



La Maracuyá: La pasión de una fruta para el mundo

Artesanía Piurana: Mejorando la competitividad de la Exportación



China: TLC Perú - China: Amenaza u Oportunidad para el norte?



3

MERCADO

China: TLC Perú - China: ¿Amenaza u Oportunidad para el norte?



4

EL EMPRESARIO

La Españolita: Dulces tradicionales tipo gourmet para la exportación



5

OFERTA EXPORTABLE

La Maracuyá: Oportunidad para Tumbes y Piura



6

ESPECIAL

Artesanía Piurana: Mejorando la Competitividad de Exportación



8

INTELIGENCIA COMERCIAL

Cacao



10

AGENDA



11

NOTICIAS REGIONALES



12

EVENTOS

En este segundo número buscamos diversificar las oportunidades de negocios de exportación mostrando nuevos productos y mercados, para las distintas empresas que tiene nuestras regiones de Tumbes y Piura. Asimismo, esperamos acercarnos más a nuestras empresas en este camino por conquistar el mercado internacional.

Comenzamos comentando el reciente TLC con China al ser una gran oportunidad para nuestros productos pesqueros y agroindustriales, lo cual nos permite aprovechar nuestra ubicación geográfica frente a otros competidores de Latinoamérica.

Participamos también en la EXPOPERU ECUADOR, mercado que merece nuestra cuidadosa atención por su proximidad y fuerte comercio fronterizo. Piura fue representada por una de las empresas de mayor tradición: La Españolita, quienes deleitaron a los ecuatorianos con sus dulces tradicionales tipo gourmet. Les dedicamos a ellos la sección El Empresario.

El producto presentado como una alternativa ante otros cultivos es la maracuyá, donde explicamos su potencial exportador y brindamos algunos datos para invertir.

En nuestra sección especial mencionamos los esfuerzos compartidos con otras instituciones por mejorar la competitividad de las exportaciones de artesanías.

Finalmente, cumpliendo nuestro compromiso con la mesa técnica del cacao, difundimos datos estadísticos que nos informen sobre el comportamiento de las exportaciones de este producto.

Agradecemos a todos los colaboradores que hicieron posible la realización de este boletín.



BOLETIN DE PROMPERÚ EXPORTACIONES MACRO REGION NORTE

Edición N°2 - Mayo 2010



Edición periodística:
Anne Villanueva Chú

Diseño y Diagramación:
Anne Villanueva Chú

Colaboradores en esta edición:

Joan Barrena
Leonardo Rosas
Javier Zamudio
Elba Apolo



Edición y coordinación:
Mauricio Zúñiga Montes

Fotografía:
Anne Villanueva Chú
Mauricio Zúñiga Montes
Archivo

Redacción:
Mauricio Zúñiga Montes
Willy Samaniego
Maricarmen Colonna

Colaboradores:
CEDEPAS NORTE
CITE JOYERIA

Editado por:
PROMPERÚ Exportaciones
en la Macro Región Norte



ICHINA TLC Perú - China: ¿Amenaza u Oportunidad para el Norte?

El primero de marzo del presente año entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado entre el Perú y el gigante asiático, la República Popular China, nos preguntamos ¿Por qué resulta interesante para el Perú y para Piura el haber negociado con China? – la respuesta es simple, el atractivo principal de China radica en el tamaño de su población, pues estamos hablando de un mercado de 1,329 millones de personas, de las cuales más de 570 millones se encuentran en las zonas urbanas, habitantes con gran poder adquisitivo (cerca de US\$ 7.8 billones de PBI), es decir son personas que tienen capacidad de adquirir la oferta exportable peruana en general y la piurana en particular.

Sin embargo, aún existe temor sobre las consecuencias del acuerdo comercial



PROMPERU Exportaciones cuenta con el portal SIICEX (www.siicex.gob.pe) donde se puede obtener información comercial, y servicios de apoyo al exportador en caso se requieran.

firmado con China en la industria nacional.

