 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	INFORME DE VIAJE N° <u>050-2017</u>	<b>CARGO</b>	CÓDIGO FO-VJE-004
			VERSIÓN 02
			PÁG. 1 de 6

A. Datos de la Actividad		
Evento / Asunto:	PARTICIPACION EN LA FERIA ASIA FRUIT LOGISTICA 2017 Y LANZAMIENTO SUPERFOODSPERU EN ASIA	APEX 0026-2017
Lugar(es): (Ciudad-País)	Hong Kong	Viaje al: Interior <input type="checkbox"/> Exterior <input checked="" type="checkbox"/>

B. Datos Generales		
Nombres y Apellidos: (Comisionado)	VICTOR SARABIA MOLINA	Personal PROMPERÚ
Cargo:	Coordinador Agronegocios	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Nº Resolución:	313-2017 MINCETUR	Salida: 01 10 17 10 09 17

C. Resultados	
Objetivos del viaje	
Objetivo (Punto D del Sustento Técnico de Viaje)	Cumplimiento del objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la internacionalización de pymes agro exportadoras peruanas en el mercado asiático.</li> <li>Asistir a los principales eventos comerciales en Asia aprovechando las oportunidades de este mercado y beneficios de los acuerdos comerciales vigentes.</li> </ul>	<p><b>Lanzamiento de la marca Superfoods en Asia</b> Se realizó el lanzamiento de la marca sectorial en este mercado con la presencia de una delegación de cerca de 250 representantes de empresas entre exportadores, productores, agentes logísticos y funcionarios, que realizaron una serie de actividades tales como ponencias en el Asia Bussines Forum, lanzamiento en el Superfoods Party, degustaciones, activaciones publicitarias, reportajes y presencia de la marca en el pabellón PERU.</p> <p><b>Misiones paralelas, congresos y eventos Paralelos.</b> Empresas y presentantes peruanos participaron en el Asia Fruit Congress, evento técnico top para la industria en Asia donde la empresa peruana Camposol participó en ponencias y paneles, siendo la única empresa latinoamericana en hacerlo.</p> <p>Como se mencionó la Directora de Imagen de Promperu, tuvo una ponencia en el Asia Bussines Forum donde expuso sobre marca Superfood, como caso de marketing para pymes. Así mismo, en coordinación con las Ocex de Asia se organizaron citas comerciales pre y post feria en Seul, Shanghai, Beijing y Jakarta.</p> <p>Además de hicieron degustaciones de paltas y diferentes presentaciones y demos coordinados con PROHASS.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Feria Asia Fruit Logística 2017</b> La feria se realizó del 6 al 8 de setiembre, con una delegación de 16 empresas que incluyen 5 gremios (uvas, palta, mango, cítricos, arandano), con cerca de 150 empresarios entre expositores, visitantes, productores, cadena de frío y operadores logísticos.</li> </ul>



S. Agencia China News (Pekin)

URL: <http://www.chinaneews.com/fo2017/09/08/325829.shtml>

Fecha de la publicación: 08-09-2017 11:53



纯天然高营养价值抗氧化 秘鲁在亚洲推广“秘鲁超级食品”

中新网北京8月4日电 秘鲁在亚洲推广其全天然有机、天然、健康食品上推出了新的“秘鲁超级食品”，并以此为契机大力推广其农产品。

秘鲁官方宣布，秘鲁农产品在亚洲推广，其天然有机、健康食品，是其核心竞争力。可以以此为契机大力推广其农产品，并以此为契机大力推广其农产品。



因此，秘鲁农产品在亚洲推广，其天然有机、健康食品，是其核心竞争力。可以以此为契机大力推广其农产品，并以此为契机大力推广其农产品。

数据显示，这些天然有机农产品在亚洲推广，其天然有机、健康食品，是其核心竞争力。可以以此为契机大力推广其农产品，并以此为契机大力推广其农产品。

Mint

El pabellón peruano contó con un área de exposición de 240m<sup>2</sup> en 2 islas.

El pabellón contó con servicios habituales, acorde a la oferta de productos llevados por la delegación peruana, predominando demostraciones gastronómicas con palta, mangos, quinua, granada, ceviche, etc.

Este evento ha sido un importante espacio para la promoción de los productos que cuentan con reciente ingreso a los mercados asiáticos como la palta, el mango y los arándanos.

