- Base de datos del Programa de Promoción de Biocomercio
- Compradores identificados en ferias 2009-2010
- Información Proyecto PerúBiodiverso

Convocatoria

- En coordinación con la Sub Dirección de Promoción Comercial y ADEX se convocaron compradores especializados en productos naturales.
- Validación por Consejeros Económicos - MRE

Compradores invitados

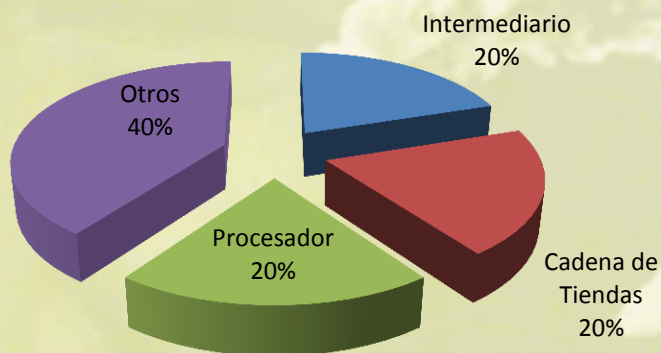
PERUNATURA
2010

- Tropextrakt - Alemania
- Ciranda - EEUU
- Plantes Etoiles - Francia
- Pronatura - Francia
- Naturkost Ubelhor - Alemania
- SUNopta - Holanda



Compradores

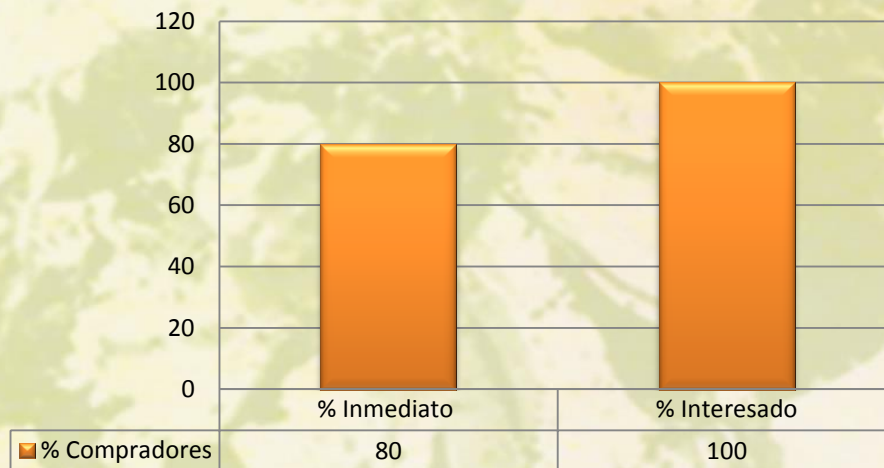
Tipo de Compradores



Información analizada en base a la respuesta de 5 compradores

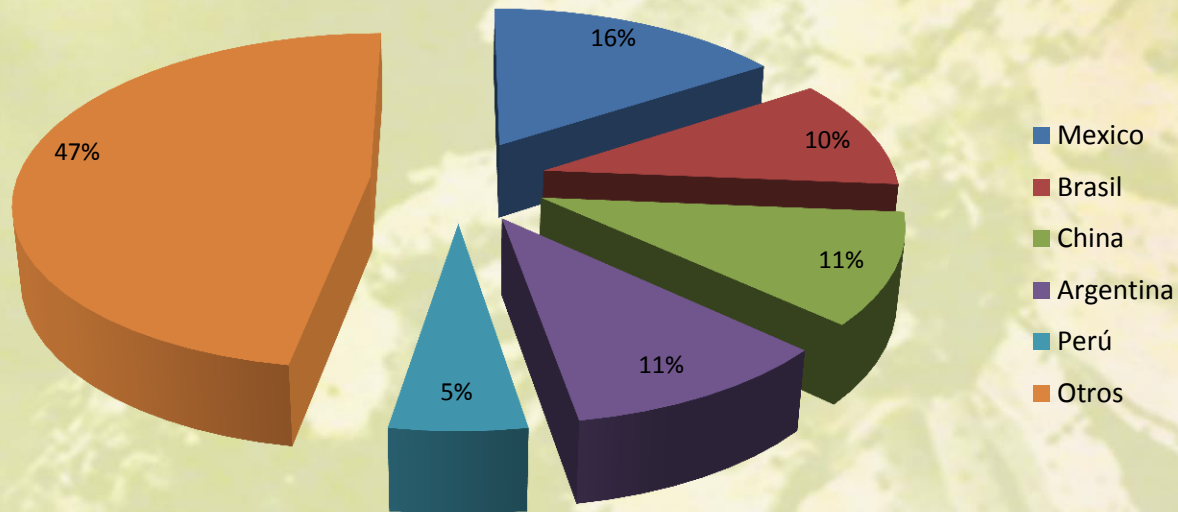
El 100% manifestó haber logrado sus objetivos con un buen nivel de contactos realizados durante el evento, y considerando a la feria como buena en líneas generales.