Al respecto, es importante señalar que ningún producto de interés prioritario para el Perú del sector agrícola fue excluido de la negociación (lista ofensiva) y que atendiendo las sensibilidades del sector productivo nacional se excluyeron de la negociación un importante número de productos del sector textil, confecciones, calzado y manufactura (lista defensiva); es decir, dichos productos seguirán pagando, para su ingreso al Perú, los mismos aranceles vigentes antes de la puesta en vigencia del acuerdo y que además se ha negociado un acuerdo de cooperación aduanera para intercambio y validación de información que permitirá la investigación de presuntos delitos aduaneros.



Del lado de las oportunidades para las exportaciones no tradicionales que el acuerdo ofrece a los piuranos, éstas se concentran en el lado de los alimentos representados principalmente en los sectores agroindustriales e hidrobiológicos, contando entre sus principales productos: moluscos congelados, secos, salados o en salmuera, pescados congelados, conservas de moluscos, preparados y conservas de pescados además de frutas frescas y secas. Entre las frutas de la región con oportunidades en el mercado chino destacan el mango y las uvas frescas (éstas últimas recibieron el mismo trato arancelario alcanzado por Chile en su negociación con China).

El reto para el futuro es el aprovechamiento del acuerdo comercial firmado por nuestro país con China. Por la distancia geográfica que nos separa, por las diferencias del idioma y por el escaso conocimiento de la cultura oriental, el paso natural en la conquista del mercado chino es su estudio mediante la inteligencia comercial. La primera semana de Julio, una delegación de empresarios chinos visitará algunas empresas del sector pesca en Piura. Esta actividad es promovida por el consejero económico en China y PROMPERU Exportaciones en Piura.

LA ESPAÑOLITA **Dulces tradicionales tipo gourmet para la exportación**

La familia Casas procedente de España llegó a Piura en 1935. Cuando decidieron dedicarse a la producción y comercialización de dulces tradicionales, no imaginaron que la pasión por la calidad se convertiría en el factor de diferenciación que los llevaría a competir más allá de los límites de la región y del país.

“En un comienzo era mi Madre quien vendía la natilla y los toffies de leche de manera personal, sin tener una tienda. Con el tiempo se hizo conocida como La Españolita” recuerda Don Alberto Casas, nacido en Piura un año después de la llegada de sus padres. En esa época la natilla contenía gránulos de chancaca al ser esta mezclada directamente con la leche. La innovación de la familia Casas fue disolver primero la chancaca hasta convertirla en miel y así obtener una textura homogénea reconocida por los compradores como un producto tradicional pero de calidad superior.

La Españolita fue la primera marca registrada de Piura. Posteriormente adicionaron el manjar blanco y la algarrobina especializándose en estos cuatro productos por 40 años. Cuando Don Alberto se hizo cargo del negocio introdujo nuevos sabores para los toffes como el antecoco, café con leche, castañas, y el más reciente: algarrobina. Los turrone tipo Alicante aparecieron hace diez (10) años.

Como en otra época el negocio poco a poco es traspasado a la siguiente generación,



Su reciente participación en la EXPOPERU ECUADOR, les ha permitido contactar a más de 10 compradores de Quito y Guayaquil.

Alberto Casas hijo, quien ha puesto la mirada en el mercado internacional. Cuando a padre e hijo, se les preguntó a que se debe su permanencia en el mercado, respondieron con orgullo que hacían bien las cosas y que cuidaban los detalles. Conocedores de la calidad de sus productos tienen la seguridad que van a exportar y a tener éxito. Quieren escoger con cuidado sus compradores para que hagan un buen manejo de la marca y posicionen sus productos como dulces tradicionales tipo gourmet.

Si bien los han contactado algunas empresas interesadas, saben que el internet no es suficiente y que es necesario un contacto personal en los mercados de destino. Su reciente participación en la EXPOPERU ECUADOR, les ha permitido contactar a más de 10 compradores de Quito y Guayaquil con quienes están negociando para concretar contratos. Como primera misión comercial internacional que participan están satisfechos por los resultados, pues la idea no era cerrar negocios en la gira, sino hacer contactos y realizar el seguimiento respectivo. Están evaluando participar del Promo 2010 el 8 de Julio en la ciudad de Chiclayo, donde podrán negociar con importadores ecuatorianos.