Adicionalmente se realizó el Asia Fruit Congress, evento técnico que cuenta con importante información de la industria en el continente asiático.

Cifras de cierre del evento de la Feria Asia Fruit Logistica:

		N.º países d procedencia	Crecimiento %
N.º Visitantes(*)	11,000	74	16%
N.º Expositores	13,000	76	

(\*) 89% de ellos decisores de negocios en sus compañías

Según datos de los organizadores, la feria creció un 16% más que el año anterior, con un 70% de visitantes de Asia y con 20 mercados, destacando, China, Hong Kong, India, Taiwan, Korea, Malasya, Indonesia, Singapore, entre otros

Según las encuestas realizadas al final del evento se superaron los US\$ 138 millones en ventas a los próximos 12 meses y 612 contactos comerciales generados entre los expositores.

Se tuvieron un total of 813 exhibidores de 43 países, mientras que se presentaron 24 pabellones nacionales.


Se recibieron visitas de empresarios provenientes de Corea, Suiza, Indonesia, Malasia, China, Hong Kong, Taiwán, Viet Nam, Australia, Sudáfrica, Holanda, Chile, Argentina y México.

En esta oportunidad estuvieron presentes los consejeros comerciales de la OCEX Shanghai, Yakarta, Tokio, Seul, Miami, Beijing, quienes participaron en la organización de agendas, eventos paralelos y seminarios.

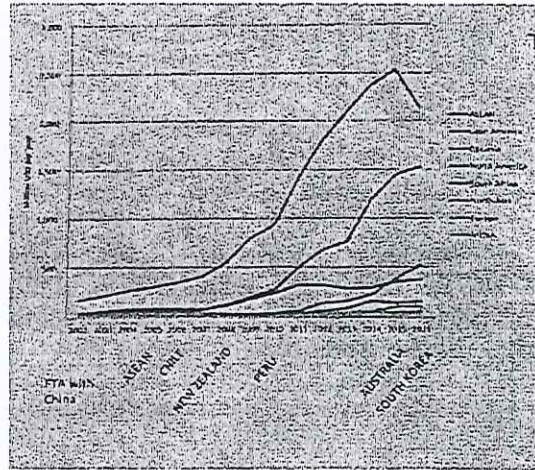
También se contó con el apoyo del Consulado del Perú en Hong Kong, en la gestión de las actividades especialmente el coctel ofrecido a la delegación peruana, contactos comerciales locales.

• Eventos Paralelos

Los visitantes peruanos participaron en el Asia Fruit Congress el día antes del inicio de la feria y así mismo también se realizó el lanzamiento de SFP en Asia en el Superfoods & Pisco Party, organizado por la Oficina Comercial de Shanghai, donde se hizo el anuncio de la apertura de la nueva Ocec Hong Kong. Al evento asistieron cerca de 250 empresarios entre peruanos y extranjeros, empresarios locales e