Disposición de los compradores



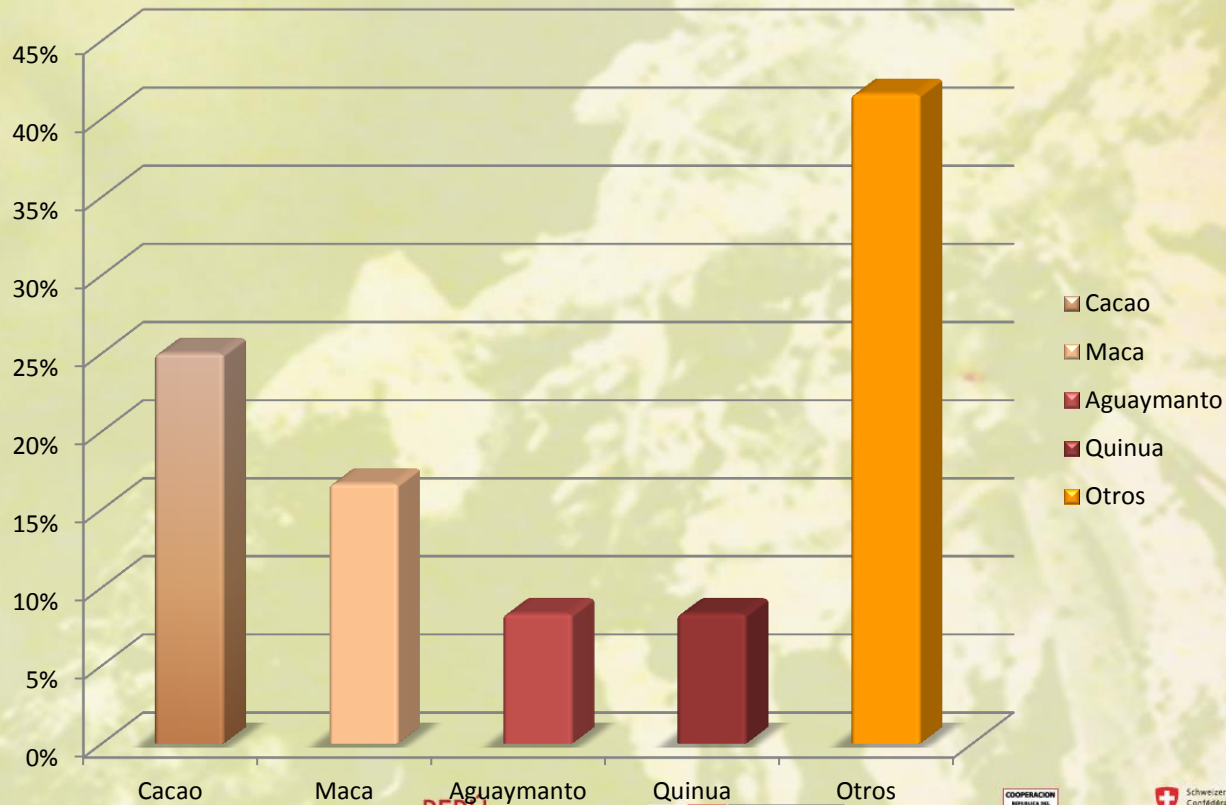
Compradores

Países a los que compran actualmente



Compradores

Productos en los que manifestaron interés



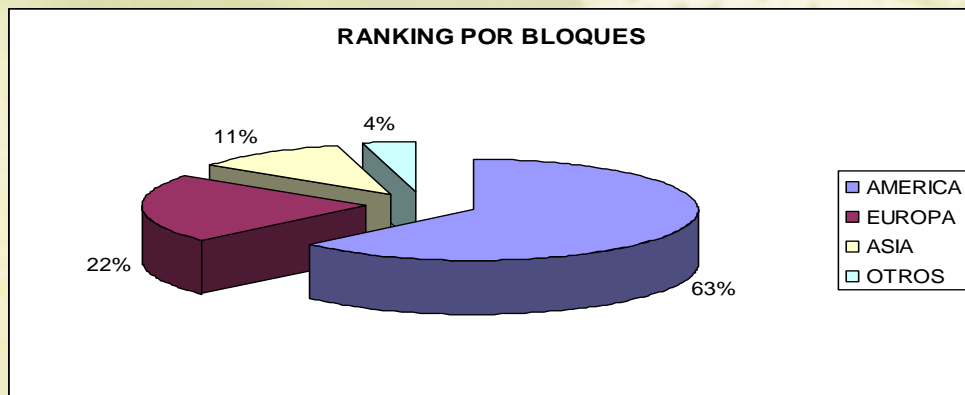
Compradores

80% de compradores manifestaron haber concretado sus ofertas con expositores dentro de Expoalimentaria y Perúnaturaleza.

