

RECIBIDO

A. Datos de la Actividad		APEX N°: 0013-2017		21 NOV 2017	
Evento / Asunto:	PARTICIPACION EN LA FERIA ANUGA 2017				
Lugar(es): (Ciudad-País)	Colonia, Alemania	Viaje al:	Interior <input type="checkbox"/>	Exterior <input checked="" type="checkbox"/>	Reg. N°: 11401

 Firma: 

B. Datos Generales						
Nombres y Apellidos: (Comisionado)		FABIANA TENORIO PARIONA		Personal PROMPERÚ		
Cargo:		Especialista III - Departamento Agronegocios		Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
N° Resolución: (Sólo viajes al exterior)	368-2017-MINCETUR	Periodo de viaje:	Salida		Retorno	
			04	10	17	13

C. Resultados													
Objetivos del viaje													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Objetivo (Punto E del Informe Técnico Legal de Viaje)</th> <th>Cumplimiento del objetivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> Promover el intercambio comercial de las pymes agro exportadoras peruanas con el mercado alemán y europeo, ampliando la red de contactos y difundiendo la oferta exportable peruana. Promocionar los productos de las empresas peruanas participantes en la feria ANUGA 2017, tomando en cuenta las oportunidades que se tienen en estos mercados. Supervisar la construcción del Pabellón Perú en la feria, siendo ANUGA la principal vitrina del sector hortofrutícola del mundo, y teniendo en cuenta las oportunidades que se presentan en la misma. Brindar apoyo a las empresas peruanas con stand en las dos zonas en las que el Perú tendrá presencia, a fin de promover el intercambio comercial de las empresas agroexportadoras peruanas con el mercado alemán y europeo, ampliando la red de contactos y difundiendo la oferta exportable peruana. Asistir y orientar a las empresas peruanas visitantes en el marco de dicho evento. Supervisar el cumplimiento de las actividades que deban ejecutar las empresas y que se llevarán durante el desarrollo de la feria. </td> <td> <p>La delegación peruana estuvo formada por 48 empresas distribuidas en 50 stands ubicados en la Zona Fine y Frozen del recinto ferial de ANUGA, que ocupó un área de 458 m².</p> <p>La participación de las empresas peruanas en ANUGA superó todas las expectativas de negocios por aproximadamente US\$ 276 millones. El pabellón peruano contó con una oferta diversificada de productos hortofrutícolas en conservas, granos andinos, legumbres, cacao y jugos en Zona Fine; y productos hortofrutícolas congelados en general en Zona Frozen.</p> <p>Del 07 al 11 de octubre la feria batió record de expositores, de acuerdo al siguiente detalle:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>N° países</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° Visitantes (*)</td> <td>165,000</td> <td>198</td> </tr> <tr> <td>N° Expositores</td> <td>7,400</td> <td>107</td> </tr> </tbody> </table> <p>(*) 90% de ellos decisores de negocios en sus compañías</p> <p>Cabe destacar que, entre las empresas asistentes, un 80% estuvieron conformadas por empresas de regiones productoras del país como Piura, Ica, Lima, Cajamarca, La Libertad, Piura, Lambayeque, Tumbes y Junín.</p> <p>Entre los productos más demandados se encontraron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Quinoa (ready to eat) * Cacao orgánico * Sacha inchi (aceite, harina, snack) * Páprika * Alcachofa </td> </tr> </tbody> </table>	Objetivo (Punto E del Informe Técnico Legal de Viaje)	Cumplimiento del objetivo	<ul style="list-style-type: none"> Promover el intercambio comercial de las pymes agro exportadoras peruanas con el mercado alemán y europeo, ampliando la red de contactos y difundiendo la oferta exportable peruana. Promocionar los productos de las empresas peruanas participantes en la feria ANUGA 2017, tomando en cuenta las oportunidades que se tienen en estos mercados. Supervisar la construcción del Pabellón Perú en la feria, siendo ANUGA la principal vitrina del sector hortofrutícola del mundo, y teniendo en cuenta las oportunidades que se presentan en la misma. Brindar apoyo a las empresas peruanas con stand en las dos zonas en las que el Perú tendrá presencia, a fin de promover el intercambio comercial de las empresas agroexportadoras peruanas con el mercado alemán y europeo, ampliando la red de contactos y difundiendo la oferta exportable peruana. Asistir y orientar a las empresas peruanas visitantes en el marco de dicho evento. Supervisar el cumplimiento de las actividades que deban ejecutar las empresas y que se llevarán durante el desarrollo de la feria. 	