

ue



El chifle: La ruta de un producto regional hacia el mercado internacional

Ecuador: Una gran oportunidad para Tumbes y Piura

Concha de Abanico: Posibilidades de exportación para las asociaciones de acuicultores

INDICE



3

MERCADO

Ecuador: Una gran oportunidad para Tumbes y Piura



4

EL EMPRESARIO

José Sosa: De artesano a empresario exportador



5

OFERTA EXPORTABLE

El chifle: La ruta de un producto regional hacia el mercado internacional



6

ESPECIAL

Concha de Abanico: Posibilidades de exportación para las asociaciones de acuicultores



8

INTELIGENCIA COMERCIAL

Mango



10

AGENDA



11

NOTICIAS REGIONALES



12

EVENTOS

EDITORIAL

Con las primeras lluvias de verano cargando de agua nuestros ríos, expectantes ante la aparición del Fenómeno del Niño, con los mercados de frutas frescas algo contraídos por la crisis del año pasado, nos enfrentamos a un 2010 con la decisión férrea de exportar más y mejor.

Este boletín quiere contribuir a esa visión común que une instituciones públicas, ong's, proyectos de cooperación, gremios, empresas y productores, entre otros. Presentamos nuestro primer número con información reciente sobre oportunidades de mercado, productos, empresarios, inteligencia comercial, agenda etc., especialmente preparado para que nuestros exportadores actuales y potenciales de Piura y Tumbes, puedan tomar mejores decisiones en sus negocios y finalmente mantener los niveles de competitividad que el mercado internacional exige.

Promperu Exportaciones Piura, viene trabajando desde abril del 2009 con las empresas de Piura y Tumbes. Fuimos la región que más empresas llevó a la FERIA **Expoalimentaria** en Lima; en noviembre realizamos un seminario especialmente dirigido a los agroexportadores, donde presentamos las ferias internacionales más importantes, y hoy acaban de regresar de Europa empresarios bananeros con pedidos totales de 3.5 millones de Euros. Desde noviembre organizamos un evento para promocionar el mercado ecuatoriano, y el Ministro de Comercio Exterior y Turismo acaba de anunciar la **EXPOPERU ECUADOR** para fines de marzo. Con nuestro apoyo, las empresas ya se están preparando con estudios de mercado, acciones para promover la asociatividad y programas para mejorar la calidad. Nos sentimos orgullosos de ser protagonistas de boom exportador que está viviendo la región norte Tumbes y Piura.



BOLETIN DE PROMPERÚ EXPORTACIONES PIURA

Edición N°1 - Febrero 2010

Edición y coordinación:
Mauricio Zúñiga Montes

Redacción:
Mauricio Zúñiga Montes
Willy Samaniego

Diseño y Diagramación:
Anne Villanueva Chú

Fotografía:
Anne Villanueva Chú
Mauricio Zúñiga Montes
Archivo

Colaborador:
CEDEPAS NORTE

Editado por:
PROMPERÚ Exportaciones Piura



Ecuador Una gran oportunidad para Tumbes y Piura

El boom agroexportador y pesquero de Tumbes y Piura se ha orientado hacia los países norteamericanos, europeos y asiáticos considerados como los mercados con mayor capacidad adquisitiva. La producción que no logra exportarse normalmente es absorbida por mercados nacionales como Chiclayo, Trujillo y Lima. Ecuador, también es un destino importante para la producción que no logra exportarse hacia estos países del primer mundo, tal es el caso de las uvas de mesa. Sin embargo, existen otros productos como el limón sutil, cebolla roja, menestras, arroz, joyas de plata y prendas de vestir, cuyos volúmenes de transacción no figuran del todo en las estadísticas oficiales.

El limón sutil es una variedad con elevado nivel de acidez, muy apreciado por el mercado peruano (para la elaboración del cebiche) pero de difícil aceptación en la mayoría de los mercados internacionales. Ecuador, es uno de los pocos países que consume limón sutil. En un supermercado de Guayaquil se vende un kilo a \$1 (S/.2.80) mientras en Tambogrande el precio en Chacra es S/.7 el saco de 50 Kilos y el acopiador lo vende en el cruce hacia Sullana a S/.20 el saco de 50 Kilos. Las estadísticas no muestran registros de exportaciones a Ecuador.

