



FERIA FRUIT LOGISTICA 2013

RESULTADOS

Victor Sarabia M.

Agro y Agroindustrias.

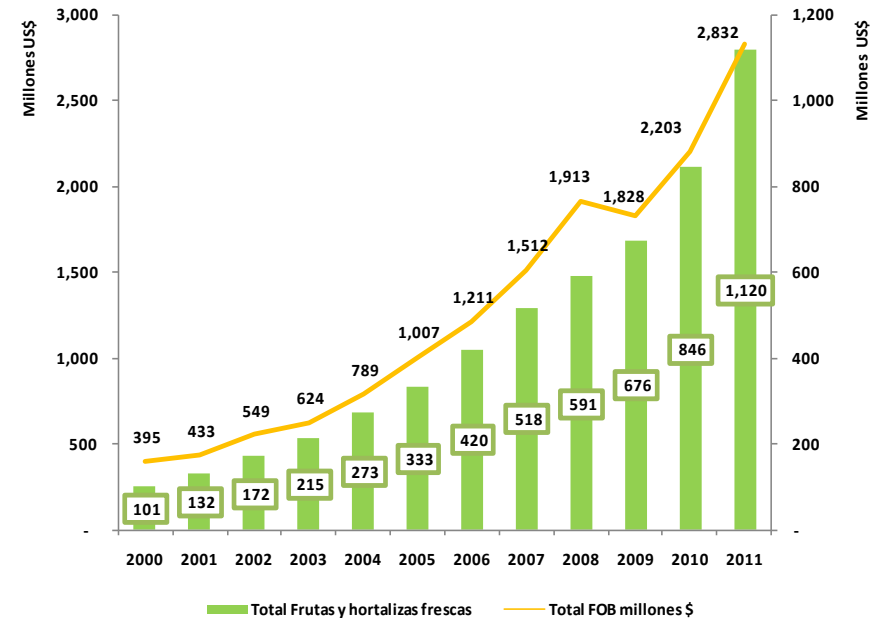


NADIE SABE QUE ESTAS
EXHIBIENDO HASTA QUE LO
COMUNICAS



El Contexto

- Las agro exportaciones crecieron 27% /año entre el 2000 y el 2011.
- Factores de crecimiento: estabilidad macroeconómica, acuerdos comerciales, incremento de la demanda mundial de alimentos.
- Perú: actor importante en la industria mundial, por su biodiversidad y alta productividad.
- Inversiones en nuevos proyectos, agrícolas, promoción comercial (misiones comerciales, ferias).



Fruit Logistica 2013: Perú Invitado de Honor

Objetivo:

Presencia peruana
en el marco de la
feria Fruit Logistica
2013

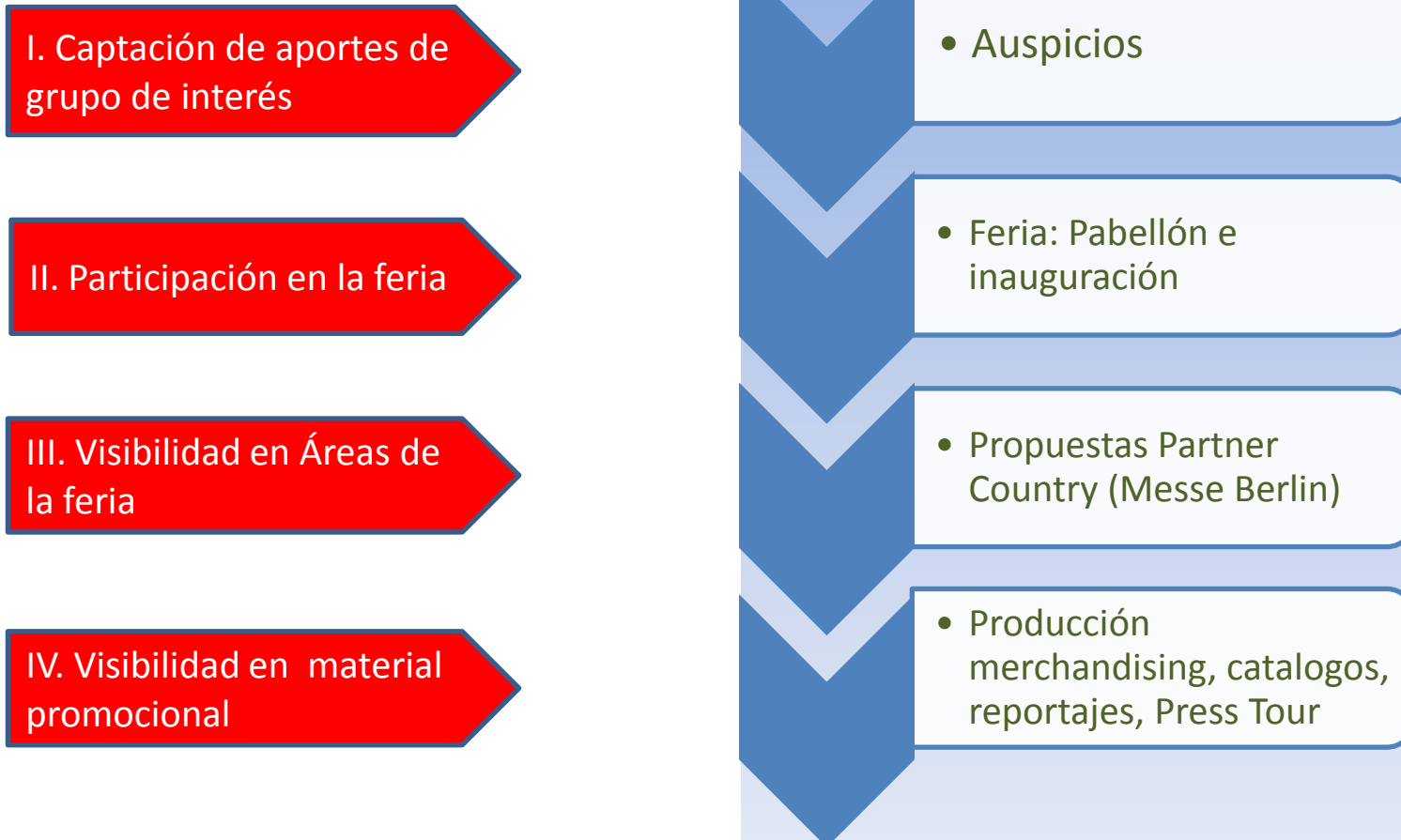
Estrategia:

Promover al Perú
como un país
reconocido por su
diversidad, calidad
de su oferta
exportable y su
sector empresarial