	<p>instituciones de promoción locales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Promoción y Publicidad</b> En coordinación con D. Imagen y las OCEX, se programaron intervenciones en puntos de publicidad en el recinto ferial y medios impresos, tanto de afiches, como de artículos informativos y publirreportajes en el Catálogo Oficial de la Feria y medios como China Daily, Asiafruit, Eurofresh, China News, etc. Las piezas publicitarias fijas estuvieron ubicadas en las entradas principales del recinto ferial, siendo apreciadas fácilmente por los asistentes a la feria.</li> </ul>	
<p><b>Cronograma de actividades</b> Se consignará el cronograma de actividades propuesto para el viaje y su ejecución indicando las labores realizadas en forma resumida.</p>		
<p>Fecha</p>	<p>Actividades</p>	<p>Comentarios sobre su ejecución</p>
<p>31 Agosto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida de Lima</li> </ul>	<p>Sin contratiempos</p>
<p>04.09.17</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegada a la ciudad de Hong Kong y traslado al Hotel</li> <li>• Encuentro inicial y coordinaciones con Equipo de Trabajo: Cámara Alemana, Promperu, Consulado y Ocex.</li> <li>• Reunión general para repaso de guion de actividades programadas con equipo de trabajo y producción.</li> <li>• Revisión de agendas comerciales pre feria, coordinadas con OCEX de Asia.</li> </ul>	<p>Se realizó un repaso general de las actividades programadas, considerando las actividades de la nueva oficina comercial. Se hicieron alguna modificaciones de ultimo mometo a la presentación que sería ofrecida en el Asia Bussines Forum y complementando con información de SFP en lanzamiento.</p> 
<p>05.09.17</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita al Western Wholsale Market – HK, mercado de frutas importadas</li> <li>• Asistencia al Asia Fruit Congress en compañía de la delegación de empresas</li> <li>• Reunión con organizadores del Asia Business Forum sobre presentación de caso exitoso SFP</li> <li>• Reunión de coordinación con empresas expositoras en pabellón e instalación de stands, verificación de agendas</li> <li>• Asistencia al Opening Reception de AFL en compañía de la delegación oficial y empresarios</li> <li>• Plan de trabajo con Ocex</li> </ul>	<p>A este centro de abastos acuden principalmente los importadores y distribuidores de perecibles de la ciudad, mostrando infraestructura y servicios como almacenamiento, cadena de frío, accesibilidad, control sanitario, etc. Luego la comitiva asistió al Asia Fruit Congress, principal evento de la industria en el asia donde se discute acerca de las principales tendencias del mercado y preferencias del consumo. Cabe destacar la mención de Perú y sus acciones de promoción a partir de la firma del TLC con China. Cabe destacar las ponencias sobre el mercado vietnamita y chino, éste ultimo como mercado que puede seguir generando interés a pesar de un lento crecimiento económico mostrado. También se trabajó en la instalación de pabellón y reunión de coordinación con las empresas peruanas, lo cual se realizó sin mayores contratiempos con la reponsable de producción de eventos.</p>

sobre campaña Superfoods en Asia y actividades 2018.



06.09.17

Inauguración de la Feria Asia Fruit Logistica

- Participación de corte de cinta con las autoridades peruanas y locales
- Atención y recepción de compradores y medios de prensa especializada en coordinación con jefe de prensa promperu.
- Monitoreo de citas comerciales en coordinaciones con Ocex Asia
- Asistencia a la conferencia: "Packaging as a marketing tool"
- Asistencia al Coctel de Lanzamiento de Superfoods. Sky 100.

La ceremonia de corte de cinta en el pabellón peruano, El pabellón peruano fue visitado por altos directivos de la feria y el congreso: Sr Wilfried Wollbold y Chris White, organizadores de la feria y el congreso respectivamente. Así mismo se recibió también en ex presidente de Chile, Eduardo Frei, quien encabezó la delegación de Chile Week, iniciativa multisectorial para promoción de inversiones.

Así mismo el Consul General de Alemania en Hong Kong también visitó el pabellón.

Como se mencionó, el coctel Superfoods & Pisco Party congregó a unas 250 personas entre expositores, compradores y otros visitantes. Se degustaron bocadillos de la gastronomía peruana, postres y helados de sabores exóticos como palta, arándano, quinua, chilcano y pisco sour.

Debido a la agenda recargada en la atención de visitas no se pudo asistir a la conferencia programada.

07.09.17

Segundo día de Feria

- Coordinaciones con delegación de empresarios respecto a citas y atención de clientes. Entrega de material.
- Atención y recepción de compradores y medios de prensa especializada en coordinación con Prensa Promperu.
- Monitoreo de citas comerciales en coordinación con Ocex Asia
- Conferencia en Bussines Forum: "Niche marketing: success stories" (presentación del Caso

Se tuvo la reunión de trabajo con Fruitnet, Ocex, Cámara Alemana y AGAP sobre los planes de cooperación conjunta 2018. Al respecto, se conversó acerca de la primera versión de la feria China Fruit Logistica para el 2018, el cual se adelantó, sería evaluado y atendido por la Ocex en Shanghai.

Así mismo la posibilidad de retomar el Fruitnet Ffórum, que tiene un nivel importante en el sector y que anteriormente se realizó en Lima en 2015.

Se espera la propuesta inicial de parte de Fruinet para la evaluación y realización de un acuerdo conjunto. Se ha adelantado que los delegados y compradores que vengán viajarán a Ica y Piura a realizar visitas de campo y sostener citas de negocios con productores locales.