Un kilo de uva peruana de variedad red globe se vende en Guayaquil a \$5.79 (S/.16.21) mientras el kilo en chacra está en S/.2.00. Normalmente se vende a Ecuador lo que no logra venderse a los mercados tradicionales de nuestros productos de exportación: Estados Unidos, Europa y Asia.

Las menestras son altamente



apreciadas en la comida tradicional ecuatoriana. De hecho Perú figura como uno de los principales exportadores para Ecuador, sin embargo, el frejol caupí recientemente sembrado en el Alto Piura para la exportación a través de SUNPACKERS, esta siendo acopiada para venderse ilegalmente al Ecuador. Situaciones similares ocurren para otros productos agrícolas como la cebolla roja y el arroz.

Otro importante sector es la



artesanía a través de la joyería de plata. Perú es uno de los principales abastecedores del Ecuador, siendo comercializadas a través de joyerías, islas en los centros comerciales y ventas directas.

PROMPERÚ está organizando distintas actividades para promover las exportaciones en el Ecuador. Entre el 23 y 26 de Marzo se realizará la EXPOPERU en Quito y Guayaquil, donde una misión pública – privada implementará distintas actividades (exhibición, ruedas de negocios, desfile de modas, seminarios, etc.) que buscarán incrementar las exportaciones, el turismo y las inversiones. Por otro lado, en el mes de abril se realizará la EXPOPYME GUAYAQUIL 2010, un encuentro empresarial donde habrá una exhibición permanente y ruedas de negocios con compradores. Si usted desea participar en alguno de estos eventos puede contactarse con nosotros al correo electrónico mzuniga@promperu.gob.pe.

José Sosa

De artesano a empresario exportador

José Sosa, uno de los pocos ceramistas que han logrado exportar directamente, nos comparte escenas de su trayectoria como artesano, empresario y ahora exportador.

Él viene de Simbilá, donde sus padres se dedicaban a la alfarería utilitaria basada en la técnica tradicional del paleteado. Cuando migró a Chulucanas, es su generación la encargada de incursionar en la técnica del positivo y negativo propio de la cultura Vicus, para darle el acabado que hoy caracteriza a este tipo de cerámica.

Recuerda con gratitud el impulso recibido por la monja Gloria Goyce de Estados Unidos, que durante años le enseñó el uso del molde, mejorar el pulido, calcular costos y a buscar mercado. Hoy, con 80 años de edad, continúa en contacto con José y siempre le envía recortes de nuevos diseños por internet.

Uno de los retos más importantes fue tener que atender 30,000 piezas con 6 diseños diferentes en 3 meses a pedido de un exportador. Con otros artesanos alquilaron un local de 1,200 m² y trajeron pulidores, decoradores y torneros de Ayacucho, porque no tenían mano de obra suficiente. José Sosa afirma orgulloso haber producido él solo 18,000 piezas.

"El torno mató a la paleta y la piedra", afirma con tristeza José. Sólo fue posible incrementar la producción introduciendo el torno, de producir 10 a 15 piezas diarias se llegó a niveles de 100 a 180 piezas. De esta manera se diferencia el producto artístico del comercial.

Reconoce haber aprendido mucho



de los intermediarios, pues a través de ellos aprendió a fabricar en cantidad. Fue al formalizarse que identificó que los precios que le pagaban por su producción no le dejaba utilidad. Entonces comenzó a mirar directamente hacia el mercado internacional.

En el 2004, con apoyo de PROMPERÚ y el MINCETUR se creó el consorcio "Arte Chulucanas" con quienes viajó a Brasil, Colombia y Estados Unidos. En el 2008 decidió presentarse por sí solo a la Peruvian Gift Show donde si bien no consiguió los contactos que

esperaba, logró exportar al Brasil (Sao Paulo) en el 2009, un embarque por \$1,500.

José considera estratégico seguir abasteciendo a las empresas exportadoras pues le piden el volumen que necesita para crecer, sin embargo la exportación directa se ha convertido en una meta que espera lograr como empresario. Esto implica dividir su tiempo entre ser proveedor y exportador, es decir mientras optimiza sus procesos de producción cuidando la calidad, por otro lado debe desarrollar nuevos diseños y buscar compradores.