LA MARACUYA **La pasión de una fruta para el mundo**

Un cultivo que últimamente se está sugiriendo incursionar en el norte es la maracuyá (*Passiflora edulis*). Conocida en el exterior como Passion Fruit (fruta de la pasión), es considerada como una fruta exótica, altamente apreciada para la elaboración de zumos y jugos. La maracuyá se exporta congelada, a través de técnicas de conservación con la finalidad de mantener sus propiedades y facilitar su disponibilidad a más consumidores a nivel mundial. Se importa

como insumo para industria de jugos de fruta y zumo de fruta concentrados.

El principal mercado para el Perú es la Unión Europea (UE), donde existe una tendencia hacia el consumo de alimentos que cuiden la salud y que permitan una forma de vida sana. Los principales países consumidores de jugo y néctares son Alemania, Finlandia y Austria (Sólo Alemania consumió el 26% del total de la UE). La producción interna de la UE no es suficiente para atender la demanda, en el

2008 las importaciones ascendieron a 6.8 millones de toneladas y a 6.1 mil millones de euros.

Las exportaciones peruanas de congelado de maracuyá obtuvieron un considerable incremento de un 119% producto de la demanda de nuevas formas de presentación en zumo de frutas, llegando en el 2009 a aprox. US\$19 millones FOB. Los precios relativos (US\$/TM) entre el 2004 y el 2009 se incrementaron en 47% pasando de US\$1.27/Kg. a US\$3.52/Kg.

Actualmente existen 300 hectáreas de maracuyá en Piura y Tumbes, con interés de algunas instituciones por promover su cultivo como las direcciones regionales de agricultura y las juntas de usuarios del Ato Piura, Bajo y Medio Piura, San Lorenzo y Chira. Los compradores de la fruta como insumo son empresas como Agromar industrial, Quicornac, Agroindustrias A y B, Selva Industrial, Frutos Tongorrape, Agro jugos, Corporación José R. Lindley y Mestiza Foods. Existen fuentes de financiamiento como Agrobanco y las Cajas Municipales.

Comparado con el cultivo de arroz que demanda entre 16 y 20 mil metros cúbicos de agua por cosecha, la maracuyá demanda sólo 8 mil metros cúbicos de agua. Además es más extensiva en mano de obra al requerir 240 jornales/hectáreas en vez de las 120 jornales/hectáreas, que requiere el arroz.



Algunos datos importantes para el cultivo de la maracuyá

- Costo de instalación del cultivo (1er año): \$5,500/ha.
- Mantenimiento por 6 meses (2do año): \$3,500/ha.
- Período vegetativo: 6 – 7 meses.
- Precios de compra en chacra. S/0.80 – S/1.40 por kilo.
- Rendimiento con manejo técnico (riego por gravedad): 30 TM/ha (primer año).
- Estacionalidad: todo el año.
- Puede intercalarse con el frejol, pallar o maíz amarillo duro.



ARTESANIA PIURANA

Mejorando la competitividad de la exportación



Piura cuenta con una amplia variedad de productos artesanales basados en la cerámica, joyería, textiles, paja toquilla, entre otros. Uno de los más emblemáticos es la cerámica de Chulucanas, producto que cuenta con denominación de origen (legalmente sólo puede utilizar la denominación Chulucanas si procede de este lugar y cumple con los procedimientos establecidos) y es considerado un producto bandera al representar la riqueza artística y cultural del Perú ante el mundo. Asimismo, la filigrana de Catacaos ha sido recientemente nombrada Patrimonio Cultural de la Nación, como un reconocimiento al aporte cultural que estas piezas representan para nuestra sociedad. La cerámica de Chulucanas se viene exportando desde hace algunos años a través de empresas comercializadoras (las más grandes están ubicadas en Lima), quienes contratan la producción a los artesanos bajo diseños preestablecidos y cuentan con un representante que supervisa la calidad en los talleres. En el caso de Catacaos, la joyería y filigrana aún no se exporta de manera significativa, pero

