
“Innovar es una actividad de riesgo cuyo principal riesgo es no practicarla.”

Donde están los consumidores

"La globalización y el avance tecnológico vienen transformando la forma de hacer negocios. El uso de los dispositivos móviles, también está generando en las personas cambios de hábitos y actitudes como ciudadanos y consumidores.

En el Perú no es ajeno, la población viene experimentando un constante cambio en su manera de pensar, de ver la vida, de relacionarse, de proyectarse. Su comportamiento, actitudes de compra y de consumo está mutando. Lo mismo ocurre en su relación con las marcas y lo que espera de ellas.

#HábitosyActitudesHaciaelInternet

Hay alrededor de 11.7 millones de internautas entre 8 y 70 años en el Perú Urbano. 8 de cada 10 internautas se conectan a la red desde casa, mientras que 1 de cada 5 lo hace desde el trabajo.



#RedesSociales

Se estima que en el Perú Urbano hay alrededor de 11 millones de usuarios de redes sociales entre los 8 y 70 años. Entre sus principales cuentas se encuentran Facebook, WhatsApp y Youtube.



89% de smartphoneros
usa WhatsApp



Actitudes hacia las compras



EL PERUANO, UN CIUDADANO Y — CONSUMIDOR EN TRANSFORMACIÓN

- El concepto de familia comienza a cambiar, ya no es sólo aquel grupo de personas emparentadas bajo la figura tradicional de padres e hijos que viven juntos.
- Hoy también, la representan aquellas parejas sin hijos y también aquellas personas que decidieron vivir con amigos o incluso solas con su mascota.
- El del ama de casa, ya no es sólo la mujer que se queda en la vivienda al cuidado de los hijos y a cargo de las tareas domésticas. Ahora también se le reconoce el rol a toda mujer que trabajando fuera del hogar, se encarga, organiza o gestiona los quehaceres hogareños
- Se consolida el empoderamiento de la mujer en la sociedad y en la familia. Ella es quien toma la mayoría de las decisiones del hogar. Se proyecta como emprendedora, independiente, exitosa y con planes futuros

HOMBRE PINGUINO

- Asume y desempeña el rol de amo de casa.
- Un segmento que representa el 10% de total de la población masculina adulta, pero va en ascenso.
- Participan activamente en los quehaceres del hogar y está más involucrado en la educación, crianza y en las actividades escolares y sociales de los hijos.
- Son Millennial, también los encontramos entre los de la generación X.

EI PERUANO BUSCA SER EXITOSO

- Pretende trascender en la vida y ser reconocido por su trayectoria.
- El 40% de los ciudadanos siente que ya alcanzó el éxito. Para algunos el tener una familia, lograr solvencia económica o tener un buen trabajo es parte de ello.
- Para otros, el éxito llega al hacer realidad el sueño de la casa propia o el negocio propio

SE CONFIRMA LA TENDENCIA DE ASPIRAR A UNA VIDA SALUDABLE Y VERSE BIEN

- Más de la mitad de los peruanos comparte la preocupación de alimentarse mejor y comer saludable.
- En esta misma línea, va en aumento la orientación hacia el deporte y ejercitar el cuerpo hombres como mujeres,

LOS CONSUMIDORES SON MAS IMPACIENTES ACELERADOS Y ELÉCTRICOS

- No les alcanza el tiempo. Buscan comodidad y simplicidad sin perder el control.
- El 86% quiere las cosas sencillas y prácticas. A un 72% le gusta tener el control y un 57% es más comodón que hace 10 años

MÁS CONECTADOS QUE NUNCA

- La mitad de la población urbana del país a partir de los 13 años tiene actualmente un dispositivo móvil
- La búsqueda de información en línea previa a la compra es cada vez más común. Buscar precios y compararlos,
- conocer mejor las características de los productos y saber que opinan o que comentan otros usuarios, son hábitos comunes.

LOS DETALLES IMPORTAN

- Los clientes esperan ser gratamente sorprendidos por las marcas y vivir experiencias únicas
- El 79% opina que le gustaría que lo sorprendan sin tener que pedirlo.
- El 62% se siente más exigente que hace una década.
- Hacer negocios en estos tiempos significa conocer mejor a este nuevo peruano, un ciudadano y consumidor en transformación

...Y NOSOTROS ESTAMOS
INNOVANDO?

A green L-shaped line in the top-left corner of the slide.