Nota: PROMPERÚ Exportaciones Piura está desarrollando una consultoría a través de la Lic. Elba Apolo (969646061 y rpm*160262) que busca preparar a los artesanos y comercializadores en su participación en las actividades de promoción comercial programadas para el mes de abril (ver sección Agenda).



El Chifle **La ruta de un producto regional hacia el mercado internacional**

Es uno de los productos de mayor identificación con la región Piura. Si bien la demanda local, tanto regional como nacional, es saturada por distintas marcas, calidades, precios y presentaciones, existen oportunidades de venta en otros países que requieren alternativas de snacks para su consumo. Algunos empresarios han tomado nota y están comenzando a abastecer a los mercados internacionales.

Una primera decisión racional de los empresarios piuranos decididos a ampliar su mercado, ha sido abastecer al mercado limeño, donde han sabido diferenciarse de los proveedores de otras regiones con un tipo de producto asociado a la región de Piura. El reto siguiente es ingresar a los supermercados donde tienen que cumplir requisitos de calidad e inocuidad para la producción, volúmenes superiores a los normales, especificaciones para etiquetado, aplicación de herramienta de marketing para competir con las demás marcas presentes en los anaqueles de exhibición y contar con financiamiento hasta realizar la cobranza.

Algunos de los principales fabricantes de chifles han realizado exportaciones esporádicas hacia el Asia, y reconocen que para alcanzar los volúmenes que demandan estos mercados, necesitan abastecerse de otros fabricantes o asociarse con ellos. Otro mercado interesante es Ecuador, a cuyos visitantes les agrada el producto e incluso lo

llevan a su país.

Según el Ing. Arturo Arbulú, Gerente General del

norma técnica del chifle, que hasta el momento no existe.

Conjuntamente con PROMPERU Exportaciones Piura, se ha organizado para el 16 de Marzo del 2010, el seminario llamado "Uso del aceite para la exportación de Chifles", en el Auditorio IME de la Universidad de Piura (UDEP) a las 5:00 p.m., donde se invitará un experto en el tema que expondrá las distintas calidades de aceite y el resultado de sus ampliaciones para los productos de exportación. Se espera contar con la presencia de los fabricantes de chifles, los supermercados, y las instituciones interesadas en promover su producción y comercialización. Para inscribirse se puede llamar al Cite Agroindustrial Piura al teléfono 310930 o enviar un mail al citeagropiura@produce.gob.pe.

Cite Agroindustrial Piura, el aspecto clave para que los distintos fabricantes puedan producir volúmenes de manera conjunta es el uso del aceite al momento de freirlos. En ese sentido, se necesita elaborar la





Conchas de Abanico

Posibilidades de exportación para las asociaciones de acuicultores



Piura es la primera región exportadora de productos del mar en todo el Perú. La unión de corrientes con distinta temperatura permiten la convivencia de distintas especies, muchas de ellas altamente apreciadas por el mercado internacional tales como la pota, el calamar, el perico, los langostinos y las conchas de abanico.

Según Fermín Saavedra, Jefe de la Sede del Centro de Formación Pesquera de Paíta de FONDEPES, toda la pesca nacional es realizada de manera artesanal, es decir, el nivel tecnológico no llega a ser industrial, como sí lo tienen algunas flotas asiáticas que poseen verdaderos barcos fábricas que no sólo pescan sino transforman la producción.

En el caso de las conchas de abanico, la actividad extractiva conocida como acuicultura, es realizada artesanalmente por pescadores agrupados en asociaciones. Las instituciones

públicas encargadas de regular esta actividad son el Ministerio de la Producción (PRODUCE) y la Dirección Regional de Producción (DIREPRO), a quienes se solicitan las licencias respectivas sobre un área de mar en particular. Los procedimientos burocráticos originan que muchas asociaciones operen con la licencia en trámite.

La conchas de abanico son agrupadas en mallas, que pueden contener hasta 96 conchas dependiendo del tamaño de cada una, parte de la regulación es que el tamaño no sea demasiado pequeño para evitar la depredación. Las mallas son descargadas en los terminales pesqueros autorizados, cargadas en camiones acondicionados para conservar la temperatura y transportados hacia las plantas de acondicionamiento primario y congelado.