<p>La delegación peruana estuvo formada por 48 empresas distribuidas en 50 stands ubicados en la Zona Fine y Frozen del recinto ferial de ANUGA, que ocupó un área de 458 m².</p> <p>La participación de las empresas peruanas en ANUGA superó todas las expectativas de negocios por aproximadamente US\$ 276 millones. El pabellón peruano contó con una oferta diversificada de productos hortofrutícolas en conservas, granos andinos, legumbres, cacao y jugos en Zona Fine; y productos hortofrutícolas congelados en general en Zona Frozen.</p> <p>Del 07 al 11 de octubre la feria batió record de expositores, de acuerdo al siguiente detalle:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>N° países</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° Visitantes (*)</td> <td>165,000</td> <td>198</td> </tr> <tr> <td>N° Expositores</td> <td>7,400</td> <td>107</td> </tr> </tbody> </table> <p>(*) 90% de ellos decisores de negocios en sus compañías</p> <p>Cabe destacar que, entre las empresas asistentes, un 80% estuvieron conformadas por empresas de regiones productoras del país como Piura, Ica, Lima, Cajamarca, La Libertad, Piura, Lambayeque, Tumbes y Junín.</p> <p>Entre los productos más demandados se encontraron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Quinoa (ready to eat) * Cacao orgánico * Sacha inchi (aceite, harina, snack) * Páprika * Alcachofa 			N° países	N° Visitantes (*)	165,000	198	N° Expositores	7,400	107
Objetivo (Punto E del Informe Técnico Legal de Viaje)	Cumplimiento del objetivo												
<ul style="list-style-type: none"> Promover el intercambio comercial de las pymes agro exportadoras peruanas con el mercado alemán y europeo, ampliando la red de contactos y difundiendo la oferta exportable peruana. Promocionar los productos de las empresas peruanas participantes en la feria ANUGA 2017, tomando en cuenta las oportunidades que se tienen en estos mercados. Supervisar la construcción del Pabellón Perú en la feria, siendo ANUGA la principal vitrina del sector hortofrutícola del mundo, y teniendo en cuenta las oportunidades que se presentan en la misma. Brindar apoyo a las empresas peruanas con stand en las dos zonas en las que el Perú tendrá presencia, a fin de promover el intercambio comercial de las empresas agroexportadoras peruanas con el mercado alemán y europeo, ampliando la red de contactos y difundiendo la oferta exportable peruana. Asistir y orientar a las empresas peruanas visitantes en el marco de dicho evento. Supervisar el cumplimiento de las actividades que deban ejecutar las empresas y que se llevarán durante el desarrollo de la feria. 	<p>La delegación peruana estuvo formada por 48 empresas distribuidas en 50 stands ubicados en la Zona Fine y Frozen del recinto ferial de ANUGA, que ocupó un área de 458 m².</p> <p>La participación de las empresas peruanas en ANUGA superó todas las expectativas de negocios por aproximadamente US\$ 276 millones. El pabellón peruano contó con una oferta diversificada de productos hortofrutícolas en conservas, granos andinos, legumbres, cacao y jugos en Zona Fine; y productos hortofrutícolas congelados en general en Zona Frozen.</p> <p>Del 07 al 11 de octubre la feria batió record de expositores, de acuerdo al siguiente detalle:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>N° países</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° Visitantes (*)</td> <td>165,000</td> <td>198</td> </tr> <tr> <td>N° Expositores</td> <td>7,400</td> <td>107</td> </tr> </tbody> </table> <p>(*) 90% de ellos decisores de negocios en sus compañías</p> <p>Cabe destacar que, entre las empresas asistentes, un 80% estuvieron conformadas por empresas de regiones productoras del país como Piura, Ica, Lima, Cajamarca, La Libertad, Piura, Lambayeque, Tumbes y Junín.</p> <p>Entre los productos más demandados se encontraron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Quinoa (ready to eat) * Cacao orgánico * Sacha inchi (aceite, harina, snack) * Páprika * Alcachofa 			N° países	N° Visitantes (*)	165,000	198	N° Expositores	7,400	107			
		N° países											
N° Visitantes (*)	165,000	198											
N° Expositores	7,400	107											