Cabe precisar que algunos de ellos concretaron negocios con empresas de la cartera de clientes de Biocomercio que no estuvieron en la presente edición de Perúnaturaleza (Por ejemplo: Naturkost y Green Export, Tropextrakt y Ecoandino).



Empresas participantes



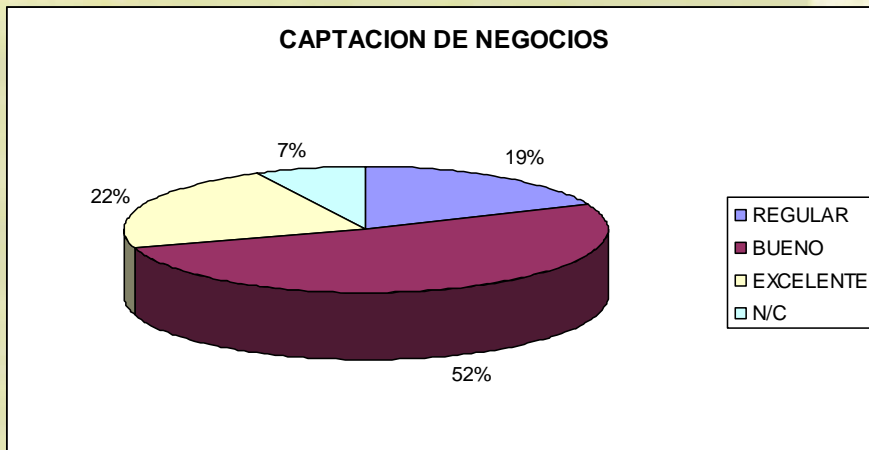
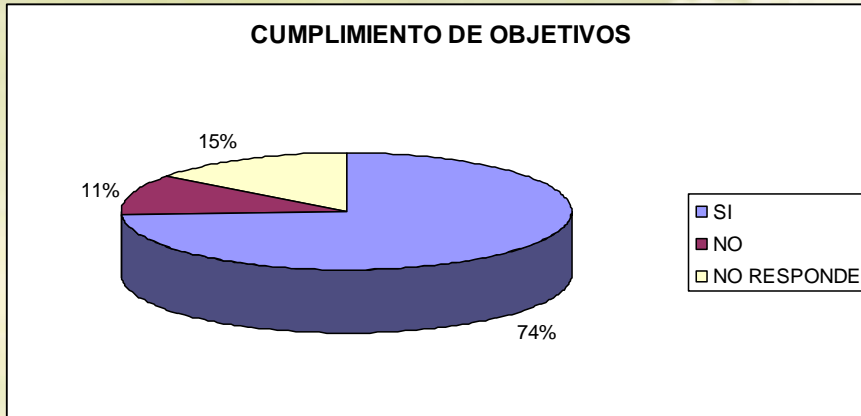
Fuente: Encuestas expositores
Elaboración: Biocomercio-Promperu