El acondicionamiento primario consiste en realizar el desvalve

(quitar la valva o la concha en sí) y retirar el tallo y coral (parte interior de la concha). La limpieza consiste en lavar el tallo y coral (a veces éste último no es requerido) y clasificarla de acuerdo a los tamaños. El congelado puede utilizar tecnologías como el IQF, que permite conservar las conchas de abanico hasta dos años sin perder sus propiedades originales (color, sabor, textura, etc) debidamente empacadas a requerimiento de los clientes (cajas, bolsas, etc.). Estas plantas pueden tener ambos procesos (acondicionamiento primario y congelado) o sólo uno. Son reguladas estrictamente por las autoridades sanitarias nacionales y muchas de ellas cuentan con certificaciones internacionales que les permiten cumplir con las exigencias de los mercados internacionales.

La exportación de conchas de abanico es realizada por empresas con plantas propias o por empresas que subcontratan los servicios de las plantas. Una planta puede dividir sus ventas entre

exportaciones directas y servicios a terceros. Los productores de conchas entregan su producción en mallas a las plantas, quienes les pagan a precios por kilos por el tallo y el coral, de acuerdo a los tamaños que resulten del proceso de acondicionamiento primario y congelado. Una malla puede pesar entre 3,5 y 4 kilos de tallo.

Algunas asociaciones de acuicultores de conchas de abanico aspiran a convertirse en exportadores directos agrupándose en consorcios. Carlos Collazos, presidente de uno de los consorcios en formación, afirma que las plantas de acondicionamiento primario y congelado, a pesar de tener actualmente elevada capacidad ociosa por la caída de la pesca de pota, no desean brindar estos servicios a las asociaciones de acuicultores al considerarlos potenciales competidores. Por otro lado, recientemente las asociaciones protestaron ante el Gobierno Regional de Piura, para evitar que se otorguen licencias de extracción a las empresas quienes tienen mejor posición para competir que ellos.

Con el objeto de informar sobre la situación actual del mercado internacional de conchas de abanico, PROMPERÚ Exportaciones Piura y

FONDEPES han programado a realizar un seminario llamado "Oportunidades de Exportación de Conchas de Abanico" en el distrito de Parachique para el mes de marzo. En el evento se espera identificar aquellas organizaciones con potencial exportador para, conjuntamente con FONDEPES, asistirlos técnicamente en temas productivos y comerciales que les permitan en el futuro exportar directamente. Una de las recomendaciones es participar en el Segundo Encuentro Empresarial Perú - Ecuador, a realizarse en Guayaquil (Abril) y/o en la Feria Expoalimentaria (Lima), en Setiembre próximo.

En el 2009 las exportaciones peruanas de conchas de abanico (congeladas y frescas) crecieron en un 29.06% con respecto al 2008 cerrando con US\$55.46 millones. Piura representó el 10.84% con US\$6 millones, sin embargo el crecimiento que tuvo fue del 75.25%.

Precios por tallo al 25/02/2010
Terminal Pesquero en Parachique

Tamaños	Precios por kilo
10 - 20	s/. 25
30 - 40	s/. 19
40 - 50	s/. 15
50 - 60	s/. 11
60 - 80	s/. 11

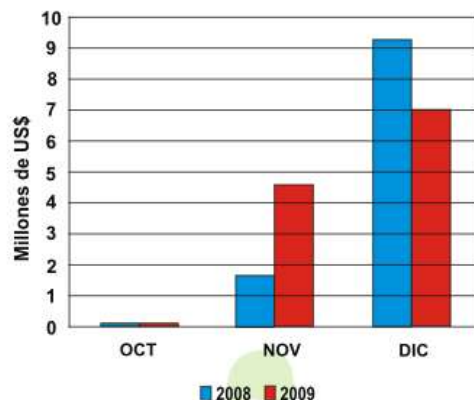
Fuente: FONDEPES



Exportaciones Peruanas de Mangos frescos en la Campaña Octubre - Diciembre 2008 - 2009, en valor FOB (millones de US\$)

Las exportaciones peruanas de mango para la primera parte de la campaña 2009 - 2010 correspondiente a los meses Octubre - Diciembre 2009 registraron un Valor FOB superior a los 11.7 millones de dólares, con un volumen aproximado a 14 mil toneladas. En el periodo analizado el mes con mayores ventas fue Diciembre con un valor FOB superior a los 7 millones de dólares y con un volumen superior a 8 mil toneladas en 2009 y el mes con el menor número de envíos fue Octubre, con envíos FOB superiores por US\$ 61 mil con 90 toneladas aproximadamente.