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN
 DE LAS EXPORTACIONES
RECIBIDO
 20 NOV 2017

<p>07/10/2017</p>	<p>09:00 – 18:00 hr Participación en la feria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sostener una reunión de coordinación con el personal de apoyo, a fin de planificar las necesidades del Pabellón y sus funciones. • Supervisar el funcionamiento del Pabellón Peruano en ambas zonas. • Coordinar con las empresas peruanas participantes ubicadas en ambas zonas. • Asistir a la inauguración del Pabellón Peruano en la feria con presencia de las autoridades peruanas invitadas al evento. • Participar en el lanzamiento de la Marca Sectorial Superfoods Perú y otros. 	<p>De acuerdo al programa, se inauguró el Pabellón peruano con la presencia del Embajador del Perú en Alemania, señor Elmer Schialer, quien fue acompañado por el Sub Director de PROMPERU, señor José Quiñones, el Gerente de Ferias de la Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana, señor Michael Rehmer, el Presidente de COMEX, señor José Luis Noriega y el Consejero Económico Comercial del Perú en Hamburgo, señor Gyco Gordon. (Lugar: Zona Fine del Pabellón PERU).</p>  <p>Asimismo, se realizó un recorrido oficial por el Pabellón peruano, tanto en la Zona Fine y la Zona Frozen.</p> <p>De manera paralela, la delegación peruana participó del Opening Ceremony de la feria ANUGA, atendiendo la invitación realizada por el organizador ferial de la citada feria.</p> <p>Dado el primer día de feria se notó una fuerte presencia de visitantes extranjeros en el Pabellón peruano lo que perduró hasta la hora de cierre de la misma. Durante toda la jornada de atención (9am a 6pm), se realizó un show cooking por parte del proveedor del catering,</p>
<p>08/10/2017</p>	<p>09:00 – 18:00 hr Participación en la feria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el funcionamiento del Pabellón Peruano en ambas zonas. • Asistir a los potenciales importadores y visitantes que acuden al stand peruano tanto en la zona Fine como Frozen. • Asistir y orientar a las empresas peruanas visitantes en el marco de dicho evento. • Coordinar el catering y degustaciones establecidas previamente. • Explorar los distintos pabellones de la feria para apreciar la oferta exhibida y las tendencias del mercado. • Asistir a conferencias desarrolladas en el marco del evento. 	<p>De acuerdo al programa, se realizó una ceremonia protocolar de corte de cinta en el Pabellón peruano con la participación de los representantes de los países miembros de la Alianza del Pacífico y la presencia de sus respectivos Embajadores, culminando en el Pabellón peruano.</p> <p>Gracias a una activa participación del señor Michael Rehmer, Gerente de Ferias de la Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana, se contó con la presencia de la Deutsche Welle (DW), servicio de radiodifusión internacional de Alemania, el cual realizó una entrevista al Embajador peruano en el Pabellón peruano.</p> <p>Se tuvo una reunión de trabajo con el señor Reindert Dekker, representante del CBI (cooperación holandesa), a fin de revisar los temas que están en seguimiento entre el CBI y PROMPERU.</p> 