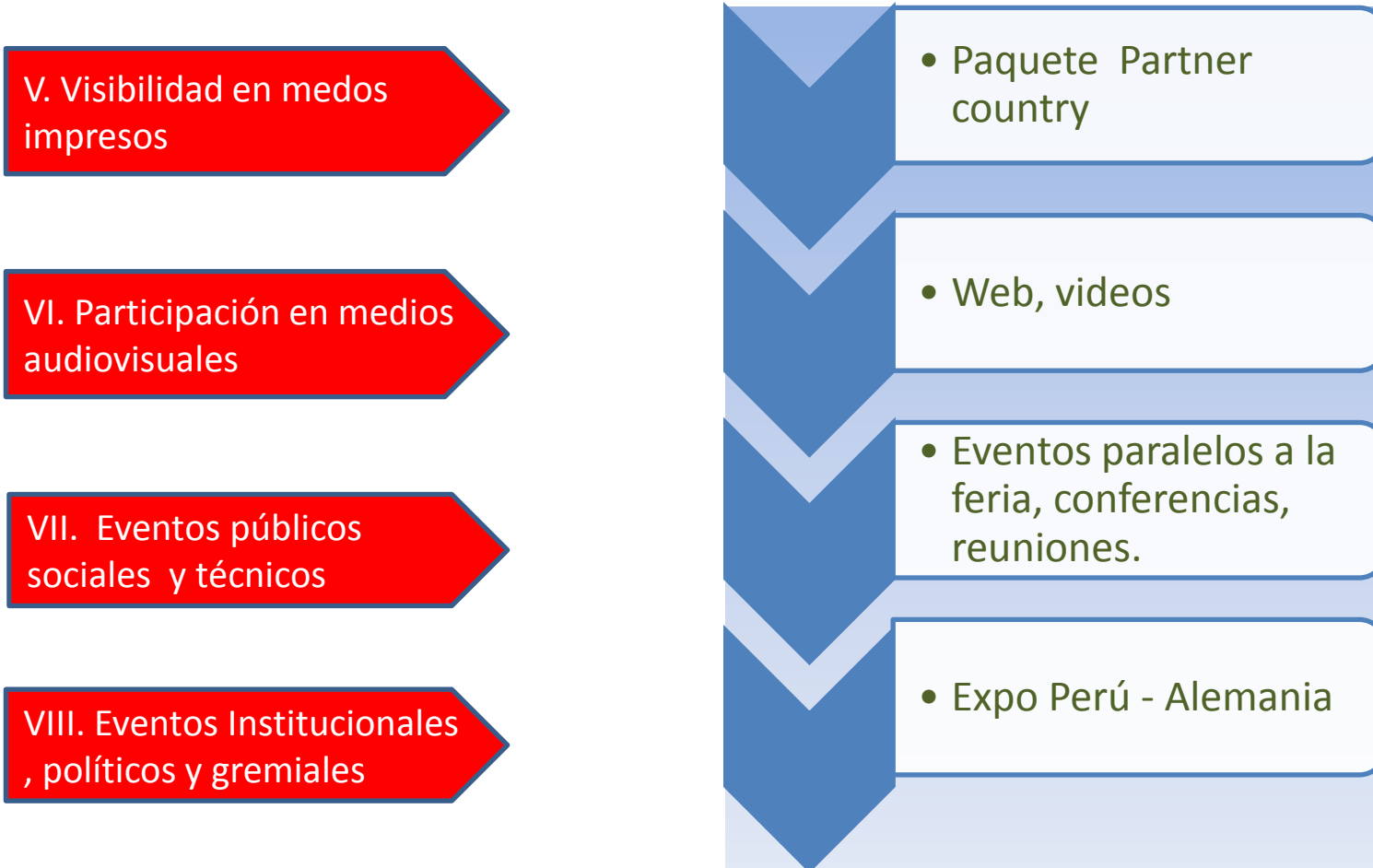
Metas y
Subproyec
ctos



Metas y Sub Proyectos



Metas y Sub Proyectos



Ejecución, aprobación, coordinaciones



El Plan de trabajo

Estrategia	Metas	Actividades	Sub actividades	Cantidad	Entregable / producto	Responsable	Enviado a / Coordinado con	Aprueba:	Intervienen	Status	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero							
											1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Promover la presencia del Perú en el mercado europeo como un país reconocido por su diversidad, la calidad de su oferta exportable y el trabajo de su sector empresarial.	I. Captación de aportes de grupos de interés	Captación de auspicios con proveedores de servicios	Elaboración de propuestas	1	auspicios	Auspicios	OST	Sector, SPCD	Sector, UFE	proceso					07-dic															
			Selección de auspiciadores	1	auspicios	Auspicios	OST	Sector, SPCD	Sector, UFE	proceso					07-dic															
			Elaboración de propuestas	1	auspicios	Auspicios	OST	Sector, SPCD	Sector, UFE	proceso					07-dic															
			Selección de auspiciadores	1	auspicios	Auspicios	OST	Sector, SPCD	Sector, UFE	proceso					07-dic															
	II. Participación peruana en la feria FL2013 como País invitado de Honor	I.1. Convocatoria a empresas exportadoras, delegación de empresarios	Convocatoria a empresas exportadoras. Elaboración de cuadro de contactos. Construcción de pabellón. Procesos administrativos (adenda)	23 empresas registradas	Lista de delegación	Sector	Messe Berlin GmbH	Agro / SPCD	UFE + Sector	concluido					10-dic															
				1				Legal, SPCD, Adm			concluido					30-nov														
				1	Concepto	UFE	Messe Berlin GmbH	DPE, DPIP	proveedor, Sector, UFE	en proceso					####									6-8 Feb						
				1	Diseño	UFE	Messe Berlin GmbH	DPE, DPIP	proveedor, Sector, UFE	en proceso					####									6-8 Feb						
				23	gráficas, cenefas, logos	UFE	Messe Berlin GmbH	DPE, DPIP	proveedor, Sector, UFE	no iniciado												10-ene					6-8 Feb			
				23	servicio	UFE	Messe Berlin GmbH	UFE	proveedor, Sector, UFE	no iniciado																	01-feb			
				3	3 personas de apoyo	UFE	Messe Berlin GmbH	UFE	proveedor, Sector, UFE	no iniciado																	25-ene			
				1 servicio	servicio en el pabellón	UFE	OST	UFE	proveedor, Sector, UFE	en proceso																	6-8 Feb			
				III. Visibilidad en áreas ext. e int. (espacios públicos y recinto ferial), en FL2013	Elaboración de espacios publicitarios exteriores en el recinto ferial. Auspicio del centro de prensa (ACP): banners, brandeo de sala de prensa y conferencias.	Elaboración de diseños	5	Artwork	UAP	MB Capital Services GmbH: Ms. Lilith Streb-Schneider	DPE, DPIP	Imagen, UFE, Sector	concluido					14-nov												
						diseño y envío	4	Artwork	UAP	MB Capital Services GmbH. c/o Ms. Gudrun	DPE, DPIP	Imagen, UFE, Sector	en proceso					23-nov												
	IV. Visibilidad en material promocional, merchandising, etc	Producción de bolsas	1200	Bolsas	UAP+ UFE	Almacen Embajada	Sector, SPCD	Imagen, UFE, Sector, Logística	en proceso									07-dic								25-ene				
		Producción de gorras	1000	Gorras	UAP+ UFE	Almacen Embajada	Sector, SPCD	Imagen, UFE, Sector, Logística	en proceso									07-dic								25-ene				
		Producción de pines Marca	500	Pines	UAP+ UFE	Almacen Embajada	Sector, SPCD	Imagen, UFE, Sector, Logística	en proceso									07-dic								25-ene				
		Producción de Set de Pisco	500	Cajitas	UAP+ UFE	Almacen Embajada	Sector, SPCD	Imagen, UFE, Sector, Logística	no iniciado																	25-ene				
		Producción chullos	1000?	Chullos	UAP+ UFE	Almacen Embajada	Sector, SPCD	Imagen, UFE, Sector, Logística	no iniciado																	25-ene				
		Producción press cards, lanyards (paquete ACP)	Diseño de press cards	1000 press cards	Artwork	UAP	MB Capital Services GmbH Advertising & Sponsoring	DPIP	Imagen, UFE, Sector	no iniciado									23-nov											
			Diseño de lanyards de prensa	1000 lanyards	Artwork	UAP	MB Capital Services GmbH Advertising & Sponsoring	DPIP	Imagen, UFE, Sector	no iniciado									23-nov											



Y por qué una feria?

- Herramienta de promoción comercial efectiva.
- Información actualizada y tendencias del consumo, inteligencia comercial.
- Análisis y medición de la competencia.
- Marketing mix: Promoción, Publicidad, Investigación de Mercados, Relaciones públicas.



PERU: INVITADO DE HONOR EN FRUIT LOGISTICA 2013 - RESULTADOS

- I. Ficha técnica de la feria
- II. Ubicación y características del Stand.
- III. Empresas participantes
- IV. Actividades: montaje, inauguración, eventos, degustación
- V. Otros pabellones
- VI. Productos y presentaciones
- VII. Premio al a Innovación.
- VIII. Estadísticas de la Feria
- IX. Conclusiones.



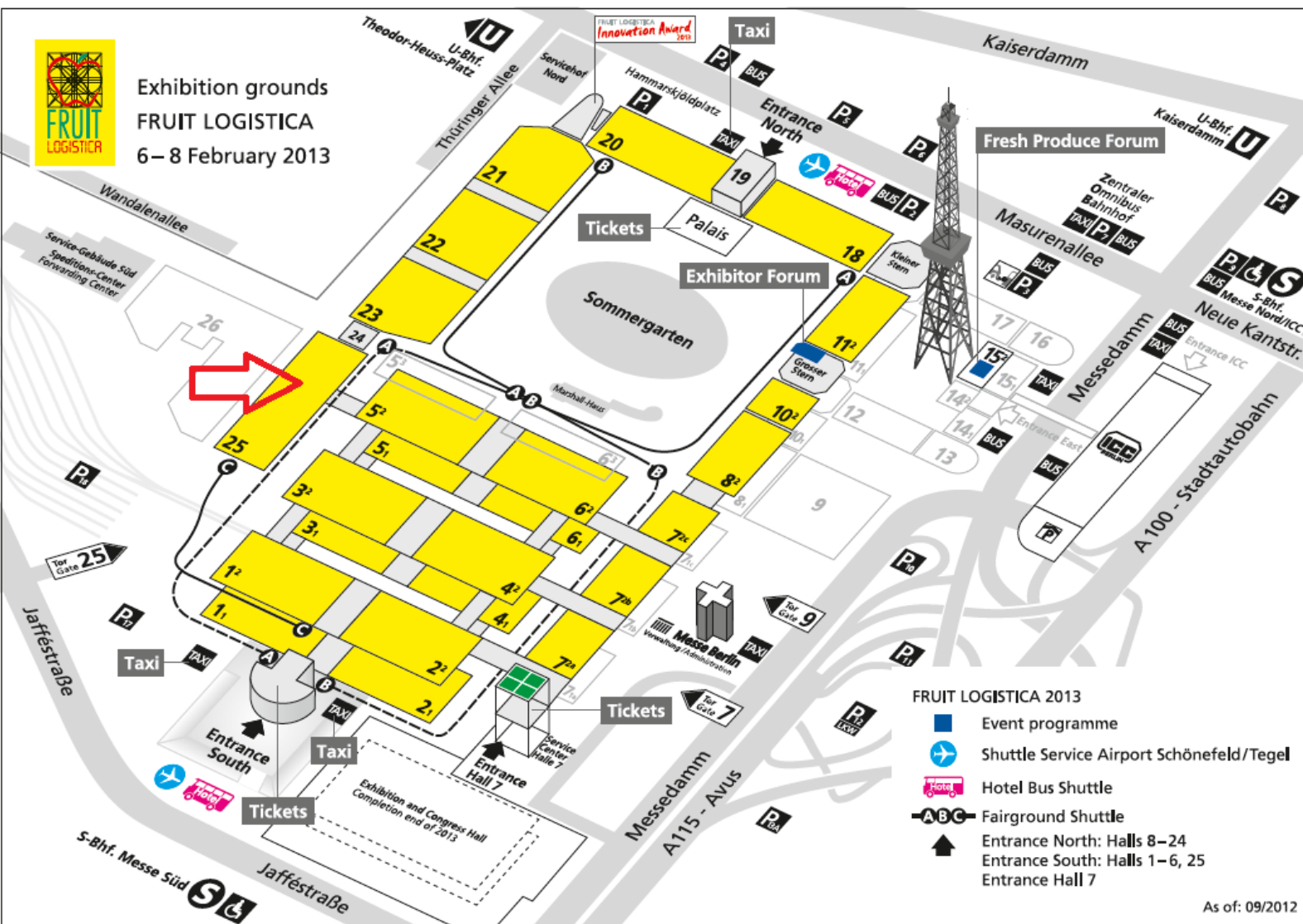
- ✓ Nombre Oficial: FRUIT LOGISTICA 2013
- ✓ Tipo de Feria: Profesional, especializada. Sector: Alimentos
- ✓ Fecha: 06- 08 de Febrero
- ✓ Edición: 2013. Frecuencia: Anual
- ✓ Lugar de Celebración: Messe Berlin – ICC. Messedam 22. 14055 Berlin
- ✓ Precio de la Entrada : 56.00 Euros
- ✓ Organizador: Mese Berlin (<http://www1.messe-berlin.de>)
- ✓ Superficie: 80,000 m2
- ✓ Número de Asistentes: 58,000 de 139 países.
- ✓ Fecha de Próxima Edición: 05 – 07 Febrero 2014
- ✓ Productos Presentados en la Feria: Frutas frescas, Hortalizas frescas. 4ta Gama (Frutas y hortalizas frescas, listas para consumir).