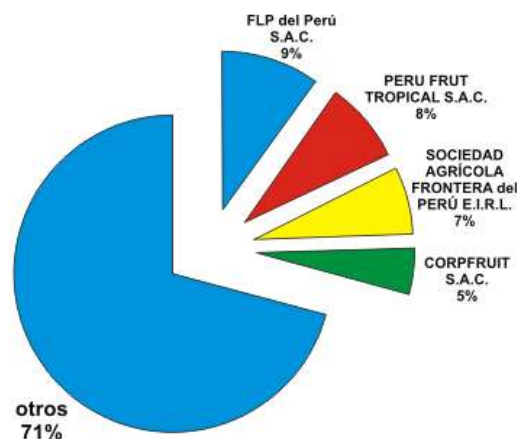
La variación de los años 2008 - 2009 en el periodo Octubre - Diciembre fue positiva en 6.5 % dado que en 2008 se exportó un monto superior a 11 millones de dólares a comparación del año 2009 que se exportó 11.7 millones de dólares.



Empresas Exportadoras de Mangos Frescos en el periodo Octubre - Diciembre 2009

Durante el periodo de Enero a Diciembre se han registrado 65 empresas exportadoras.

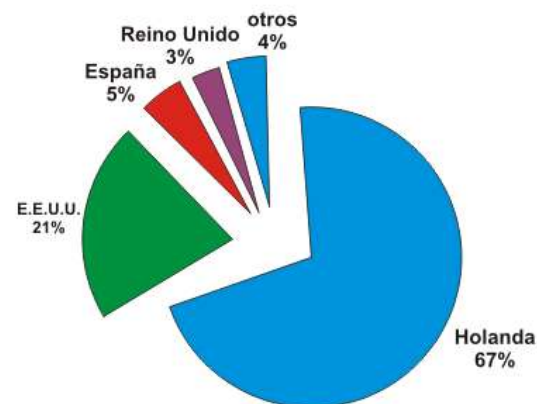
La principal empresa exportadora de Mango durante este periodo fue la empresa FLP del Perú S.A.C. con una participación del 9%, con envíos superiores a 1 millón de dólares valor FOB y un volumen de mil toneladas. Seguida de las empresas Perú Frut Tropical con un valor FOB superior a 964 mil dólares y Sociedad Agrícola Frontera del Perú con un valor FOB superior a 795 mil dólares y un volumen de 700 toneladas. El principal país destino de las exportaciones de Mango en este periodo ha sido Holanda con el 67% del total exportado y un valor FOB en envíos superior a US\$ 7.8 millones de dólares (9 mil TM). El segundo principal destino fue Estados Unidos con el 21% del total de las exportaciones y envíos superiores a US\$ 2.4 millones de dólares (2 mil TM) seguido de España con valores superiores a 565 miles de dólares en valor FOB (700 TM).



Fuente: I&D AMPEX. Análisis estadístico elaborado por el área de Investigación y Desarrollo de AMPEX (Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación) según su boletín 2009-IV



Destino de las exportaciones peruanas de Mangos Frescos en el periodo Octubre - Diciembre 2009



El principal país destino de las exportaciones de Mango en este periodo, ha sido Holanda con el 67% del total exportado y un valor FOB en envíos superior a US\$ 7.8 millones de dólares (9 mil TM). El segundo principal destino fue Estados Unidos con el 21% del total de las exportaciones y envíos superiores a US\$ 2.4 millones de dólares (2 mil TM); seguido de España con valores superiores a 565 miles de dólares en valor FOB (700 TM).

Para mayor información consultar a la página
web: www.siicex.gov.pe o comunicarse con nuestras oficinas.

Asociaciones de productores, artesanos, medianas, pequeñas y micro empresas ampliarán sus conocimientos en comercio exterior

Este 18 de febrero a las 6:00 p.m. en el Hotel Costa del Sol, tendrá inicio en la ciudad de Piura y por primera vez, el seminario de sensibilización "Día del Exportador", actividad que PROMPERU desarrolla desde hace 10 años, con el propósito de promover el espíritu exportador, ampliar y fortalecer los conocimientos en comercio exterior de las medianas, pequeñas y micro empresas. Este evento es organizado conjuntamente con la Municipalidad Provincial de Piura.