BIOPOINT

Tú operador comercial

Articulando el mercado interno



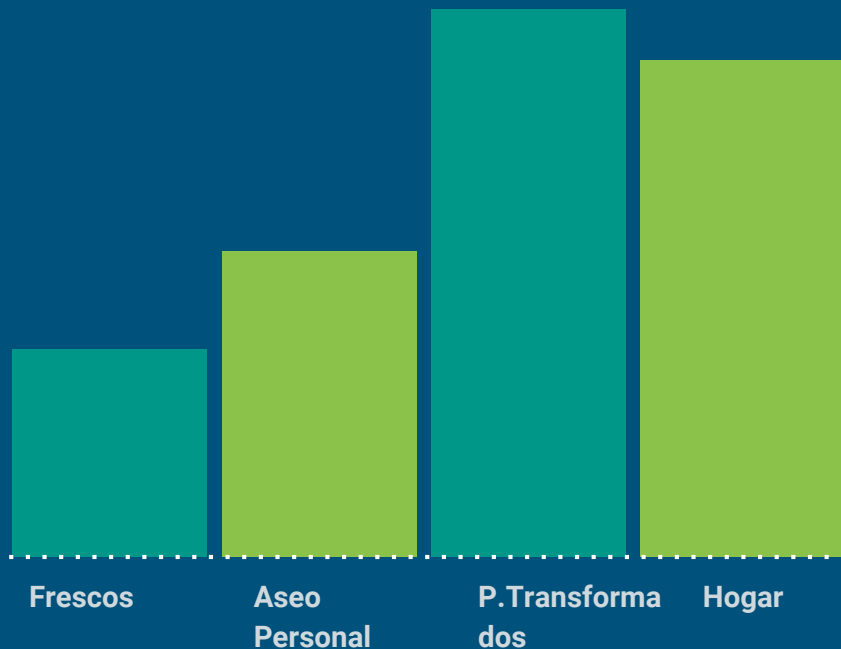
El Primer operador comercial con una tienda on Line que promueve el consumo local y saludable



Somos el brazo comercial de nuestros ofertantes

Contamos:

- ❑ 64 marcas
- ❑ 203 productos



El Punto de partida hacia

Una Alimentación saludable
y consciente



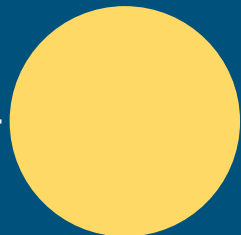
Y que es ser tu Operador Comercial ?

Ayudamos a nuestros ofertantes a generar y diseñar su propuesta de valor y estrategia comercial para el ingreso a mercados más competitivos, desarrollamos el soporte comunicacional, nuestro acompañamiento es durante todo el proceso de ingreso de la marca al mercado.

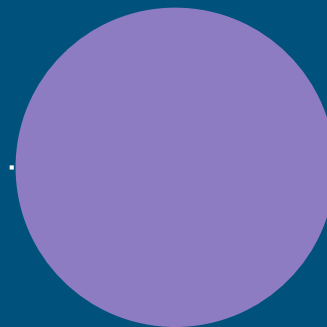
Etapa 1
Generación de
propuesta de valor



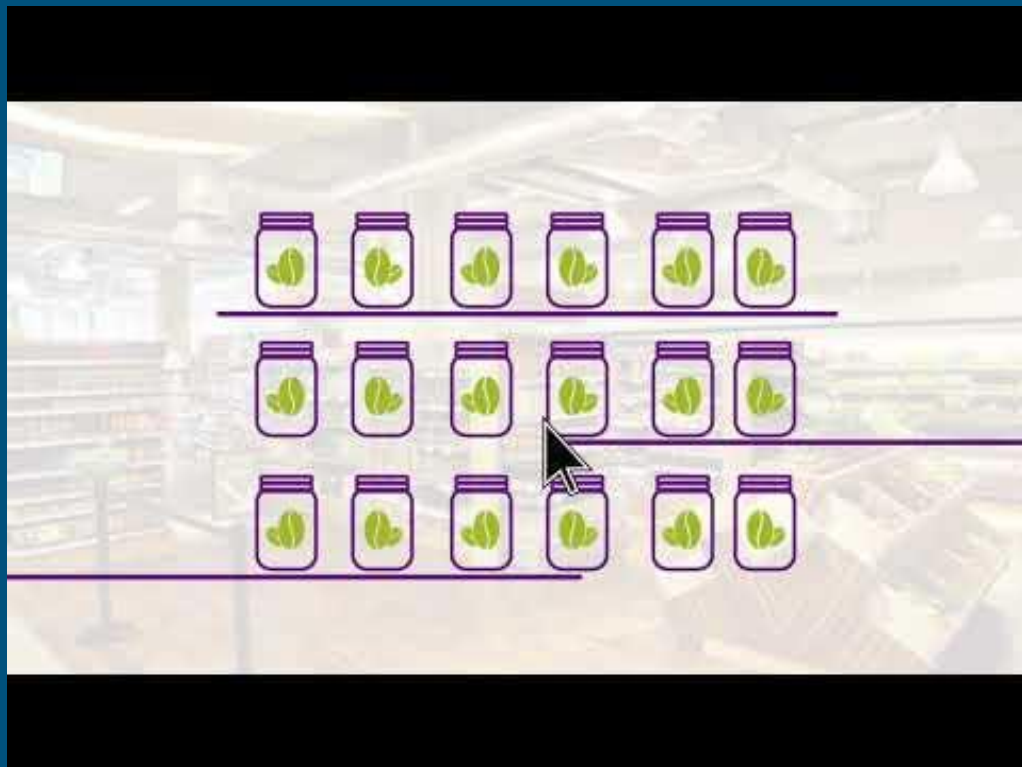
Etapa 2
Desarrollo de propuesta
comercial y creación de
perfil en Biopoint