Ubicación y características del Pabellón



Exhibition grounds
FRUIT LOGISTICA
6–8 February 2013

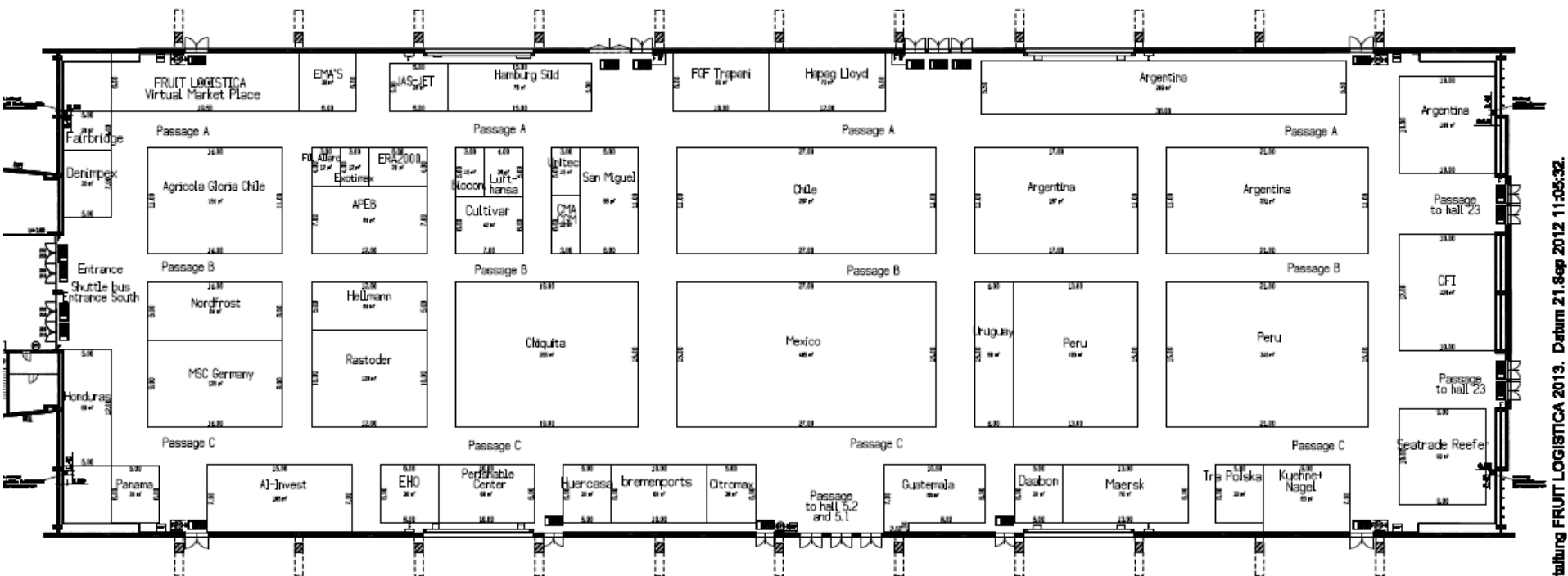


- FRUIT LOGISTICA 2013**
- Event programme
 - Shuttle Service Airport Schönefeld/Tegel
 - Hotel Bus Shuttle
 - Fairground Shuttle
 - Entrance North: Halls 8–24
Entrance South: Halls 1–6, 25
Entrance Hall 7

As of: 09/2012

Ubicación y características del Pabellón

Hall 25



rehabilitando FRUIT LOGISTICA 2013. Datum 21. Sep 2012 11:05:32.



Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

2. Diseño del Stand

OBJETIVO: CAPTAR LA ATENCIÓN DEL CLIENTE

Visitante promedio: Visita 25-31 stands,
Invierte 5 – 15 minutos por visita,
Invierte 9.2 horas en una feria de 2-3 días,

...entonces...**no tenemos mucho tiempo!!!**



Pabellón PERU



Pabellón PERU





25

Halle 25

Panama

Sierra Exportadora

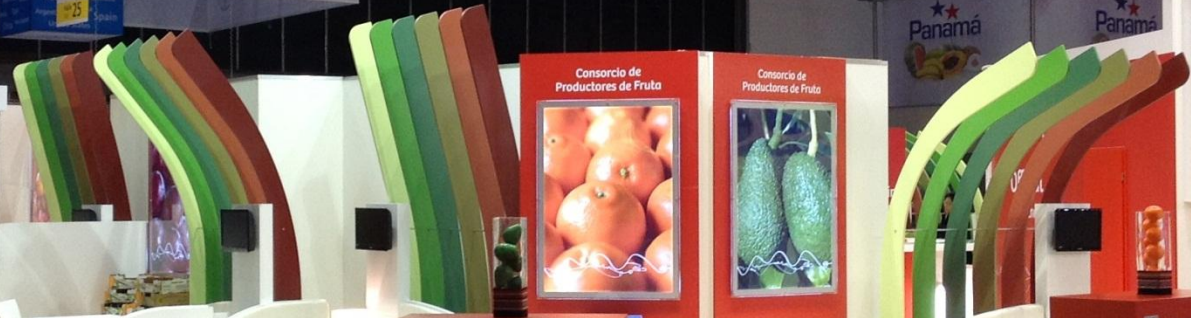
Introducing Flavour
a hotel p...