El primer tema a desarrollar será **Gestión de Exportaciones y Proceso Operativo Exportador** a cargo de Edal Luján, Coordinador de servicios de capacitación para el exportador. El segundo tema será **Promoción y Marketing Internacional** a cargo de Max Rodríguez, Coordinador Nacional de las oficinas regionales. Ambos temas son claves para el inicio de cualquier actividad exportadora.

En este tipo de seminarios se ofrece información sobre el proceso operativo de exportación, la gestión empresarial exportadora, así como los mecanismos de promoción y beneficios para las empresas que incursionen en los negocios internacionales, difundiendo y fortaleciendo la cultura exportadora en nuestro país.

Este interés se ha visto reflejado en el número creciente de empresas y personas que cada año se registra entre los asistentes tanto en Lima como en otras regiones, quienes reciben interesantes y actuales charlas impartidas por especialistas de la entidad promotora y por expertos de otras instituciones relacionadas a la cadena exportadora.

En el 2009, la cifra de asistentes a las jornadas del Día del Exportador llegó a un total de 27,000 asistencias a través de 180 seminarios de capacitación realizados en la ciudad de Lima.

Peruvian Gift Show y Perú Moda:

Del 28 al 30 de abril, a través de estas dos ferias a realizarse en Lima, nuestros artesanos, tanto de Chulucanas como de Catacaos, tendrán la oportunidad de exhibir sus productos a compradores tanto nacionales como extranjeros.

ExpoPerú Ecuador: Este 23-24 de Marzo en Quito y el 25-26 en Guayaquil, nuestros vecinos ecuatorianos podrán apreciar la nueva vitrina de Exposición de Perú. Con miras a la exportación y acuerdos comerciales entre nuestros países. Empresarios nacionales junto con el Ministro de Comercio Exterior y Turismo exhibirán los productos más representativos de nuestro país.

ExpoPyme Guayaquil 2010:

Pequeños y Micro empresarias de nuestra región viajarán a la ciudad de Guayaquil el mes de abril para promover el comercio binacional. Será un encuentro empresarial donde se impartirán charlas en la mañana y ruedas de negocios en la tarde, simultáneamente habrá una exhibición permanente de los productos de exportación.

Barcelona Alimentaria 2010: Del 22 al 26 de Marzo una de las principales ferias en el mundo del sector de alimentos y bebidas se dará en Barcelona. Nuestras empresas peruanas se encuentran en los preparativos para su participación.

Charla para Acuicultores de Conchas de Abanico:

Mucho pescadores de concha de abanico buscan la ayuda necesaria para lograr exportar sus productos. Por esta razón PROMPERÚ junto a FONDEPES realizará un taller para los acuicultores artesanales en Parachique (Sechura), llamado "Oportunidades para la Exportación de Conchas de Abanico" entre la primera y segunda semana de Marzo.

Asesorías comerciales para artesanos y comercializadores de cerámica de Chulucanas.

La Eco. Elba Apolo esta realizando una consultoría para preparar a los artesanos y/o comercializadores de cerámica de Chulucanas para participar de las ferias Peruvian Gift Show y/o ExpoPyme Guayaquil, a desarrollarse en abril con mira a exportar directamente de manera asociativa. Los interesados contactarla al mail elbaapolo@gmail.com, su celular 969646061 o rpm: *160262.

Formación de Núcleos Empresariales en Catacaos.

La Cámara de Comercio y Producción de Piura, a través de un proyecto de All Invest, ha contratado los servicios del Lic. Hernán Carrasco, para formar núcleos empresariales que les permitan a los joyeros mejorar el acceso a los servicios de desarrollo empresarial, tales como búsqueda de mercados, mejoramiento productivo, asesoría legal, etc. Pueden contactarlo al Celular 968999909.

Curso de Capacitación en capacidades logísticas.

Para el viernes 25 de Febrero se realizará durante la mañana en Chulucanas y durante la tarde en Catacaos, la presentación de la Guía de Capacidades Logísticas Terrestre, Aéreo y Marítimo a cargo de especialistas contratados por el Proyecto Unión Europea/MINCETUR. Se entregará material a los asistentes. Inscripciones al 01 996388248 rpm #791450

Curso de diseño para colección de Joyas.