algunos exportadores subcontratan la fabricación de piezas entre los artesanos, algunos de los cuales viajan al Ecuador y venden de manera informal. A pesar de las diferencias, tanto ceramistas como joyeros, comparten un mismo reto: exportar directamente. Desde hace algunos años, los Centros de Innovación Tecnológica (CITEs) de ambas localidades, vienen contribuyendo exitosamente en mejorar la calidad de la producción, a través de la venta de insumos garantizados, asesorías y capacitaciones; y apoyando el acceso al mercado, participando en ferias internacionales y coordinando con los compradores. Promovieron también la formación de dos consorcios de exportación bajo la intervención de ONUDI. El Consorcio de Chulucanas colocó algunos pedidos como resultado de las ferias siendo parte del proceso de consolidación en el mercado internacional. Sin embargo, aún existen muchos artesanos que no participan a los CITEs, y requieren también de estos servicios.

Desde enero de este año, la Oficina de PROMPERU Exportaciones en Piura viene implementando una serie de acciones orientadas a mejorar la competitividad de las exportaciones de ambos productos en la región. Sin embargo, los resultados no serán cosechados en el corto plazo. Los artesanos tienen que compartir su tiempo entre atender a sus clientes actuales (exportadores, tiendas propias, etc.) y buscar importadores, pero al final terminan siendo absorbidos por lo primero. La asociatividad necesita ser fortalecida con un acompañamiento exclusivo que los una y les permita integrar procesos de producción y acciones comerciales. Conjuntamente con las municipalidades y los CITEs, nuestra oficina se une al esfuerzo desde el sector público, de apoyar a los artesanos y sus organizaciones en su camino hacia la exportación. Sin embargo, ningún apoyo funcionará sin decisión firme de los artesanos de unir esfuerzos para hacer el volumen necesario que les permitirá bajar los costos y ofrecer la calidad y las cantidades que el mercado internacional requiere.

- Actividades coordinadas y/o desarrolladas por la Oficina de PROMPERU Exportaciones en Piura**
- Consultoría para el desarrollo colecciones de joyas (Diana Nakasone).
 - Consultoría para el desarrollo de diseños de empaque (Johnny Lee).
 - Capacitación en Logística y Transporte Internacional (Alberto García).
 - Capacitación en Envases y Embalajes (Jaime Reategui).
 - Consultoría de acompañamiento empresarial, sondeo del mercado ecuatoriano para joyas de plata y plan comercial para la participación en ferias (Elba Apolo).
 - Exposición de muestras y catálogos a la EXPOPERU ECUADOR (Quito y Guayaquil).
 - Co-financiamiento para la exhibición del PERU MODA y la PERIVIAN GIFT SHOW 2010, reconocidas ferias a nivel latinoamericano.

Filigrana de Catacaos Patrimonio Cultural de la Nación

Etimológicamente la palabra filigrana proviene de dos voces latinas: filum que significa hilo y granum, que quiere decir grano. Siguiendo esta definición nominal la palabra filigrana significa "hilo granulado". Descripción que surge por la apariencia granulada que suele presentar la superficie de algunas pizzas clásicas. En palabras del estudioso Enrique Retamozo, "la filigrana hay que entenderla a partir de cuatro nociones fundamentales: hilo, soldadura, unión y trasluz", esto significa que los maestros artesanos que trabajan con esta técnica deben ser capaces de dominar el laminado y trefilado de los metales, así como también deben ser expertos en el uso de la soldadura y sistemas de unión para poder concebir piezas tan refinadas que combinan la solidez con la transparencia.