Island Perú

www.2010.org



NE+NAPEL
C



Panamá



Perú

25
25
Passage Hall 5-1-7



Perú

Camposol

Captivating
flavors
variety & quality



Perú

Argentina



Perú

Chile

Perú



Fru

Fresh solutions

Perú



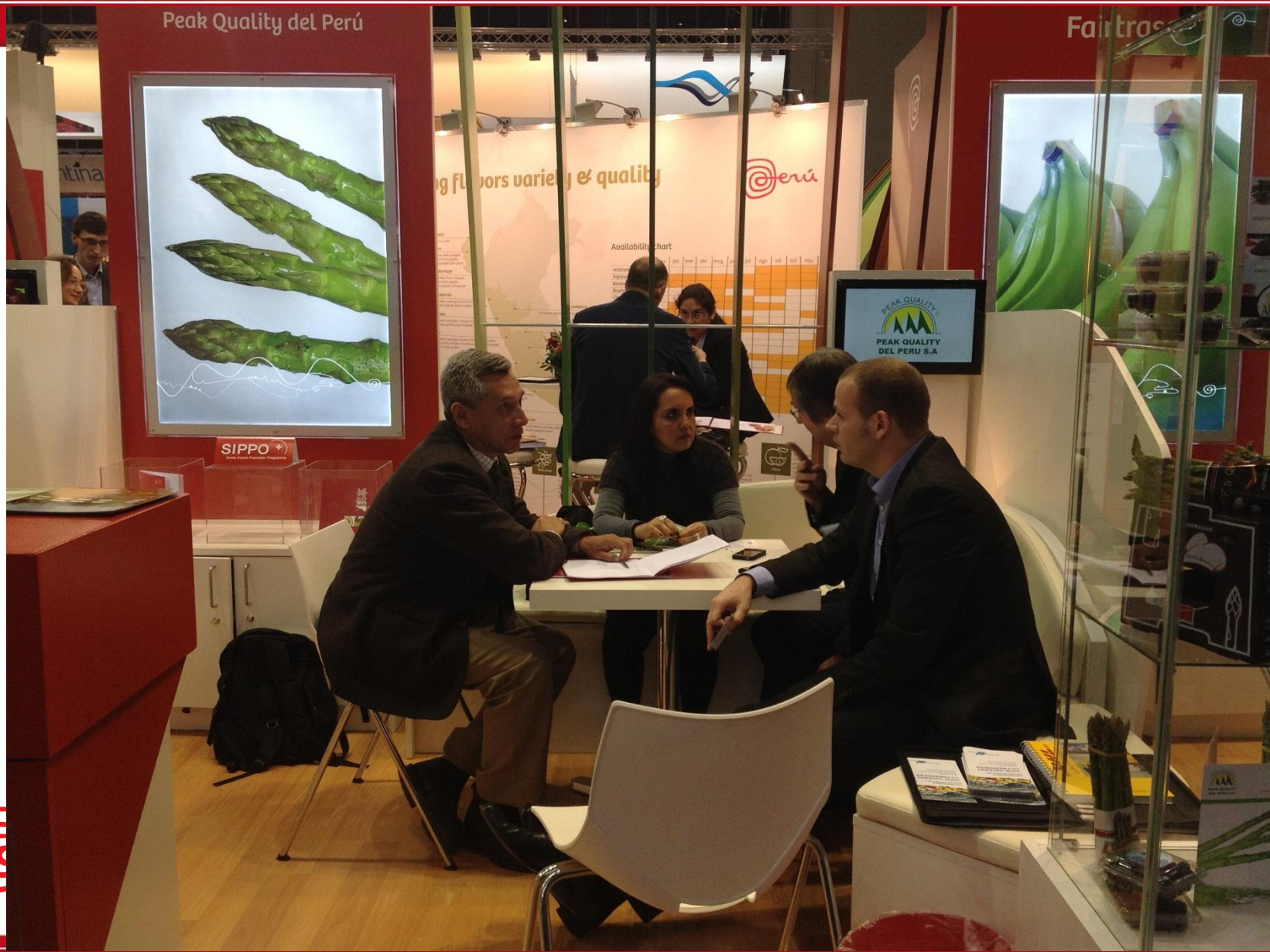
Pabellón Perú - stand



Pabellón Perú – sala vip



Pabellón Perú – modelo de stand





Official
Partner Country



Captivating flavors variety & quality



Due to its geographic location, Peru produces fruits and vegetables in counter-season and throughout the entire year.



TUMBES

Bananas, limes

PIURA

Bananas, limes, mangoes, passion fruits, paprika, piquillo pepper, table grapes

LAMBAYEQUE

Artichokes, limes, mangoes, passion fruits, paprika, piquillo pepper, table grapes

LA LIBERTAD

Artichokes, asparagus, passion fruits, avocados, paprika, piquillo pepper

ANCASH

Artichokes, asparagus, mangoes, passion fruits, avocados, paprika, piquillo pepper, table grapes

LIMA

Artichokes, asparagus, lucuma, mandarines, mangoes, passion fruits, oranges, avocado, paprika, piquillo pepper, tangelos, table grapes

HUANUCO

Artichokes, passion fruit (granadilla)

JUNIN

Artichokes, pineapple, citrus

HUANCAVELICA

Artichokes, avocados

AYACUCHO

Blueberries, avocados

APURIMAC

Blueberries, avocados

ICA

Artichokes, asparagus, mandarines, oranges, avocados, paprika, piquillo pepper, tangelos, table grapes

AREQUIPA

Artichokes, garlic, sweet onions, avocados, paprika, piquillo pepper, table grapes

MOQUEGUA

Sweet onions, avocados, paprika, table grapes

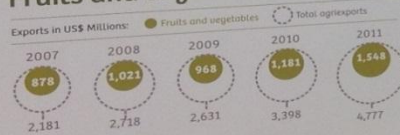
TACNA

Sweet onions, avocados, paprika, piquillo peppers, citrus

Availability chart

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic
Artichokes												
Asparagus												
Bananas												
Blueberries												
Chirimoya												
Citrus												
Figs												
Goldenberries												
Hass avocados												
Limes												
Lucuma												
Mangoes												
Paprika												
Piquillo pepper												
Pomegranates												
Snow peas												
Sweet onions												
Sweet potatoes												
Table grapes												
Tomatoes												

Fruits and vegetables



Main products



Asparagus

Green, white, purple. Peru is the world's leading exporter of fresh asparagus and an important supplier of canned and frozen asparagus. Peru has 23,000 tons of asparagus. Batsil, Carli (called by Global GAP), HCCP, Teuco Nature Choice, BASC, BAC.



Artichokes

Peru is 3th world exporter and leading supplier of artichokes in USA and EU. Many varieties grow here. Imperial Star, Emerald, Green Globe, A-106, A-101, Lavin, Topnot.



Onion

There are over 10,000 tons of plantations of red, sweet and purple onions and produce 27 million. Certified market. Certified market. GLOBAL GAP, TESOR BCS, BSHACOP, HCCP, ICA.



Table grape

Since 2008, Peruvian grapes exports increased over 100% according to PeruTrade with its regular buyers Spain, Germany, France, Italy, Belgium, Thailand, Argentina, Australia, Mexico, Malaysia, Canada, Chilean Seafoods.



Avocado

Peru is the world's leading exporter of avocados. Peru has 100,000 tons of avocados. Certified market. Certified market. GLOBAL GAP, TESOR BCS, BSHACOP, HCCP, ICA.



Mango

Mangoes dominate the Peruvian market. Peru has 100,000 tons of mangoes. Certified market. Certified market. GLOBAL GAP, TESOR BCS, BSHACOP, HCCP, ICA.



Banana

Peru is the world's leading exporter of bananas. Peru has 100,000 tons of bananas. Certified market. Certified market. GLOBAL GAP, TESOR BCS, BSHACOP, HCCP, ICA.



Citrus

Peru is the world's leading exporter of citrus. Peru has 100,000 tons of citrus. Certified market. Certified market. GLOBAL GAP, TESOR BCS, BSHACOP, HCCP, ICA.

III. Empresas Participantes

- 1 DANPER TRUJILLO SAC
- 2 GANDULES INC SAC
- 3 CAMPOSOL S.A.
- 4 AGRÍCOLA JOSÉ JUAN
- 5 AGRÍCOLA LA VENTA
- 6 PERUVIAN ASSOCIATION OF AGRARIAN PRODUCERS GUILDS -AGAP
- 7 PERU HASS AVOCADO GROWERS ASSOCIATION-PROHASS
- 8 PERUVIAN MANGO GROWERS & EXPORTERS ASSOCIATION -APEM
- 9 CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA
- 10 FAIRTRASA PERU
- 11 FRUTERA DEL INKA
- 12 GREENLAND PERU
- 13 PERUVIAN ASPARAGUS & VEGETABLES INSTITUTE -IPEH
- 14 NATURAL GREEN
- 15 PEAK QUALITY DEL PERU
- 16 PERU TABLE GRAPE PRODUCERS ASSOCIATION -PROVID
- 17 PERU CITRUS
- 18 RED DE ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS PAIJÁN
RAZURI - REOPA
- 19 ROBSONS
- 20 PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA
- 21 SOCIEDAD AGRARIA ESTANISLAO DEL CHIMÚ



Preparándose para la feria

Durante:

- Atención profesional
- Registro de contactos
- Análisis de la competencia
- Participación en eventos paralelos



Antes:

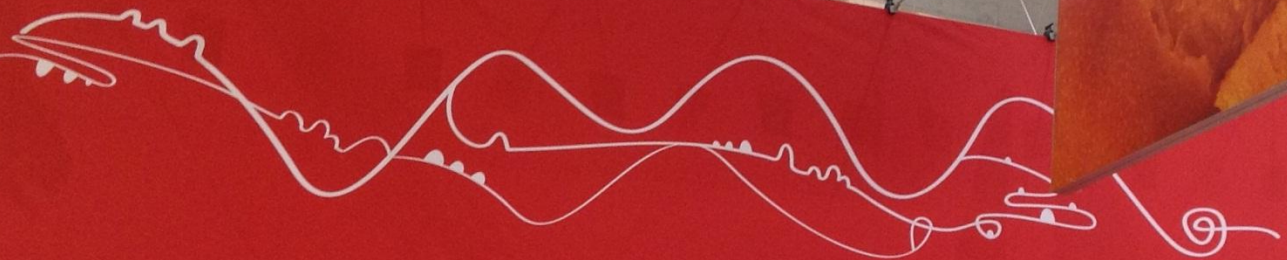
- Presupuesto y cronograma
- Selección de diseño y stand
- Material promocional, muestras

Después:

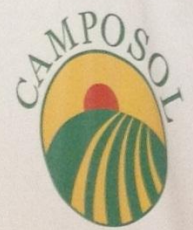
- Evaluación
- Socialización de resultados
- Monitoreo de contactos

Actividades: montaje, inauguración, eventos





Captivating flavors, variety & quality
Official Partner Country



Passage Hall 5-1-7

Ceremonia de Inauguración



Ceremonia de Inauguración

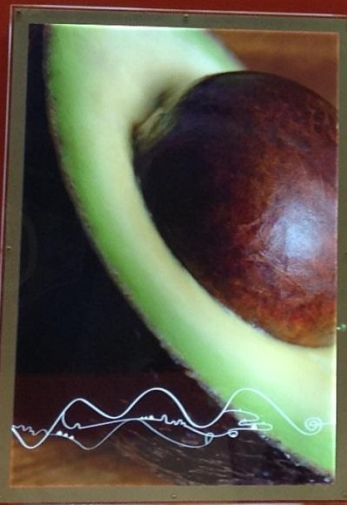


Eventos: Expo Perú – Alemania





Sociedad Agraria
Estanislao del Chimú



Official
Partner Country

Captivating flavors variety es

Due to its geographic location, Peru produces fruits and vegetables under various and throughout the entire

Fruits and vegetables

Main products

Peak Quality



Pabellón Perú – Barra PMG

Captivating
flavors
variety & quality



Perú,
mucho
gusto
.com

Captivating flavors variety & quality



Due to its geographic location, Peru produces fruits and vegetables in counter-season and throughout the entire year.