A fin de complementar la asesoría brindada a los Joyeros de Catacaos el año pasado. Durante el mes de marzo, la diseñadora Diana Nakasone realizará un seguimiento a los artesanos que recibieron inicialmente la asesoría. Esto se

realiza dentro del proyecto entre All Invest y Perú Cámaras. Cualquier coordinación dirigirse al Cite Joyería Catacaos al 969616928.

II Congreso Regional de Artesanías Catacaos 2010.

La Dirección Regional de Artesanía del Gobierno Regional de Piura (DIRCETUR), la Municipalidad Provincial de Catacaos, el Cite Joyería Chulucanas, el Consejo Local de Fomento Artesanal (COLOFAR) y PROMPERÚ Exportaciones Piura vienen organizando este evento llamado "Exportación y Asociatividad". Los días serán el 16 y 17 de Marzo en el Salón de Actos de la Municipalidad Provincial de Catacaos. Reconocidos especialistas expondrán temas de mercado y producción artesanal. Informes e Inscripciones en la DIRCETUR Teléfono 308219.

Seminario "Uso del aceite para la exportación de Chifles".

Con el objetivo de informar a los fabricantes de chifles sobre la importancia de uniformizar algunas prácticas, para el uso de aceites en el freído del chifle (necesario para alcanzar volúmenes exportables). Conjuntamente PROMPERÚ y el Cite Agroindustrial Piura, han organizado este evento promover la creación de la norma técnica. El evento será en el Auditorio IME de la UDEP el martes 16 de Marzo a las 5:00 p.m. Inscripciones en el Cite Agroindustrial Piura, teléfono 310930 o mail citeagropiura@produce.gob.pe.

Día del Exportador Marzo:

Con motivo de la presentación de la guía de embalajes elaborada en el marco del proyecto Unión Europea/MINCETUR, el 18 de Marzo se realizará la charla: "Envases y Embalajes para la exportación", a cargo del Sr. Jaime Reátegui, Presidente del Instituto Peruano de Envases y Embalajes (IPEMBAL). Será a las 6:00 p.m. en el Salón de Actos de la Municipalidad Provincial de Piura. Se entregará material a los asistentes. Inscripciones al (01)996388248 rpm #791450.



Caída de precios de mango obliga a los productores a exportar directamente

La sobreproducción de mangos en Piura y la contracción de la demanda internacional por la crisis mundial, ha tenido como resultado que los precios en chacra caigan en S/.1 la jaba de 20 kilos. En una reunión el miércoles 10 de febrero entre la Junta de Usuarios del Distrito de Riego de San Lorenzo (JUDSL), representantes de las comisiones de regantes, la Municipalidad Provincial de Piura y Promperú Exportaciones Piura, se acordó brindar el asesoramiento necesario a las asociaciones de productores que tengan el potencial exportador, para que puedan exportar directamente en la próxima campaña. Se propuso que la JUDSL realice una convocatoria mientras Promperú Exportaciones Piura las seleccionará para atenderlas. Si está interesado, contáctese con la JUDSL o con nuestras oficinas.

Hace tres meses que Tumbes no exporta banano orgánico

En Tumbes, la ausencia de cosechas de banano orgánico de exportación, ha contribuido a que los precios en chacra para el mercado nacional caigan de S/.60 a S/.25 el millar. PROMPERÚ Exportaciones Piura, en una reunión sostenida con las asociaciones de productores y autoridades del gobierno regional el pasado 9 de febrero, ofreció contactarlos con compradores bajo solicitud escrita y previa evaluación.

CEDEPAS NORTE apuesta por analizar la cadena logística de banano orgánico

CEDEPAS NORTE acordó buscar fondos para estudiar y analizar la cadena de suministro de banano orgánico en Europa, con el objeto de evaluar la posibilidad de mejorar los términos de negociación, y conseguir un representante de los exportadores bananeros peruanos que inspeccione la carga conjuntamente con el importador, y así controlar mejor la calidad. En el 2009, algunos exportadores peruanos tuvieron rechazos de calidad en el orden del 5%.