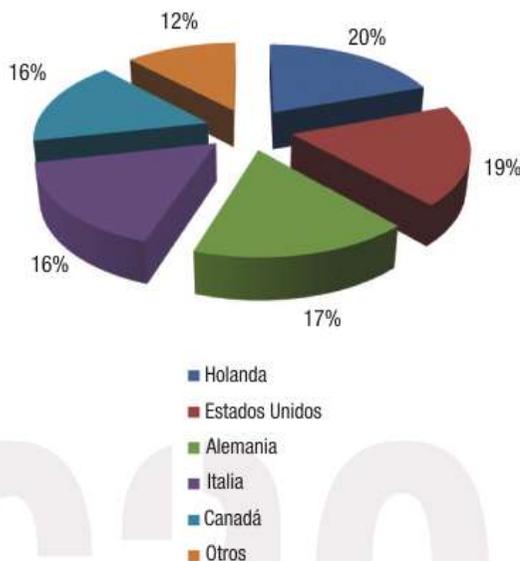
Una de las características más destacadas de la filigrana de plata es la paciencia que exige, la suma precisión y aguda visión para que el producto se asemeje a un encaje y para que tenga la firmeza dentro de las suaves líneas y sus formas, alcanzando un gran movimiento y plasticidad.

Es importante mencionar que en el caso del pueblo de Catacaos según el Registro Nacional de Artesanos en todo el distrito solo están registrados 131 artesanos orfebres, pero se estima que en existen unos 400 orfebres que se dedican a esta actividad como principal sustento familiar. El problema está en que la gran mayoría de estos artesanos se mantienen en la clandestinidad para eludir obligaciones y compromisos legales. Pero a la postre esta situación les está afectando a ellos mismos ya que los requerimientos de los mercados internacionales exigen la formalización de todos los gremios para poder competir. Actualmente el Centro de Innovación Tecnológica y la Municipalidad Distrital de Catacaos vienen realizando denotados esfuerzos por resolver esta gran problemática que aqueja a este gran sector económicamente activo de la población cataquense. La Filigrana de Plata de Catacaos acaba de ser declarada por el Instituto Nacional de Cultura como "Patrimonio Cultural de la Nación" para orgullo de todos los piuranos



Exportaciones peruanas de cacao por país de destino 2009

Las exportaciones peruanas de cacao (entero y las demás) llegaron en el 2009 a 7,629 Toneladas equivalentes a US\$20 millones 531 mil. El principal mercado es la Unión Europea quienes con sólo tres países (Holanda, Alemania e Italia) importaron US\$10 millones 858 mil con una participación del 52.88%. Norteamérica con Estados Unidos y Canadá importaron US\$7 millones 170 mil con una participación del 34.92%. Ambos mercados (Unión Europea y Norteamérica) en sólo cinco (05) países concentran el 87.81% de las exportaciones peruanas de cacao. Las tres principales empresas exportadoras fueron ACOPAGRO (San Martín), Cooperativa Agraria Industrial Naranjill (Huánuco) y Asociación de Productores Cacao VRAE (Cusco) quienes exportaron un 55% del total de las exportaciones peruanas, con rangos de exportación entre US\$3 y \$4 millones cada una. Otras tres empresas que siguen en el ranking con exportaciones entre US\$2 y US\$1 millón cada una, son COCLA, Cooperativa Agraria Cafetalera El Quiachol 78 y Amazonas Trading Peru S.A.C., las cuales tuvieron una participación del 27% valorizadas en US\$5 millones 537 mil FOB.