		<p>(Holanda), SISLAG (Alemania), Dr. Behr GMBH (Alemania), Supernutrients (UK), Apimexa (Alemania), Cafico GMBH & CO (Alemania) y Landgard (Alemania); cumpliendo el siguiente programa para las cinco (05) empresas peruanas beneficiadas y asistentes a la mencionada Rueda:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Silver Food <ol style="list-style-type: none"> a) Latinito (Alemania) b) Health Ingredients Trading (Países Bajos) 2. Industrias Nanax <ol style="list-style-type: none"> a) Health Ingredients Trading (Países Bajos) b) Latinito (Alemania) c) SISLAG (Alemania) d) Dr. Behr GMBH (Alemania) – NO SE PRESENTÓ 3. Siagro Export <ol style="list-style-type: none"> a) Health Ingredients Trading (Países Bajos) – NO SE PRESENTÓ b) Dr. Behr GMBH (Alemania) – NO SE PRESENTÓ c) Supernutrients (UK) - NO SE PRESENTÓ d) Latinito (Alemania) e) SISLAG (Alemania) f) Apimexa (Alemania) 4. Organic Rainforest <ol style="list-style-type: none"> a) Health Ingredients Trading (Países Bajos) b) Dr. Behr GMBH (Alemania) c) Latinito (Alemania) 5. Oriundo Trading <ol style="list-style-type: none"> g) Dr. Behr GMBH (Alemania) – NO SE PRESENTÓ h) Latinito (Alemania) – NO SE PRESENTÓ
11/10/2017	<p>09:00 – 18:00 hr Participación en la feria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el funcionamiento del Pabellón Peruano en ambas zonas. • Asistir y orientar a las empresas peruanas visitantes en el marco de dicho evento. • Explorar los distintos pabellones de la feria para apreciar la oferta exhibida y las tendencias del mercado. 	<p>Se atendieron consultas de las empresas peruanas visitantes en la feria ANUGA, así como, de los colegas homólogos de PROMPERU de Colombia, Chile, Argentina.</p>
12/10/17	Salida de la ciudad de Colonia	Vuelo sin contratiempos

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

- La participación peruana estuvo presente en dos zonas dentro de la feria ANUGA: Zona Fine y Zona Frozen (48 empresas distribuidas en 50 stands). En el caso de la Zona Fine, contó con la presencia de 39 empresas y cada uno de los stands estuvo atendido por aproximadamente 4 personas, haciendo un total de 164 empresarios peruanos atendiendo en dicha zona. En el caso de la Zona Frozen, contó con 9 empresas y cada uno de los stands estuvo atendido por 3 personas, haciendo un total de 27 empresarios peruanos atendiendo en la citada zona.
- El número de visitantes en el Pabellón peruano llegó a su punto máximo en poco más de 5,000 personas al segundo día de la feria, estimándose un total de 15,000 visitantes en los 5 días del evento.
- Se generaron compromisos de negocios para los siguientes 12 meses por aproximadamente US\$ 276 millones de

- Se contó con la presencia de seis (06) Oficinas Económico-Comerciales: Rotterdam, Madrid, Londres, París, Milán y Hamburgo.