ONG abrirá una oficina de apoyo comercial al artesano

La ONG Pro Desarrollo Perú Vida – APRODE PERU próximamente abrirá una oficina en Chulucanas para brindar apoyo al artesano en exportaciones y comercio justo. En una primera conversación con PROMPERÚ Exportaciones Piura, se decidió coordinar acciones conjuntas para potenciar los servicios que recibirán los artesanos con miras a acceder directamente al mercado internacional. APRODE tiene un sistema de voluntariado para asesorarlos en temas comerciales, los interesados pueden visitar la web www.aprodeperu.com

AMPBAO cerca de obtener 2,400 hectáreas

2,400 hectáreas de tierras eriazas del valle del Chira, podrían ser adquiridas en cesión de uso por la Asociación de Microproductores de Banano Orgánico (AMPBAO) por 47 años bajo el compromiso de invertir \$17 millones. Se espera no sólo ampliar la frontera agrícola de banano orgánico sino incursionar con 500 hectáreas de uva y palta bajo riego tecnificado. Sería un primer precedente donde los pequeños productores organizados competirían con los inversionistas nacionales y extranjeros, sobre el uso de la tierra, de acuerdo al plan de inversiones del Gobierno Regional de Piura.

En Piura empresa chilena podría invertir en sistema de frío para uvas

La empresa chilena Frigorífico Pacífico Integrity S.A. estaría interesada en instalar en Piura un frigorífico y packing de uva. En una primera visita en enero de 2010, sostuvieron una reunión con el Director de la Dirección Regional de Agricultura, en la cual se evidenció la necesidad de tener sistemas de frío para la producción de uvas para la exportación. En marzo, realizarán una segunda visita esperando conseguir un terreno donde establecerse.

Baneros piuranos lograron cerrar negociaciones por 3,5 millones de Euros en la Fruit Logistic de Berlin

Promovidos por PROMPERÚ, por primera vez empresas y asociaciones de productores de banano orgánico participaron en la Fruit Logistic en Berlín, la Feria Internacional de frutas y verduras frescas más importante del mundo. Los montos negociados se calculan en 3,5 millones de Euros. Felicidades a APPBOSA, APBOSMAN, Grupo Hualtaco S.A.C. y Agrorganic S.A.C. por su excelente participación.



Expoalimentaria, Primera Feria Internacional de alimentos y bebidas en Perú



Entre el 9 y 12 de Setiembre del 2009 participaron más de 9 empresas y asociaciones de productores en la primera feria internacional de alimentos y bebidas organizada en el Perú. Piura fue la región con más representantes.

Seminario ¿Qué debemos tomar en cuenta para participar en Ferias Internacionales?



El 20 de Noviembre, Reynaldo Hilbck (EMPAFRUT) y José Rojas (CEPICAFE) contaron cómo las ferias los ayudaron a mejorar sus negocios. PROMPERÚ expuso las principales ferias internacionales donde debe participar el sector agroexportador piurano.

Seminario en Sullana ¿Cómo Hacer Negocios con el Ecuador?



La Consejera Comercial del Perú en el Ecuador, la Sra. María Teresa Villena, expuso el potencial del mercado ecuatoriano. Además se contó con la presentación del Sr. José Luis Otero, Intendente de la Aduana de Paita sobre los procedimientos aduaneros.

Feria Turística y Gastronómica Perú Mucho Gusto en Piura



El ministro de Comercio Exterior y Turismo, Martín Pérez, y la alcaldesa provincial, Mónica Zapata, visitan el stand de productos de exportación piuranos organizado por PROMPERÚ Exportaciones Piura con el apoyo de APEM, PDRS GTZ, CEPICAFE y SWISSCONTACT.

Feria Internacional Fruit Logistica Berlin 2010



Entre el 3 y 5 de Febrero, cuatro empresas bananeras piuranas participaron de la feria internacional de frutas y verduras frescas más importantes del mundo, la Fruit Logistica en Berlin. Se estiman negocios cerrados alrededor de los 3.5 millones de Euros.

Seminario "Oportunidades de Exportación para la Artesanía Piurana"



En Catacaos (29 enero) y Chulucanas (5 de febrero), PROMPERÚ Exportaciones Piura brindó técnicas y herramientas para buscar compradores, presentó las actividades de promoción comercial y evaluó el potencial exportador de los participantes.