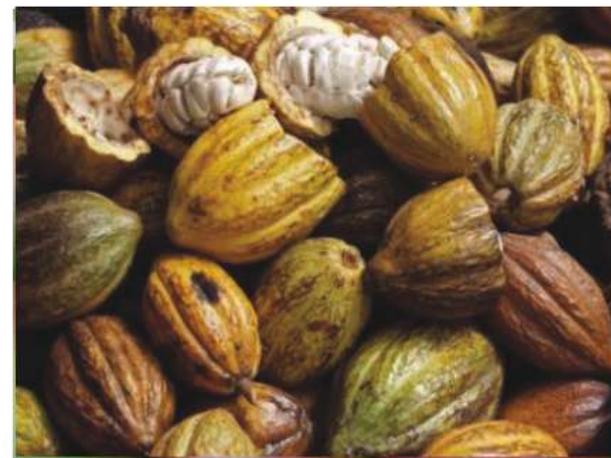
Fuente: Infotrade/Promperu

Exportaciones de cacao desde Piura por país de destino 2009

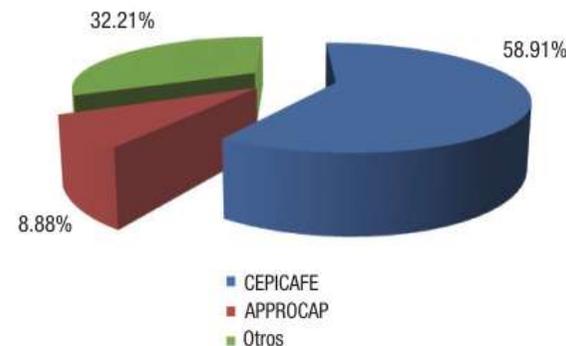


Fuente: Infotrade/Promperu

Las exportaciones FOB del cacao procedente de Piura ascendieron en el 2009 a US\$1 millón 60 mil con 330 toneladas con un valor relativo FOB de US\$3,200/TM, un 16% superior al valor relativo FOB de las exportaciones totales calculado en US\$2,690/TM. Este incremento se debe a la presencia del cacao marfil o porcelana en un 20% o 40% de lo embarcado en algunas exportaciones lo cual permite vender a mejor precio. Las exportaciones de Piura representaron 4.34% del total del volumen y el 5.16% del valor FOB.



Exportaciones de cacao desde Piura por empresa exportadora 2009



Fuente: Infotrade/Promperu (Colocar al pie de todos los gráficos)

Los principales mercados son Alemania con US\$439 mil (143 TM), Canadá con US\$278 mil (100 TM), Holanda con US\$179 mil (53 TM), Ecuador con US\$94 mil (20 TM) y Estados Unidos con US\$ 70 mil (15 TM). Entre Alemania y Holanda (Unión Europea) importaron US\$618 mil que representa la mayor concentración de las exportaciones de Piura (58%).

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

Empresas y asociaciones de productores de Piura interesadas en incursionar en el mercado ecuatoriano podrán participar en ruedas de negocios.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperu) lanzará el 8 de Julio el PROMO 2010 donde durante 2 días consejeros económicos comerciales peruanos destacados en América, Asia y Europa darán información actualizada y especializada sobre estos mercados estratégicos.

El PROMO 2010 es una oportunidad para acercar los productos o servicios de los empresarios en las regiones con las principales plazas internacionales, a través de seminarios, mesas de trabajo, reuniones personalizadas con los consultores y talleres estratégicos utilizando herramientas de inteligencia de mercados.

Este evento se realizara en 6 ciudades en simultaneo: Arequipa, Cusco, Chiclayo, Huancayo y Loreto. La región Piura y Lambayeque unirán esfuerzos para organizar un sólo evento macroregional en la ciudad de Chiclayo enfocado especialmente en el mercado ecuatoriano. Será la única PROMO 2010 que recibirá empresas importadoras ecuatorianas interesadas en los productos de la zona norte del país.

Los empresarios, asociaciones de productores y demás organizaciones interesadas en participar pueden contactarse a mzuniga@promperu.gob.pe rpm #791450 o al 01 9 9638 8248. La participación puede ser en cualquiera de las cinco ciudades mencionadas.



PROMO 2010

PROMO 2010:

El 8 y 9 de Julio se realizará el PROMO 2010 en la ciudad de Chiclayo, donde las empresas de Piura y Tumbes podrán reunirse con compradores ecuatorianos en la rueda de negocios que se realizará conjuntamente con Seminarios sobre el mercado y un programa de visitas a empresas. Organizado por PROMPERU Exportaciones de Piura y Chiclayo, este evento también se realizará en Lima y simultáneamente en las otras oficinas regionales de Promperú.

EXPOPERU:

La EXPOPERU es una misión comercial que busca promocionar la imagen del Perú en en los principales mercados de exportación a través de una exhibición permanente de productos, ruedas de negocios con compradores, foros de inversión, degustación de la gastronomía peruana, promoción turística, etc.

En los próximos meses, este evento se llevará a cabo en tres países: Canadá, Colombia y Brasil. Cualquier información para participar en las Expoperú, escribir a mzuniga@promperu.gob.pe.