PAIS	%
ESTADOS UNIDOS	16
CHILE	10
FRANCIA	8
COLOMBIA	7
ECUADOR	7
COREA	5
ALEMANIA	4
ARGENTINA	4
MEXICO	4
JAPON	4
BRASIL	3
VENEZUELA	3
OTROS	26

COMPRADORES POR REGIÓN:

- 63% de compradores corresponden a la Región de América liderados por EEUU.
- 22% de compradores de Europa: Francia y Alemania.
- 11 % de compradores de Asia: mercado potencial

Resultados cualitativos



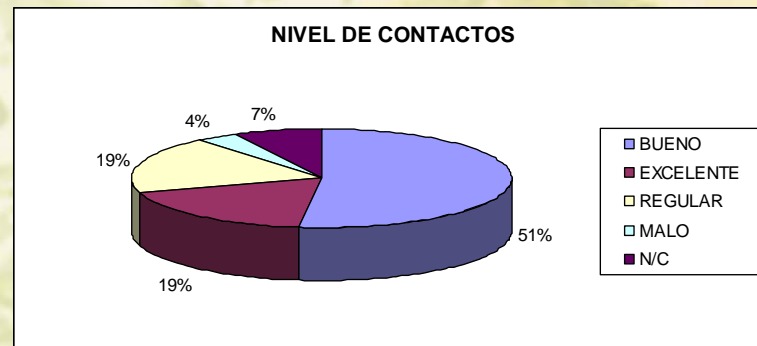
•74% de los participantes cumplieron los objetivos trazados en relación a la captación de negocios.

•93% de los expositores expresaron intención de participar en la próxima edición de PeruNatura.

Fuente: Encuestas expositores
Elaboración: Biocomercio-Promperu

Contactos realizados

TIPO DE CONTACTO	Nº
Intermediario/Trader	159
Exportador	52
Agente	73
Distribuidor	52
Importador	26
Procesador	11
Otros	46
Cadena de tiendas	41
Minorista	20
TOTAL	480



Fuente: Encuestas expositores
Elaboración: Biocomercio-Promperu

- 480 citas de negocio.
- 18 citas por empresa en promedio.
- 70% de satisfacción con el nivel de contactos realizados.

MONTOS NEGOCIADOS

Ventas Concretadas
aproximadas
US\$: **297,500.00**

Ventas Proyectadas
aproximadas
US\$: **5,725,000.00**



Concepto: negocios sostenibles



- ❖ **Convocatoria:**
 - Invitaciones personalizadas
 - Postales con programa del evento
 - Web
 - Cóctel
- ❖ **Showroom**
- ❖ **Stands**
 - Banners PeruNatura en cada stand
 - Frisos uniformes
- ❖ **Material impreso**
 - Folleto Biocomercio
 - Merchandising

Home **PERUNATURA 2010** Información General Expositores Compradores Foro
Galería de Fotos Enlaces Contáctenos

¿Qué es? ¿Qué buscamos? Ficha Técnica Organizadores

¿QUÉ ES?: FERIA Y FORO

La importancia del comercio como un incentivo positivo para la conservación de la biodiversidad es crecientemente reconocida en el ámbito nacional e internacional como lo demuestran las últimas tendencias de mercado.



Numerosos esfuerzos se están desarrollando para promover la inclusión de aspectos ambientales y sociales en actividades de comercio, tendencia que constituye una oportunidad para el sector empresarial peruano que trabaja responsablemente los recursos de la biodiversidad.

En este contexto, el propósito del fomento del Bioturismo en el Perú es contribuir con el desarrollo económico sostenible en las zonas rurales del país en base al uso adecuado de los recursos de biodiversidad que ofrecen, de cara a las tendencias de mercado que demandan este tipo de productos.