E. Recomendaciones (Sugerencia sobre la actividad realizada)

- Convocatoria:** El Departamento de Agronegocios ha propuesto a la Subdirección de Promoción Internacional de la Oferta Exportable, nuevos criterios de evaluación para la selección de las empresas, a fin de elevar los estándares de calificación con los que se evalúan a las empresas peruanas participantes en los eventos de gran envergadura -como ANUGA- y que acompañan a PROMPERU. Resulta importante mencionar que, algunas empresas han manifestado su deseo de tomar conocimiento acerca del Reglamento de Participación, previa a la inscripción de la empresa en un evento en particular.
- Pabellón:** Debido a la creciente demanda de las empresas peruanas por participar en la feria ANUGA, se sugiere solicitar al organizador ferial contar con un mayor espacio para el Pabellón peruano (Zona Fine), de una forma más rectangular, a fin de modificar el último diseño del Pabellón peruano (Zona Fine), y de esta manera redistribuir el metraje de cada uno de los stands del mismo. Por otro lado, algunas empresas han sugerido crecer en otras zonas de ANUGA, como por ejemplo en la Zona Organic.
- Promoción y Mercado:** Tras la realización de la Rueda de Negocios organizada por las OCEX's participantes en la feria ANUGA, resulta importante señalar que el Departamento de Agronegocios debe contar -con la debida anticipación- la lista de compradores que llegan con cada OCEX participante, así como, la agenda de reuniones programadas por parte de las OCEX, para garantizar la presencia de las empresas peruanas, tener un adecuado matchmaking comprador-vendedor y reducir el riesgo de inasistencia a las citas de negocios.
- Exposición en Medios:** A fin que la participación peruana en ANUGA pueda contar con una debida cobertura en medios, con la debida anticipación se solicitó el apoyo de las OCEX's para contar con algún medio de prensa de alguno de los mercados en los que se encontrara alguna OCEX y que estuviera presente en ANUGA. Sobre el particular, se tuvo la respuesta afirmativa de la OCEX Milán y se contó con la presencia del medio *Corriereortofrutticolo.it*, el cual realizó una entrevista al señor José Quiñones, Subdirector de Promoción Internacional de la Oferta Exportable, cuya nota se adjunta al presente.
- Activaciones:** Resulta importante mencionar que, sería necesario contar con información anticipada de las actividades propiamente de promoción comercial que eventualmente realicen las OCEX's en determinados eventos a los que asisten, a fin de sumar esfuerzos que coadyuven a la optimización de las mismas.

Comisionado

Fecha: 13/11/17

Firma



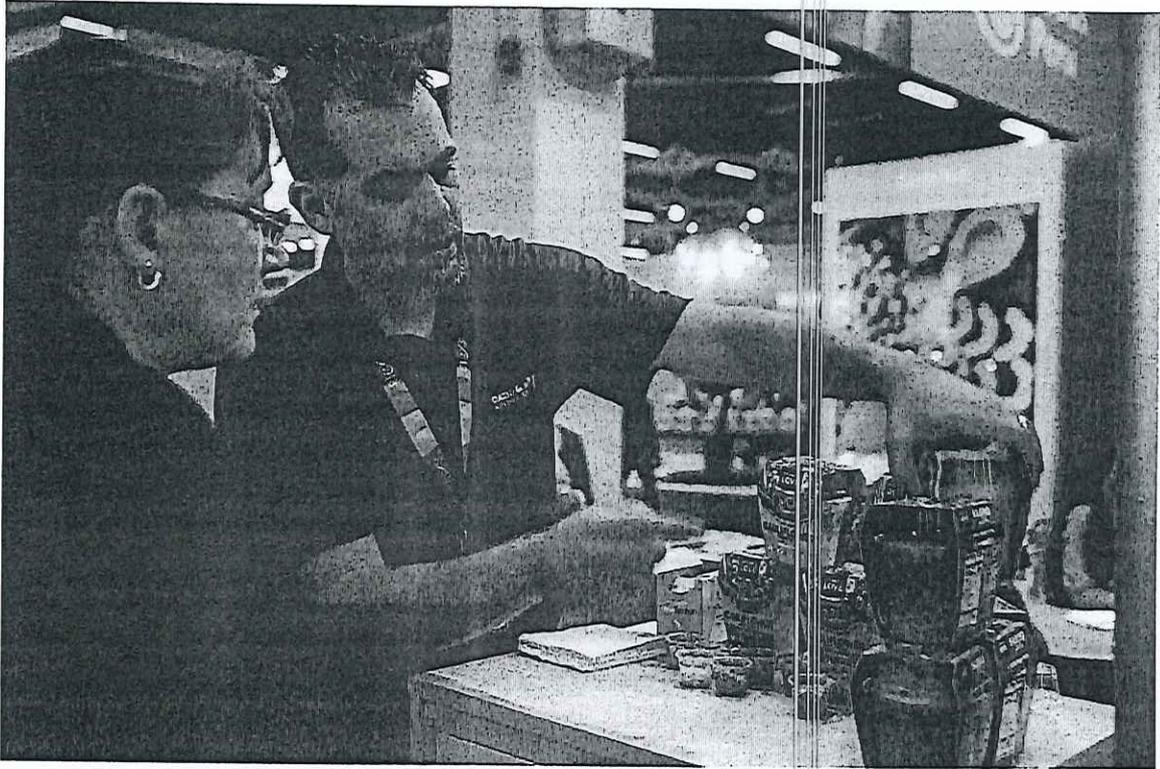
JOSE QUIÑONES BALTODANO
Sub Director de Promoción Internacional
de la Oferta Exportable