“Posibilidades de Exportación para las Conchas de Abanico” en Sechura:

En coordinación con la Municipalidad Provincial de Sechura, el 7 de Junio se realizará esta charla informativa que busca identificar asociaciones de productores de conchas de abanico interesados en exportar. Se brindará información sobre el mercado internacional y el cronograma de actividades que desarrollará PROMPERÚ en apoyo al sector.

“Tecnologías de la Información y Comercio Electrónico” en el Cuarto Jueves del Exportador :

Este Jueves 27 de Mayo a las 6pm. en el Salón de Actos de la Municipalidad de Piura, se realizará este Seminario a cargo de la Ing. Pilar Bautista, especialista del área de Capacitación y Asesoría Empresarial de Promperú. Además durante el día, dictará el mismo tema en un taller más detallado, a 25 empresas agroexportadoras, en el laboratorio de cómputo de la Universidad César Vallejo, quienes conjuntamente con la GTZ vienen apoyando este evento.

Seminario sobre desarrollo agroexportador:

El capítulo de Ingeniería Agrónoma del Colegio de Ingenieros de Piura organizará conjuntamente con la empresa Agromarket Chavín este seminario para principios de Junio, que buscará informar a la comunidad agroexportadora de las nuevas tendencias del mercado y la tecnología disponible para el tratamiento de los productos.

Seminario sobre requisitos Técnicos y Nuevos Procedimientos en la Aduana de E.E.U.U. para Exportar Alimentos en el Marco del TLC:

El próximo 3 de Junio de 4 a 9 p.m. en el Hotel Rio Verde, se realizará este seminario a cargo del Sr. Arnulfo I. Villanueva, Senior Import Specialist - U.S. Customs and Border Protection.

Se tocarán temas como: Los requisitos fitosanitarios, procedimientos y protocolos de admisibilidad de productos frescos peruanos, preparación del Perú para la nueva Ley de Seguridad Alimentaria en los Estados Unidos.

Misión de Empresarios chinos en Piura:

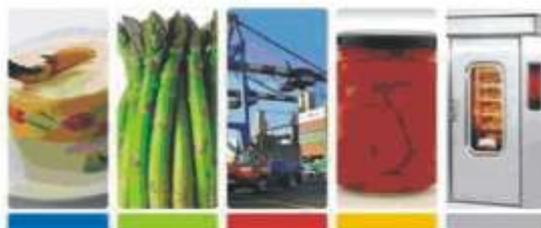
La primera semana de Julio, una delegación de empresarios y funcionarios del Gobierno Chino, convocados por el consejero peruano económico-comercial en Shanghai, con el apoyo de PROMPERÚ Exportaciones Piura, visitará las instalaciones de empresas exportadoras piuranas del sector pesca, en la ciudad de Paita, con el fin de establecer relaciones comerciales.



www.expoalimentariaperu.com

Feria internacional de alimentos, bebidas, maquinaria, equipos, insumos, envases, servicios, restaurantes y gastronomía

Lima, 22 - 24 de Septiembre, 2010



Ministerio de Relaciones Exteriores

La Feria EXPOALIMENTARIA se constituye como la plataforma de negocios más importante de Latinoamérica, con una completa exhibición de exportadores y productores agrícolas, agroindustriales y pesqueros, así como insumos, equipos, maquinarias y envases para la industria procesadora de alimentos, restaurantes y gastronomía.

EXOPERU ECUADOR



Del 23 al 26 de Marzo se llevó a cabo la ExpoPeru Ecuador en las ciudades de Quito y Guayaquil. La delegación peruana contó con la participación de la empresa piurana de dulces La Españolita, quien pudo contactar compradores a través de las ruedas de negocio y exhibición de sus productos. Además nuestra oficina llevó muestras de distintas empresas y productos piuranos, a fin de promoverlos en el país vecino.

CONSULTORIAS EN DISEÑO

El mes de Marzo fue un tema dedicado al diseño para los joyeros de Catacaos. Ellos recibieron la asesoría de Diana Nakasone y Johnny Lee, para el desarrollo de colecciones de joyas y empaques respectivamente durante la semana del 22 al 26, como preparación para la PERU MODA 2010.