	Superfoods Peru). <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contactos con compradores y difusión de eventos técnico comerciales (congreso del banano, mango, simposio de la palta).</li> <li>• Reunión con organizadores del Fruinet Congress: proyecto para traer el congreso a Lima en 2018.</li> </ul>	Como se tenía previsto Isabela Falco realizó una presentación acerca del caso SFP, obteniendo diversas consultas al respecto, dando la oportunidad de mencionar el concepto que la marca le da a la oferta exportable peruana.
--	---	--

08.09.17	Tercer día de Feria. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a pabellones y países de la competencia. Recojo de material promocional y benchmarking</li> <li>• Atención y recepción de compradores y medios de prensa especializada en coordinación con jefe de prensa promperu.</li> <li>• Monitoreo de citas comerciales en coordinaciones con Oceg Asia</li> <li>• Atención de agendas de empresas peruanas visitantes a la feria</li> <li>• Asistencia a la conferencia: "Harmonising QA standards for broader market Access"</li> <li>• Elaboración y recojo de encuestas con expositores</li> </ul>	Se tuvo una reunión previa de coordinación con las OCEX, donde se plantearon los temas a ejecutar en el 2018, considerando lo tratado en Lima, resaltando misiones inversas de productos como cafés especiales y alimentos funcionales terminados.  Así mismo, con la Cámara de Comercio Alemana se realizó el levantamiento de información y recojo de encuestas de expositores. Se estimó una proyección de negocios de Así mismo, se hizo un sondeo de las proyecciones de ventas de las empresas visitantes que siempre tienen una presencia regular en la feria. Atención a medios de prensa especializados: Asia Fruit Magazine, Eurofresh, Fresh Plaza, entre otros.
----------	--	--

11 setiembre	00:20 Retorno a la ciudad de Lima	
--------------	-----------------------------------	--

**Conclusiones (Precisar en forma clara y concisa los resultados obtenidos)**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Resultados AFL 2015:</b></li> </ul>						
Año	Pabellón m2	Inversión -US\$-	N° empresas	US\$ millones proyectados	N° citas comerciales	Aprox. Delegación
2016	204	88,000	16	120	700	120
2017	240	87,846	20	138	612	200
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Promoción.</b> Se aplicaron acciones de publicidad y promoción combinando publlirreportajes, tótems iluminados, banners y avisos en medios especializados, enfatizando productos de alta demanda en el mercado asiático, como los arándanos, paltas y granadas. Este último con ocasión de su próximo ingreso a China. El uso de un PPRR especializado y con experiencia en el sector dio buenos resultados, llegando a los medios correctos y con audiencia adecuada, en comparación de ocasiones anteriores donde las agencias contratadas por Imagen con contaban con los contactos de la industria necesarios.</li> <li>• La temática presentada giró a 2 temas importantes: el lanzamiento de la marca Superfoods y los 10 años de la presencia de empresas peruanas en este evento.</li> <li>• Respecto a la primera versión de <b>China Fruit Logística</b>, no se tiene una opinión sólida al respecto, pues algunas empresa peruanas consideran que sería importante para promocionar los productos peruanos pero</li> </ul>						

otras consideran que AFL seguirá siendo la mejor plataforma y que esta nueva feria sería más bien para resaltar la oferta domestica china.

- **Eventos Paralelos.** Se realizó el evento de networking Superfoods Party, con la presencia de unas 250 personas, con la presencia de expositores, compradores, diplomáticos, autoridades locales y de la feria; siendo la oportunidad de generar contactos comerciales. En esta oportunidad también se hizo el anuncio de la apertura de la oficina comercial del Perú en Hong Kong.
- **Pabellón.** Se contó con un espacio mayor llegando a 240m2, estructuras aéreas acordes a los lineamientos de marca país y de la marca Superfoods, conmemorando la 10ma participación peruana en la feria. Servicios como catering se dieron con especial énfasis en demos de palta, quinua, arándanos, granadas y espárrago.
- **Los productos.** Lo más demandados fueron: arándanos, granadas, paltas, uvas, mangos.
- **Mercado.** La palta se ha convertido en la fruta de moda en el Asia y ha extendido a canales de distribución y comercialización diverso, incluyendo el e-commerce, donde una empresa Fruit Bull, está alcanzando crecimiento y especialización al ofrecer diversas plataforma para la venta de perecibles, incluyendo uso de talbots, redes, apps, etc.  
Otras empresas como Pagoda, Zespri, Direct Asia, Vanguard, Jingold, etc; están trabajando también estas herramientas digitales.
- **Competencia.** En esta ocasión la presencia chilena agregó la herramienta Chile Week, que consiste en una misión comercial amarrando promoción de inversiones y negocios de exportaciones. Esta delegación fue presidida por el ex presidente Eduardo Frei y funcionarios de Prochile. Así mismo, en el marco del congreso de frutas, auspiciaron el Coffee brake del evento, pero no incluyeron comida típica chilena necesariamente. Argentina incrementó su área así como Ecuador, utilizando un formato de counter de atención, exhibiendo productos como pitahaya, mango y banana convencional, con aproximadamente 16 empresas, en tanto que Ecuador llevó 12 empresas.  
México ha concentrado su presencia con empresas exportadoras de paltas y mangos, utilizando para ello su gastronomía, basada en bocadillos con palta.