Etapa 3
Generación de
estrategia para ingresar
a nuevos mercados

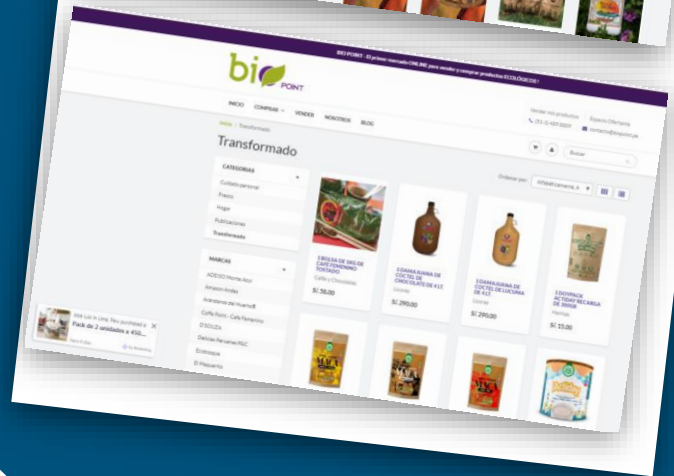


Tú primer mercado On line de productos locales





Con una oferta variada y segmentada en categorías



A tu alcance

Un Marketplace que te permite vender tus productos, sin los costos de crear y administrar tu propia plataforma de comercio electrónico





Beneficios que ofrecemos

Representación comercial 360°

- Visibilidad dentro de una plataforma de productos locales
 - Promoción de su oferta en todas las plataformas de comunicación de BioPoint
 - Administración y gestión de su tienda virtual
 - Soporte técnico
 - Soporte Comercial
 - Soporte comunicacional de su oferta
 - Manejo de Stock directo
-

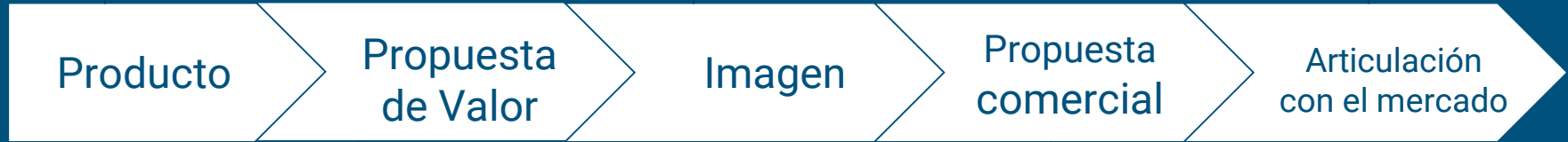


CREAMOS, PROPORCIONAMOS Y CAPTAMOS VALOR PARA TUS CLIENTES

Fresco - transformado
Modelo de negocio

Representación gráfica de elementos que
forman parte de su identidad, logo, etiquetas,
flyer, volantes trópticos

Representación comercial,
logística y Jurídica de la
marca



Por las que eligen mi producto ó servicio

Estrategia de ingreso al mercado
haciendo uso de nuevos canales de
venta

Promovemos la alimentación saludable



Estamos donde están nuestros clientes



<https://www.youtube.com/watch?v=bGHluuHdLCE>



FORTALECIENDO MARCAS LOCALES



VideoBIOHISTORIA2

Asociación Adeiso Monte Azul formó parte del proyecto PQDI, Trabajamos en el fortalecimiento de capacidades, brindamos soporte técnico, comercial y de emprendimiento contribuimos al mejoramiento de su imagen para que la exposición de su producto sea un éxito en la Feria Expoalimentaria 2018



Asociación Eco Bosque .(2004) conformada por Asociaciones de Productores del Bosque Seco: San Juan de Locuto, Virgen del Carmen y Bosque Verde, que están asentadas en la Comunidad Campesina Apóstol Juan Bautista de Locuto del Distrito Tambogrande, Provincia Piura.

Aprovecha de manera sostenible las 13 000 hectáreas de bosque de algarrobo con que cuenta la comunidad. La mayor parte de sus integrantes son mujeres, productoras de algarrobina y sus derivados; esta actividad la realizan siguiendo procedimientos que provienen de épocas ancestrales, utilizando frutos cultivados en el bosque seco de Locuto.

www.biopoint.pe