TUMBES

Bananas, Limes

PIURA

Bananas, Limes, mangoes, passion fruits, paprika, piquillo pepper, table grapes

LAMBAYEQUE

Artichokes, Limes, mangoes, passion fruits, paprika, piquillo pepper, table grapes

LA LIBERTAD

Artichokes, asparagus, passion fruits, avocados, paprika, piquillo pepper, table grapes

ANCASH

Artichokes, asparagus, mangoes, passion fruits, avocados, paprika, piquillo pepper, table grapes

LIMA

Artichokes, asparagus, lucuma, mandarines, mangoes, passion fruits, oranges, avocado, paprika, piquillo pepper, tangelos, table grapes

ICA

Artichokes, asparagus, mandarines, oranges, avocado, paprika, piquillo pepper, tangelos, table grapes

AREQUIPA

Artichokes, garlic, sweet onions, avocados, paprika, piquillo pepper, table grapes

MOQUEGUA

Sweet onions, avocados, paprika, table grapes

TACNA

Sweet onions, avocados, paprika, piquillo peppers, olives

HUÁNUCO

Artichokes, passion/louise (granadilla)

JUNÍN

Artichokes, piquillo, citrus

HUANCAVELICA

Artichokes, avocados

AYACUCHO

Blueberries, avocados

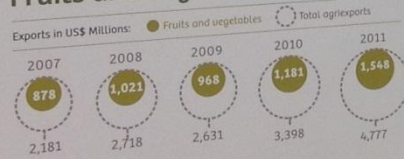
APURÍMAC

Blueberries, avocados

Availability chart

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic
Artichokes												
Asparagus												
Bananas												
Blueberries												
Chirimoya												
Citrus												
Figs												
Goldenberries												
Hass avocados												
Limes												
Lucuma												
Mangoes												
Paprika												
Piquillo pepper												
Pomegranates												
Snow peas												
Sweet onions												
Sweet potatoes												
Table grapes												
Tomatoes												

Fruits and vegetables



Main products



Asparagus

Green, white, purple. Peru is the world's leading exporter of fresh asparagus and an important supplier of frozen asparagus. Peru has 23,000 tons of asparagus fields. Certified by Global GAP, HACCP, Texco Nature Choice, BASC, BRC.



Artichokes

Peru is 3th world exporter and leading supplier of artichokes in USA and EU. Many varieties grown here: Imperial Star, Emerald, Green Globe, A-106, A-307, Lorea, Tolpat.



Onion

There are over 38,000 tons of plantations of red, sweet and purple onions and provides 27 markets. Certified with GLOBAL GAP, TESCO, BRC, WFSNACCP, NSF, ICS.



Table grape

Since 2008 peruvian grapes exports increased over 40%, attending to 30 markets with its main focus in USA, Europe, Red Globe, Supreme, Flame Seedless, Thompson Seedless, Autumn Royal, Wageningen, Constanza, Chateau Seedless.



Avocado

2nd largest avocado exporter worldwide with 87,000 tons of Hass avocados produced annually. The Hass and Fuerte cultivars are the best growing conditions.



Mangoes

Mangoes are the 1st export product from Peru. Peru is the 2nd largest supplier of mangoes in the world. Certified by GLOBAL GAP, HACCP, BRC, ICS, WFSNACCP, NSF, ICS.



Bananas

Peru is the 2nd largest supplier of bananas in the world. Certified by GLOBAL GAP, HACCP, BRC, ICS, WFSNACCP, NSF, ICS.



Citrus

Peru is the 2nd largest supplier of citrus in the world. Certified by GLOBAL GAP, HACCP, BRC, ICS, WFSNACCP, NSF, ICS.

Pabellón Perú - Camposol



Promoción en la feria



V. Otros pabellones



COLOMBIA



Chile

"Fruits from Chile, the

Stand Panamá





Argentina

B

Halle hall 25



Argentina

Argentina

Argentina

Argentina

TUCUMÁN

Experto



COSTA RICA



COSTA RICA

COSTA RICA



COSTA RICA

Portugal
Fruits, Vegetables and Flowers from Portugal

COLOMBIA CO

Exhibition area with various product displays, including boxes of coffee and other agricultural products. A person is visible behind a counter in the background.

PROCOMER
EXPORT PROMOTION AGENCY OF COSTA RICA

CADEXCO

Decorative area with large graphics of various fruits and vegetables, including a pineapple, carrots, and leafy greens. Includes a logo for 'Agua Limpia' at the bottom.

Productos e Innovaciones



Creación de Web



<http://peruinfuitlogistica.promperu.gob.pe/>





Por qué Participar en una Feria?





INFORMACION COMERCIAL

- • 21 empresas registradas en el pabellón proyectaron US\$ 56.7 millones en ventas los próximos 12 meses. Falta la estimación de las empresas visitantes.
- • 21 empresas registradas generaron 9,355 contactos comerciales en el pabellón. No considera contactos hechos por Promperu.
- • El 100% de las empresas cumplieron sus objetivos de participación.
- • El 100% tiene intenciones de volver a exponer el próximo año.
- • Sobre pabellón: 10 de 21 consideraron "excelente" el nuevo diseño y 9 de 21 lo consideraron "por encima del promedio".



- El éxito de una presentación se debe fundamentalmente al manejo profesional de la etapa Pre – Feria.
- No realizar ventas durante la primera feria comercial no significa necesariamente un fracaso y viceversa.
- Si nuestro producto se vende bien en nuestro país o en otros mercados, no necesariamente ha de tener éxito de inmediato en el mercado visitado.
- Las empresas compradoras analizan todos los pormenores antes de tomar una decisión, envían compradores profesionales y para tomar una buena decisión necesitan información de calidad.
- Un buen comienzo: Asistir como visitante para evaluar la importancia y calidad de la feria.