PERUNATURA constituye la principal plataforma para la promoción de productos desarrollados bajo principios de sostenibilidad ambiental, social y económica: biocomercio, orgánicos y comercio justo.

La cuarta edición de PERUNATURA 2010 se realiza en el marco de la Feria Expo Alimentaria Perú del 22 al 24 de setiembre en el Cuartel General del Ejército - Pentágono.




pequeños cambios
GRANDES
DIFERENCIAS



DEL 22 AL 24
DEL SEPTIEMBRE

PERUNATURA 2010

MACA
MAIZ DE YUCA




La maca crece en valles en el lado del norte entre los 3000 y los 4000 metros. Y desde hace más de 2 mil años es cultivada por los habitantes de las Sierritas del Lago Chichabapuchi, quienes una raíz que parece tener propiedades únicas e inusuales, los convierte en los cultivadores orgánicos peruanos que hoy les ayudará a crecer de cara al resto.

PERUNATURA 2010

Expoalimentaria Perú 2010 - Cuartel General del Ejército (Pentágono, Puerta Nº 4)

QUINUA



EL VERDADERO ORO DE LOS ANDES. Con 5000 años de antigüedad, la quinua tiene el doble de proteínas que cualquier otro cereal en el mundo. Sus duras y almas envolturas que constituyen el verdadero oro de los Andes. Un producto que hoy se consume con el mundo por pequeños agricultores, especialmente del departamento de Puno, que produce el 80 por ciento del total nacional.

PERUNATURA 2010

Expoalimentaria Perú 2010 - Cuartel General del Ejército (Pentágono, Puerta Nº 4)



Exportadores peruanos dan a conocer lo mejor de su oferta en Productos Naturales



Veintiséis expositores de productos naturales, entre empresas y asociaciones de productores de diversas regiones del país, darán a conocer lo mejor de su oferta exportable en el PERU NATURA 2010. El evento, organizado por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU y el Proyecto

PeruBiodiverso (Cooperación Técnica Alemana -

GTZ y la Cooperación Suiza – SECO), se desarrollará del 22 al 24 de septiembre en el marco de la EXPOALIMENTARIA 2010.

PERU NATURA en su cuarta edición es considerado la principal plataforma para la promoción de productos naturales desarrollados bajo principios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

La actividad será punto de encuentro entre los productores de ingredientes naturales, productos orgánicos, nutracéuticos y de comercio justo, con representantes del sector de transformación para fomentar alianzas y así incrementar el comercio nacional e internacional.

Cabe mencionar que en países como Japón se consume galletas de maca hechas en Perú; en los Estados Unidos se distribuye **sacha inchi como snack**; en Malasia se elabora **crema para bebés de Sacha Inchi**; y en el Reino Unido se fabrica **crema de afeitar a base de maca**, la cual es comercializada en países como Turquía y Tailandia, entre otros.

El Comercio.pe

Agréganos: F
25 de octubre d

PORTADA

ELECCIONES

DEPORTES

ESPECTÁCULOS

GASTRONOMÍA

Maiz morado, quinua y algarr... los productos más solicitados Expoalimentaria 2010

Prom-Perú coordinó la asistencia de unos 100 compradores internacionales como Supervalve y Sysco de Estados Unidos, Loblaw de Canadá de Chile, Cargofresh de España y Lead of Japan de Japón

Jueves 30 de septiembre de 2010 - 08:56 am



Conclusiones

- Las empresas expositoras mostraron un adecuado nivel de satisfacción.
- Se realizaron 480 citas de negocio con 70% de satisfacción por el nivel de contactos realizados.
- El monto negociado a 12 meses ascendió a US\$ 5 725 000 habiéndose concretado negocios por US\$ 297 000.
- PeruNatura ha evolucionado habiéndose fortalecido el componente comercial del evento.
- Empresas a nivel nacional: 50% regiones
- Interés por productos de biocomercio difundido en prensa.

PROGRAMA NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL

BI  **COMERCO** **PERU**

Muchas gracias