#### Recomendaciones (Sugerencia sobre la actividad realizada)

- **Pabellón.** Debe mantenerse la actual área de exhibición, pero se hace necesario incrementar el número de empresas participantes para mejorar la rotación, sea de manera directa o a través de los gremios. Como sugerencia de algunos expositores, el nuevo diseño con marca Superfoods debería considerar el mantener el color rojo, sobre todo en Asia pues tiene un significado muy especial y ha sido característico del pabellón peruano desde mucho tiempo atrás.
- **Publicidad.** Mantener la difusión de la presencia peruana a través de avisos publicitarios tanto en light box, como en publlirreportajes pues se complementa con información de la oferta. A lo mencionado se recomienda contar con una agencia PPRR especializada y en la región que pueda tomar en cuenta todas las acciones de promoción de exportaciones de Promperu e incluyendo las de oficinas regionales.
- **Promoción y Mercado.** Se requiere trazar un plan de trabajo para la fase de activación de SFP donde se coordine las actividades de OCEX e Imagen, reforzando acciones tipo BTL: samplig, recetas, concursos, pop up, etc. Esto puede articularse a lo mencionado anteriormente.

Comisionado

Fecha: 22/09/17

Firma

Nota: Plazo máximo de presentación:  
Viaje al Interior 8 días calendario después de culminada la comisión.  
Viaje al Exterior 15 días calendario después de culminada la comisión.



INFORME QUINCENAL DEL COMISIONADO  
SUB-DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y EXPORTACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

LUIS TORRES PAZ  
Director de Promoción y Exportación de la Oferta Turística

DOCUMENTO AUTENTICADO  
"ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL"



ROCÍO IVETTE LAGUNA ORTEGA  
FEDATARIA TITULAR  
MINCETUR  
N° de Registro: 2557 Fecha: 31/08/2017

RECIBIDO  
31 AGO. 2017  
12:14 pm

# Resolución Ministerial

N° 313 -2017-MINCETUR

Lima, 29 de agosto de 2017

Visto el Oficio N° 395-2017-PROMPERÚ/SG, de la Secretaría General de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ.

### CONSIDERANDO:

Que, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, es un organismo público técnico especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, competente para proponer y ejecutar los planes y estrategias de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones;

Que, en cumplimiento de las actividades programadas por la Subdirección de Promoción Internacional de la Oferta Exportable y de la Dirección de Comunicaciones e Imagen País de PROMPERÚ, se ha previsto conjuntamente con empresas peruanas del sector agro, la participación en la Feria "ASIA FRUIT LOGISTICA 2017", a realizarse en la ciudad de Hong Kong, República Popular China, del 06 al 09 de setiembre del 2017, con el objetivo de promover el intercambio comercial de las PYMES agroexportadoras peruanas de frutas y hortalizas frescas en el mercado asiático y consolidar nuestra presencia como país abastecedor de estos productos; asimismo, en el marco de esta feria, se realizará el lanzamiento de la marca "Superfoods Perú", con la finalidad de resaltar el valor y cualidades relacionadas con la salud, funcionalidad y valor nutricional de los alimentos peruanos;

Que, como parte de las actividades, se ha previsto además para el día 05 de setiembre de 2017, realizar una serie de actividades con las empresas peruanas exportadoras participantes, como la visita al Western Wholesale Market - HK, mercado de frutas importadas, asistencia al Asia Fruit Congress y participación en el Opening Reception de AFL; asimismo, los días 03 y 04 de setiembre de 2017, se sostendrán reuniones de coordinación previas con el personal de la Cámara Peruana Alemana, agencia de relaciones públicas y el Consejero Económico Comercial del Perú en Hong Kong;