PERU

Gracias
vsarabia@promperu.gob.pe





BioFach 2013

im Verbund mit  Vivanness

13. - 16. Februar 2013 - Nürnberg, Germany

www.biofach.de



prom
perú



← Hallen Halls 6 · 7 · 9 Deutscher Handel German trade

Neuheiten Mitte 6-12 Novelty Stand

1-5 →



Press · Presse

Registration Tageskasse · Cashier

Registration Tageskasse · Cashier

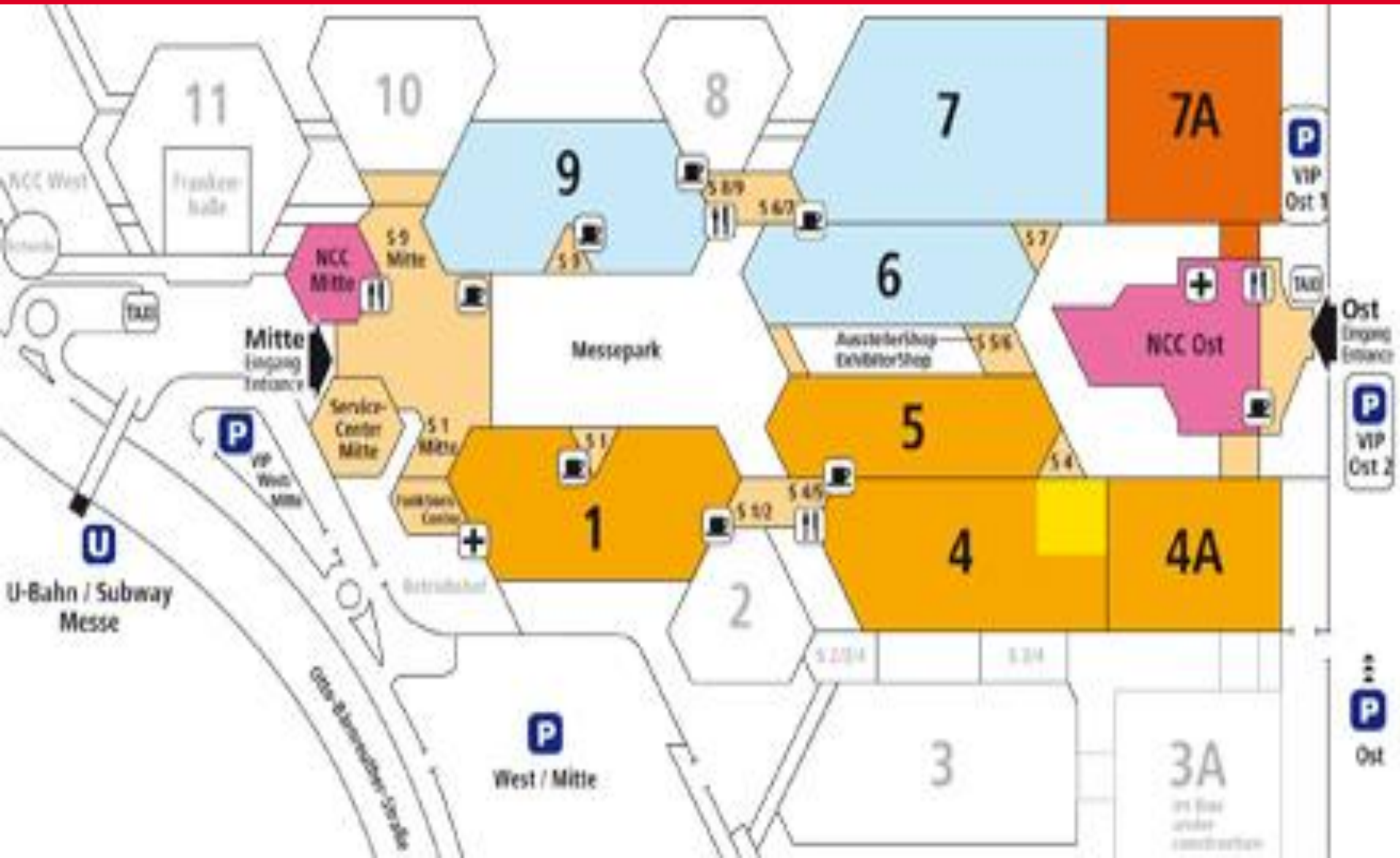
Registration Tageskasse · Cashier

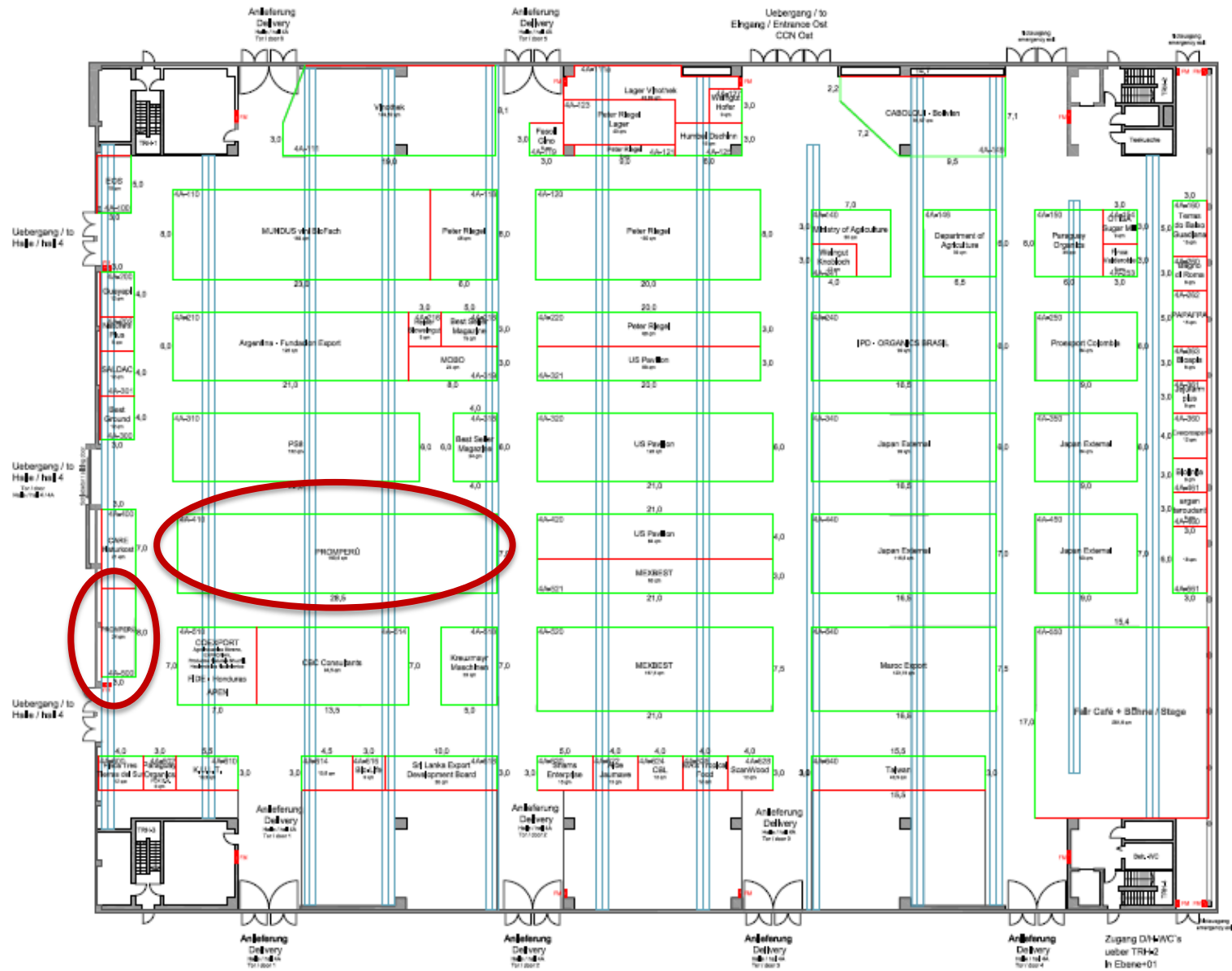
↓ #Fast Lanes | e-Ticket

Registration Tageskasse · Cashier

Registration Tageskasse · Cashier

PLANO GENERAL





PRESENTACION PABELLON PERU EN BIOFACH 2009

PERU



PERU

3 3

→ 4

PERU

ASOCIACION BOS

CONSORCIO AMAZON

PERU

MACHU PICCHU TRADING

MACHU PICCHU TRADING

ROMERO



PRESENTACION PABELLON PERU EN BIOFACH 2010





PRESENTACION PABELLON PERU EN BIOFACH 2011

organic
PERU



LA GRAMA

Supporting
the local
farmers and
improving the
comm
qual

www.rainforestproducts.com



Süd
Ausgang • Exit

SALZ

RA

Departamento de
LUN DINAMARCA

organic
PERU

organic
PERU



CANDELA PERU

ndelaperu.net

Fair Trade
Building Capacities
Native
Communities
Natural Ingredient

PERU

Süd
Ausgang - Exit

ga



PRESENTACION PABELLON PERU EN BIOFACH 2012

Perú

Perú,
where quality
means flavour

Perú

Perú. Libertad y
seguridad

Sierra Exportadora



La Grana

www.lagramaperu.com



Perú, where quality means flavour



Perú,
where quality
means flavour

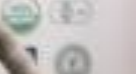


www.mpt.com.pe

Machu Picchu Foods



Machu Picchu
Foods S.A.C.