ANTENAS COMERCIALES

Entre el Martes 06 de Abril hasta el Jueves 08 de Abril, diversas empresas pesqueras de Piura, recibieron la visita de Karl Berger, Especialista en el tema de Pesca de PROMPERU y Maica Martínez, consultora española en Comercio Internacional. El objetivo de la visita fue tener una idea de la oferta exportable y las necesidades de los exportadores, a fin de implementar una antena comercial que busque brindar información adecuada para ayudar a la inserción de las empresas a España.

CENTRAL DE PRODUCTORES DE MANGO

La Junta de Usuarios del Distrito de Riego de San Lorenzo (Tambogrande), viene promoviendo la creación de una Central de Productores de Mango que busque mejorar las condiciones de negociación para cientos de pequeños productores que se han visto afectados por la baja de precios de exportación. Tienen programado inaugurar la central el próximo 24 de Junio.



PLAN ESTRATEGICO PARA EL CACAO DE PIURA

En marzo, la mesa técnica del cacao de Piura, ha formulado su plan estratégico para los próximos cinco años con el objetivo de coordinar acciones entre las distintas instituciones públicas y privadas, involucradas en la producción y comercialización de este producto. El documento se encuentra a disposición de los interesados. La secretaría de la mesa técnica ha recaído en la Dirección Regional de Agricultura.

PRIMER CONSORCIO BANANERO EXPORTADOR



Cuatro asociaciones de productores de banana orgánica del Valle del Chira (Sullana) pertenecientes a REPEBAN, formarán el primer consorcio de exportación bananero, con el objetivo de exportar directamente sin tener que vender su producción ni a las demás asociaciones de productores ni a las empresas exportadoras. CEDEPAS NORTE promoverá este consorcio contratando un gerente que lidere el proceso.

BUENA CONVOCATORIA DEL JUEVES DEL EXPORTADOR

Todos los terceros jueves de cada mes se viene realizando el "Jueves del Exportador", una serie de seminarios que ayudan a sensibilizar y conocer la importancia de algunos temas relacionados con la exportación. Agradecemos desde aquí el interés de los piuranos, y la creciente acogida a este evento mensual. Nos comprometemos a seguir llevándole más temas de interés.



Seminario "Uso del Aceite para la Exportación de Chifles"



Conjuntamente con el Cite Agroindustrial Piura, el 16 de Marzo se realizó en el auditorio IME de la UDEP este seminario con la exposición de la Ing. Antuané Calderón Mesías de ALICORP sobre el uso del aceite y las tecnologías disponibles para su aprovechamiento.

Jueves del exportador "Envases y Embalajes"



En coordinación con el MINCETUR se desarrolló en el día del exportador, el jueves 18 de Marzo, el tema "Envases y Embalajes" a cargo del Ing. Jaime Reategui, director del Instituto Peruano de Envases y Embalajes (IPEMBAL). Asistieron más de 100 personas.

Seminario TLC Perú – China



Organizado por la DIRECTUR en el auditorio IME de la UDEP, el 22 de marzo se realizó el seminario TLC Perú China. PROMERU Exportaciones expuso el uso del portal SIICEX (www.siicex.gob.pe) para poder buscar información comercial sobre este mercado.

Taller participativo con instituciones de apoyo al sector exportador



El 18 de marzo se realizó un taller participativo con más de 15 instituciones públicas y privadas relacionadas al sector exportador, bajo la conducción de Edal Luján, coordinador del área de capacitación y asistencia a la empresa PROMPERU Exportaciones (Lima).

II Congreso Regional de Artesanía Catacaos 2010



El 16 y 17 de Marzo se desarrolló en Catacaos este evento dirigido a todo el sector artesanal. Asistió el especialista de artesanías de PROMPERU Exportaciones (Lima) Miguel Viaña para exponer la situación del mercado internacional.

Productos piuranos presentes en la EXPOPERU ECUADOR (Quito y Guayaquil)



Alberto Casas, gerente de La Española participó con sus toffies de algarrobina en la EXPOPERU ECUADOR (24 – 26 de Marzo). Viajó con la delegación peruana liderada por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Martín Pérez a quien expuso sus productos.