Que, en tal razón, la Secretaría General de PROMPERÚ ha solicitado que se autorice el viaje al exterior de las señoras Isabella Gerheld Mina Falco Scheuch, Directora de Comunicaciones e Imagen País, Emperatriz Judith Aliaga Manassevitz, Especialista en Producción de Eventos, del Departamento de Producción de Eventos, de la Subdirección de Producción, de la Dirección de Comunicaciones e Imagen País; de los señores Luis Alberto Torres Paz, Director de Promoción de las Exportaciones, Víctor Germán Sarabia Molina, Coordinador del Departamento de Agronegocios, de la Subdirección de Promoción Internacional de la Oferta Exportable, de la Dirección de Promoción de las Exportaciones y Daniel Ricardo Caveró Gamarra, Coordinador del Departamento de Relaciones Públicas y Prensa, de la Subdirección de Mercadeo y Comunicaciones, de la Dirección de Comunicaciones e Imagen País, a la ciudad de Hong Kong, República Popular China, para que en representación de PROMPERÚ, participen



ROCÍO IVETTE LAGUNA ORTEGA  
FEDATARIA TITULAR  
MINCETUR

Nº de Registro: 25777 Fecha: 31032017

en diversas actividades previas con el objeto de promocionar las exportaciones y fortalecer la imagen país;

Que, la Ley N° 30518, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2017, establece que los viajes al exterior de servidores, funcionarios o representantes del Estado con cargo a recursos públicos, deben realizarse en categoría económica y ser autorizados conforme lo establece la Ley N° 27619, Ley que regula la autorización de viajes al exterior de los servidores y funcionarios públicos y sus normas reglamentarias;

De conformidad con la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, la Ley N° 27619, Ley que regula la autorización de viajes al exterior de los servidores y funcionarios públicos y su modificatorias, el Decreto Supremo N° 047-2002-PCM, que aprueba las normas reglamentarias sobre autorización de viajes al exterior de servidores y funcionarios públicos, y el Decreto Supremo N° 013-2013-MINCETUR, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1.-** Autorizar el viaje a la ciudad de Hong Kong, República Popular China, del señor Luis Alberto Torres Paz, del 02 al 09 de setiembre de 2017, la señora Isabella Gerheld Mina Falco Scheuch y el señor Daniel Ricardo Cavero Gamarra, del 02 al 10 de setiembre de 2017, la señora Emperatriz Judith Aliaga Manassevitz, del 01 al 09 de setiembre de 2017, y del señor Víctor Germán Sarabia Molina, del 01 al 10 de setiembre de 2017, para que en representación de PROMPERÚ, lleven a cabo diversas acciones previas y durante el desarrollo de la feria que se señala en la parte considerativa de la presente Resolución, para la promoción de las exportaciones y fortalecimiento de la imagen país.

**ARTÍCULO 2.-** Los gastos que irrogue el cumplimiento de la presente Resolución se efectuarán con cargo al Pliego Presupuestal 008 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, de acuerdo al siguiente detalle:

Nombres y Apellidos	Pasajes aéreos Clase Económica US\$	Continente	Viáticos día US\$	Nº días	Total viáticos US\$
Isabella Gerheld Mina Falco Scheuch	2 824,23	Asia	500	6	3 000,00
Emperatriz Judith Aliaga Manassevitz	2 824,23		500	6	3 000,00
Luis Alberto Torres Paz	2 824,23		500	5	2 500,00
Víctor Germán Sarabia Molina	2 470,24		500	7	3 500,00
Daniel Ricardo Cavero Gamarra	2 824,23		500	6	3 000,00

**ARTÍCULO 3.-** Dentro de los quince (15) días calendario siguientes a su retorno al país, el personal cuyo viaje se autoriza, presentará a la Titular del Pliego Presupuestal de PROMPERÚ, un informe detallado sobre las acciones realizadas y los logros obtenidos durante la feria a la que asistirá; asimismo, deberá presentar la rendición de cuentas respectiva, de acuerdo a Ley.

**ARTÍCULO 4.-** La presente Resolución no libera ni exonera del pago de impuestos o de derechos aduaneros, cualquiera sea su clase o denominación.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

  
EDUARDO FERREYROS KÜPPERS  
Ministro de Comercio Exterior y Turismo