4 Süd
3



SIPPO

www.ecofields.pe

Ecofields

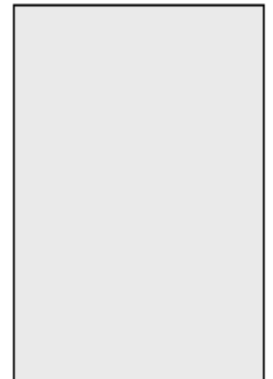
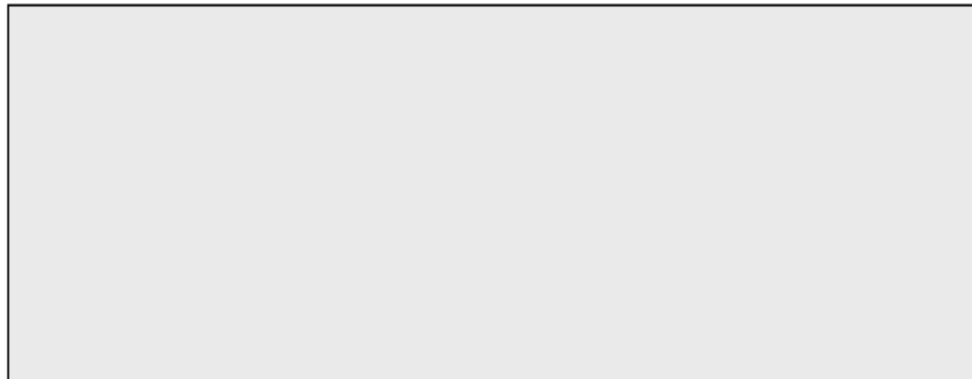
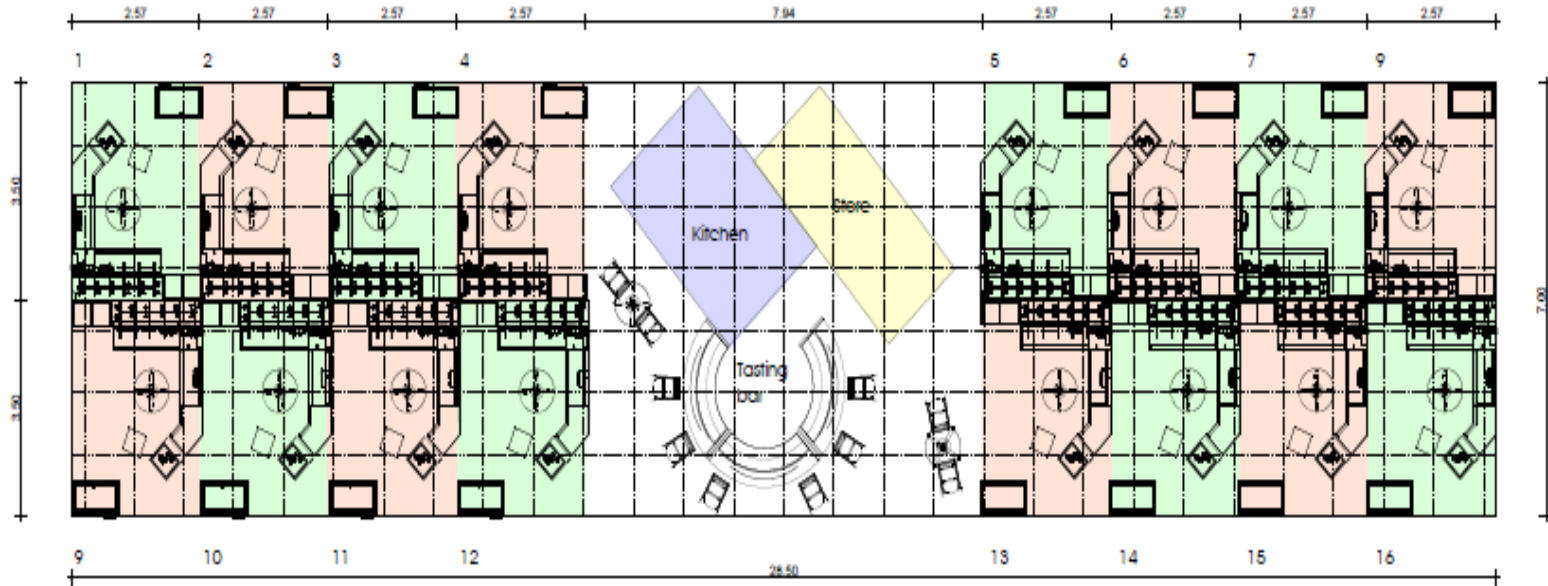
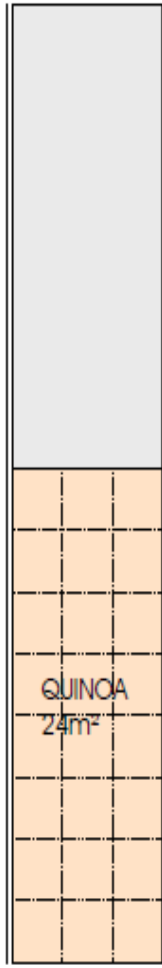
eco
fields
healthy living





PRESENTACION PABELLON PERU EN BIOFACH 2013

VISTA DE PLANTA







Logo
NOMBRE DE LA EMPRESA

NOMBRE DE LA EMPRESA



Perú

Perú

Perú

AGRONEGOCIOS
LA GRAMA

AGROAN





Peru

RAINFOREST HERBAL PRODUCTS



VILLA ANDINA



CEPICAFE



INDUSTRIAS SHO



Villa Andina

CEPICAFE

Man in a dark suit and light blue tie standing at the Villa Andina counter.

Man in a dark suit and red tie sitting at a table with a woman.

Man in a light blue shirt and dark tie sitting at a table.

Man in a dark suit standing at the CEPICAFE counter.



Quinoa

Peru, captivating flavors,
variety & quality

5000 YEARS OF NUTRITION

QUINOA (Chenopodium Quinoa) IS A GRAIN THAT COMES FROM ALL THE MOUNTAINS OF THE ANDINAS AND EVEN PRE-INCA. THE HISTORY OF THIS GRAIN IS AS OLD AS THE MOUNTAINS. MYTHS ARE TRYING TO EXPLAIN THAT THE GRAIN OF THE REMOTEST MOUNTAIN SOCIETIES NOT ONLY WAS PART OF THEIR DIET BUT ALSO WAS AN IMPORTANT PLACE IN THEIR HISTORY OWES TO THE GODS TO BUILD EMPIRES IN THESE TERRITORIES.

The process, which called it "virgin quinoa" "Chirato" and "virgin quinoa" are based on the traditional and local special techniques to improve the production. Some are involved according to the tradition and quality of the grain.

Through quinoa can accompany this heritage by using the traditional techniques with the industrial innovation.



Quinoa is a grain that has been cultivated in the Andes for thousands of years. It is a highly nutritious grain that is rich in protein, fiber, and essential minerals. Quinoa is a versatile grain that can be used in a variety of dishes, including soups, salads, and side dishes.

Quinoa is a grain that has been cultivated in the Andes for thousands of years. It is a highly nutritious grain that is rich in protein, fiber, and essential minerals. Quinoa is a versatile grain that can be used in a variety of dishes, including soups, salads, and side dishes.





CEPICAFE



Peruvian products in the world



Numbering Convention

VAIO



Stuttgart, Germany
13. - 16.2.2013
BioFach 2013
Weltmesse für Bio-Produkte
World Organic Trade Fair
Hear with us at the Bio Tech
Forum (14th April 2013)
biofach.de
biofach.com





EMPRESAS PARTICIPANTES BIOFACH 2013

DELEGACIÓN PERUANA

1. Agronegocios La Grama
2. Agroadino
3. Agroindustrias Osho
4. Algarrobos Orgánicos
5. CANDELA Perú
6. CAI Naranjillo
7. Central de Café y Cacao
8. Cepicafé
9. Chanchamayo Highland Coffee
10. Ecoandino
11. Industrias Mayo
12. Machu Picchu Foods
13. Rainforest Herbal Products
14. Sierra Exportadora
15. Villa Andina

Zona de la Quinua:

16. Avendaño Trading
17. Deguste Group
18. Quechua Foods
19. Wiraccocha del Perú



SERVICIOS PROMPERU BIOFACH 2013

SERVICIOS PROMPERU

- 2 SILLAS
- 1 MESA
- 1 MUEBLE EN “L” CON BODEGA
- 1 COUNTER CON PORTAFOLLETERO
- 1 VITRINA VERTICAL
- 1 BASURERO
- 1 GRAFICA
- 1 MONITOR
- CATERING
- AGUA, LUZ, INTERNET, ILUMINACIÓN

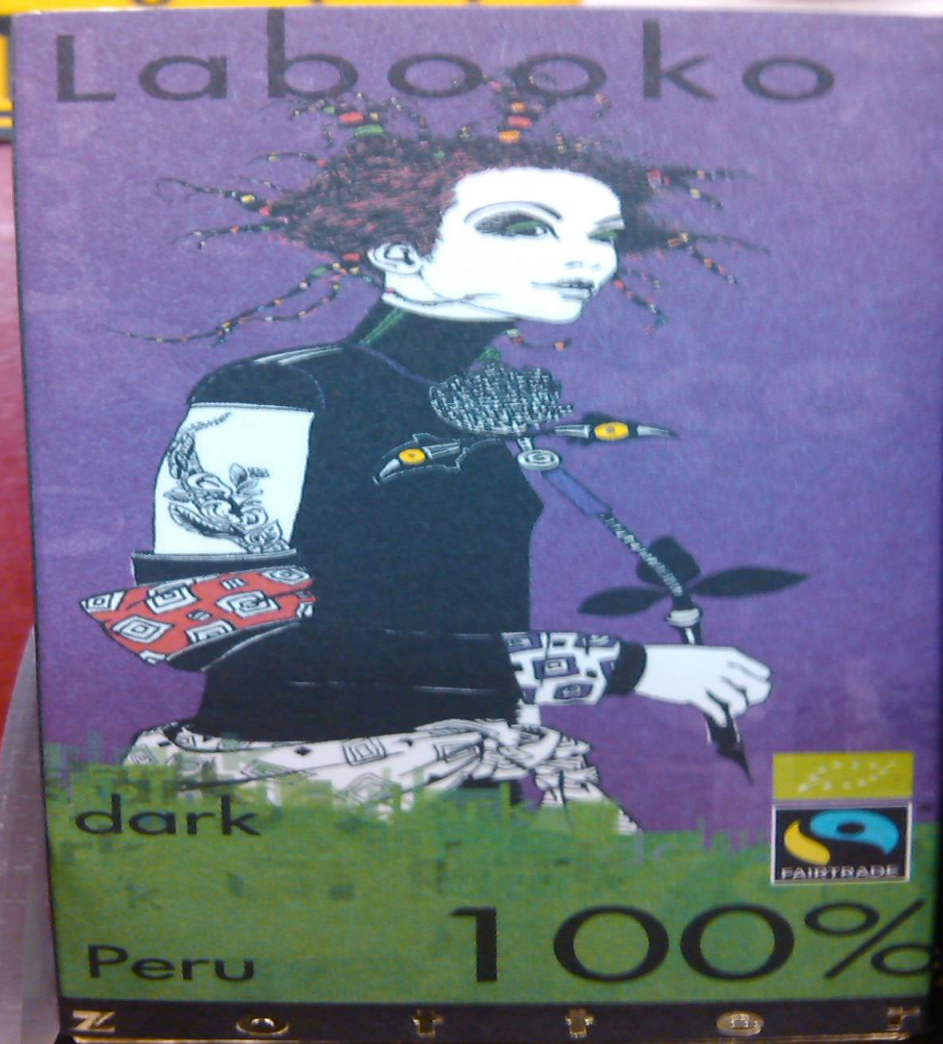
AGENDAS COMERCIALES

- Promoción entre los operadores alemanes y de otros países europeos potencialmente interesados en las empresas peruanas participantes y en su oferta de productos orgánicos certificados.
- Programación de agendas individuales de reuniones a mantener en feria para las empresas peruanas. Se captaron nuevos contactos durante la feria para que se reúnan con las empresas peruanas del stand de PROMPERU.