Adj.:

- Nota en medio italiano
- Fotos del evento en general

LUIS TORRES PIZ
Director de Promoción de las Exportaciones







CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

ATTUALITÀ  AZIENDE  DISTRIBUZIONE  ESTERO  FIERE  INNOVAZIONE  LOGISTICA  PRODOTTI  NEWSLETTER

COMMERCIO MONDIALE DI ORTOFRUTTA: IL PERÙ PUNTA IN ALTO



Publicato il 25 ottobre 2017

Condividi     

"Nel 2016 le esportazioni verso l'Europa hanno superato i 5,493 miliardi di dollari", ha dichiarato al Corriere Ortofrutticolo José Quiñones Baltodano (nella foto), vicedirettore per la promozione internazionale di Promperù, a conclusione di Anuga, la manifestazione fieristica B2B più importante del mondo nel food. L'evento, a cui hanno preso parte ben 51 aziende peruviane all'interno dello stand collettivo organizzato dalla Commissione per la Promozione delle Esportazioni e del Turismo Promperù, ha riconosciuto il brand 'Perù' quale sinonimo di alta qualità. Un ottimo risultato, raggiunto su un palcoscenico tanto prestigioso come quello europeo.

"Sebbene negli ultimi anni si sia evidenziata una tendenziale contrazione degli scambi commerciali a livello globale - ha precisato José Quiñones Baltodano - i traffici da e per l'UE si sono mantenuti sempre molto dinamici, con un valore intorno agli 11 miliardi di dollari all'anno. Tra le principali destinazioni si annoverano Germania, Spagna, Francia, Belgio e Regno Unito".

L'importanza del Vecchio Continente per l'economia peruviana è indiscutibile; se poi si considera che l'agroalimentare è ad oggi il motore dello sviluppo del Paese andino, con una quota pari al 15,3% delle esportazioni totali, "è chiaro il significato che ha per noi partecipare a questa manifestazione, organizzata proprio nel cuore dell'Europa e rivolta a tutti i professionisti del settore", ha spiegato Quiñones.



I numeri sono davvero interessanti e le ambizioni altrettanto. Lo scorso anno le spedizioni dei soli prodotti agricoli verso l'Unione Europea sono aumentate dell'11%, per un valore di 1,658 miliardi di dollari. Dal 2012 al 2016 l'intero comparto delle cosiddette 'agro-esportazioni' è passato da 4,154 miliardi a 5,529 miliardi di dollari, con un tasso di crescita annuo pari al 7,4%.

In riferimento a frutta e verdura, di cui il Perù vanta il più alto livello di biodiversità al mondo, nel periodo in esame gli invii verso l'UE sono aumentati del 16% all'anno, fino a superare nel 2016 i 2,681 miliardi di dollari. Risultati positivi, raggiunti grazie ai tanti traguardi ottenuti nelle singole categorie di prodotto: il Perù è al primo posto nel mondo in fatto di export di asparagi con il 36,2% del mercato; al quinto per il commercio di uva da tavola con l'8,9% dei traffici; e al terzo posto per avocado e mango con circa il 9% del mercato.

Inoltre, significative per il settore la produzione e l'esportazione di banane bio, melagrane, quinoa, maca e mirtilli. Rispetto a questi ultimi l'incremento dei volumi raccolti è stata talmente rapida da portare in pochi anni il Paese al settimo posto nella lista dei primi esportatori al mondo (terzo in America Latina), con il 5,2% del mercato.

 Segui su Twitter  Segui su Facebook



L'INFORMAZIONE ECONOMICA E L'ECCellenza DEI
PROTAGONISTI
 DELL'ORTOFRUTTA ITALIANA



LE NOSTRE INIZIATIVE