MISIÓN COMERCIAL BIOFACH 2013

MISIÓN COMERCIAL: STUTTGART 2013



MISIÓN COMERCIAL: STUTTGART 2013



1001
0,2l
€ 1,29
Grand € 0,15

now 0001
now clever to go Apfel
Aronia
4371302 / 12
0,33 l
€ 0,89
€ 2,70

ACAI Bio 0001
Bio Açaí+ Detox Fruit
Blend
726963 / 8
250 ml
€ 2,29
A 726963 0001 8
MNS 100% € 0,29

ACAI Bio
Bio Acerola+ Vit
Blend
726974 / 8
€
A 726974 0001 8
100 ml = € 0,92



MISIÓN COMERCIAL: STUTTGART 2013



reich an Omega-3, Omega-6 und Omega-9 im idealen Verhältnis
reich an Omega-3, Omega-6 und Omega-9 im idealen Verhältnis
reich an Omega-3, Omega-6 und Omega-9 im idealen Verhältnis
reich an Omega-3, Omega-6 und der wertvollen Gamma-Linolensäure
reich an Omega-3, Omega-6 und der wertvollen Gamma-Linolensäure
reich an Omega-3, Omega-6 und der wertvollen Gamma-Linolensäure
reich an Omega-3, Omega-6 und Omega-9 im idealen Verhältnis
reich an Omega-3, Omega-6 und Omega-9 im idealen Verhältnis
reich an Omega-3, Omega-6 und Omega-9 im idealen Verhältnis

Rapunzel 0001
Omega 3-6-9
587529 / 4 250 ml
€ 13,99
100 ml = € 5,60

NEU
NEUES PRODUKT

Rapunzel 0001
Leinöl mit Nachtkerzenöl
587531 / 4 100 ml
€ 4,99

NEU
NEUES PRODUKT

Rapunzel 0001
Omega 3-6-9
587496 / 4 100 ml
€ 6,99

NEU
NEUES PRODUKT



MISIÓN COMERCIAL: STUTTGART 2013



Sante 150 ml
Bodylotion Acai Energy
778025 1 1 (4) 0001 100 ml = € 3,30
€ 4,95

Sante 150 ml
Bodylotion Coconut
Dream
778027 1 1 (4) 0001 100 ml = € 3,30
€ 4,95

Sante 150 ml
Bodylotion Goji Power
778002 1 1 (4) 0001 100 ml = € 3,30
€ 4,95



MISIÓN COMERCIAL: STUTTGART 2013

"Creme Quitte" PG Revitalmaske Dr. Hauschka 43316	"Melissencreme" mit PG Revitalmaske Dr. Hauschka 43317	"Rosencreme" jährt mit Quitte-PG Dr. Hauschka 43315	"Rosencreme" mit PG Revitalmaske Dr. Hauschka 43214
1ST 16,50	1ST 18,00	1ST 19,00	1ST 19,00



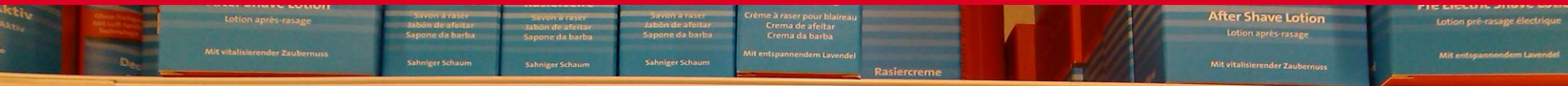
**Wissen, was
meine Haut braucht.**
Finden Sie Ihre optimale Tagespflege
von Dr. Hauschka.



**Wissen, was
meine Haut braucht.**



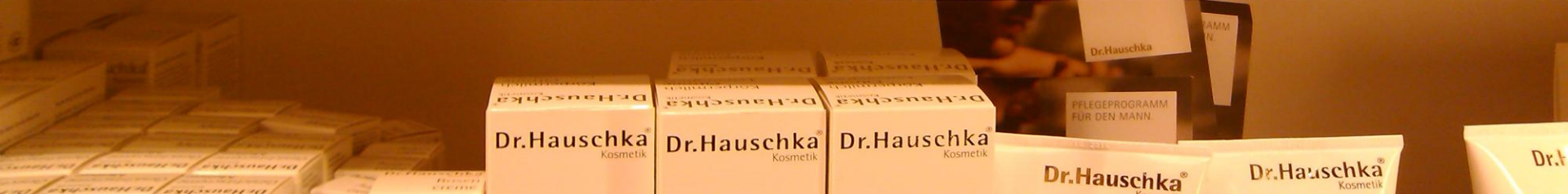
MISIÓN COMERCIAL: STUTTGART 2013



<p>32389 Barcode: 4 009800 010956</p> <p>After Shave Lot. Men Speick</p> <p>100 ML 8,29</p>	<p>10907 Barcode: 4 009800 010907</p> <p>Rasierseife Men Speick</p> <p>100g = 5,78 EURO 50 G 2,89</p>	<p>10906 Barcode: 4 009800 010906</p> <p>Rasiercreme Men Speick</p> <p>100ml = 3,99 EURO 75 ML 2,99</p>	<p>10905 Barcode: 4 009800 010905</p> <p>Rasierschaum Men Speick</p> <p>100ml = 2,35 EURO 200 ML 4,69</p>	<p>23493 Barcode: 4 009800 0123493</p> <p>Pre Shave Lotion Men Speick</p> <p>100 ML 8,39</p>
---	---	---	---	--



<p>Deodorant Salbei NF Weleda</p> <p>11546 Barcode: 4 009800 011546</p> <p>100ml = 8,48 EURO 200 ML 16,95</p>	<p>Rasierwasser Weleda</p> <p>11476 Barcode: 4 009800 011476</p> <p>100 ML 11,95</p>	<p>After Shave Balm Weleda</p> <p>11478 Barcode: 4 009800 011478</p> <p>100 ML 11,95</p>	<p>Rasiercreme Weleda</p> <p>11474 Barcode: 4 009800 011474</p> <p>100ml = 6,60 EURO 75 ML 4,95</p>
---	--	--	---





PRODUCTOS INNOVADORES BIOFACH 2013

INNOVACION BIOFACH



INNOVACION BIOFACH



Gallets de Sel de l'île de RE

100

Gallets de Sel de l'île de RE

100

100%
Natural
No additives
No preservatives

100%
Vegetarian
No preservatives
No artificial colours

Approved by 87% of consumers

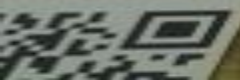
Comments* before using the salt biscuits:
The product is made from natural ingredients and does not contain added salt.
The product is made from natural ingredients and does not contain added salt.
The product is made from natural ingredients and does not contain added salt.

Comments* after using the salt biscuits:
The product is made from natural ingredients and does not contain added salt.
The product is made from natural ingredients and does not contain added salt.
The product is made from natural ingredients and does not contain added salt.

*Based on a survey of 100 consumers conducted in October 2012



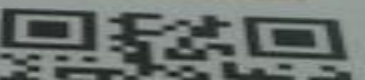
more information



Voten Sie für
Vote for
398



more information



Vo
Vo

INNOVACION BIOFACH



INNOVACION BIOFACH



e für



more information



Voten Sie für
Vote for

337



more information



Voten Sie für
Vote for

338



COMPETENCIA BIOFACH 2013

COMPETENCIA BIOFACH



COMPETENCIA BIOFACH



COMPETENCIA BIOFACH



COMPETENCIA BIOFACH





¿POR QUÉ BIOFACH?

¿POR QUÉ BIOFACH?

- Principal feria a nivel mundial exclusivamente de productos orgánicos
- La oferta peruana en este rubro se encuentra en crecimiento continuo hace varios años
- Europa es nuestro principal mercado concentrando 43% de nuestras exportaciones en este sector.
- Se estiman negociaciones por alrededor de USD 15,5 millones para las empresas participantes.

¿POR QUÉ BIOFACH?

- Más de 700 contactos comerciales durante los días de feria para la delegación
- Esta plataforma es adecuada para el tipo de producción peruana.



COMENTARIOS

COMENTARIOS

- Se recomienda crecer en el área de exhibición a 250m² debido a la continua sobredemanda de espacios
- La mayoría de productos exhibidos fueron en estado de materia prima, debemos avanzar en la cadena de transformación
- Debemos buscar alzarnos como el referente en productos orgánicos en lo que respecta a Latinoamérica
- La tendencia es a buscar productos con certificaciones adicionales a la orgánica



GRACIAS



Jorge Llosa Morales - Agro y
Agroindustria

jllosa@promperu.gob.pe

