

Revista de PROMPERÚ Macro Región Norte

# *exportando.pe*

Tumbes - Piura

asesoría

información

capacitación

oportunidad de negocio



**Productos de Exportación  
del Norte: En vitrina para el mundo**

# EDITORIAL

## Indice

- **MERCADO Holanda: El mayor importador de frutas peruanas** 3
- **EL EMPRESARIO Agrícola Borrero: Uvas de Piura al mundo** 4
- **OFERTA EXPORTABLE Surimi: Mil formas de comer los productos del mar** 5
- **ESPECIAL Productos de Exportación del Norte: En vitrina para el mundo** 6
- **INTELIGENCIA COMERCIAL Las Exportaciones de Uvas en el Perú** 8
- **AGENDA** 10
- **NOTICIAS REGIONALES** 11
- **EVENTOS** 12

En el 2010, la Oficina de PROMPERÚ Exportaciones de la Macroregión Norte, ha logrado que participen alrededor de 67 empresas en más de 6 eventos de salida de mercado tanto fuera y dentro de país. Los resultados son contundentes, más allá de los comentarios favorables, lograron contactar compradores con quienes iniciar procesos de negociación o al menos evaluar sus condiciones comerciales actuales. El canal de comunicación se encuentra abierto y dependerá de la capacidad de gestión de ambas partes para llegar a acuerdos favorables. Nuestra nota especial hace un recuento de estos eventos.

A raíz de uno de ellos, el PROMO UE, logramos que la Agregada Comercial del Reino de los Países Bajos, Carla Brooking respondiera a una entrevista donde nos brinda alcances del mercado holandés la principal puerta de entrada para nuestras frutas y hortalizas frescas de exportación.

Nuestra subdirección de Inteligencia de Mercados y Prospección Comercial colaboró con un análisis estadístico muy completo de la uva de exportación haciendo un análisis de la demanda, las empresas y los competidores internacionales para el periodo Enero – Setiembre 2009, previa a la campaña 2010/2011 próxima a terminar.

Esperamos disfrute de esta edición de nuestra revista institucional, donde encontrará mucha más información y no queremos despedirnos sin expresarle que cuando piense en exportar cuente con nosotros: PROMPERÚ.

## BOLETIN DE PROMPERÚ EXPORTACIONES MACROREGIÓN NORTE Edición N°1 - Febrero 2011

**Edición y coordinación:**  
Mauricio Zúñiga Montes

**Redacción:**  
Mauricio Zúñiga Montes

**Diseño y Diagramación:**  
Anne Villanueva Chú

**Fotografía:**  
Mauricio Zúñiga Montes  
Anne Villanueva Chú

**Retoque fotográfico:**  
Anne Villanueva Chú

**Corrección editorial:**  
Max Rodríguez Guillén  
María Luisa Cama Torres  
Anne Villanueva Chú

**Colaboraron en esta edición:**  
Carla Brokking  
Juan Boyer  
Paula Carrion

**Editado por:**  
PROMPERÚ Exportaciones



Calle Los Girasoles 105 Miraflores - Castilla - Piura -Perú Telf (073) /RPM #791450 cel (01)990058731  
email: piura@promperu.gob.pe, Web: www.promperu.gob.pe

# MERCADO

## Holanda: Nuestra puerta de entrada para Europa



Por ocasión de su visita a Piura en el marco del PROMO UE entrevistamos a la Srta. Carla Brokking, Agregada Comercial del Reino de los Países Bajos (Holanda).

### ¿Por qué Holanda es tan importante para la importación de frutas tropicales frescas?

Holanda depende de la importación de frutas tropicales, porque el clima no permite su producción. También la tendencia de adoptar un estilo de vida más saludable y de experimentar nuevos sabores, estimulan el consumo de frutas, en especial de tropicales y exóticas. En los últimos años la importación sigue creciendo.

La ubicación estratégica de Holanda es clave como puerta de entrada a Europa. El puerto de Rotterdam y el aeropuerto de Schiphol cuentan con excelentes servicios logísticos, especializados de productos perecibles. De las frutas importadas por Holanda una gran parte se reexportan a otras partes de Europa y del mundo.

### ¿Cuáles son las exigencias para exportar a Europa?

Obviamente cumplir con las regulaciones normativas de la calidad y seguridad alimentaria. Pero el mercado suele exigir acciones más estrictas con respecto al impacto social y ambiental, trazabilidad e inocuidad. Estas son formalizadas en sistemas de calidad como Globalgap. Actualmente hay mucho control en el máximo nivel de residuos para pesticidas, lo cual causa muchos rechazos.

### ¿Cuáles son los canales de comercialización más adecuados?

Por la globalización y concentración de empresas apreciamos una demanda de suministro a gran escala. Por

eso no es adecuado vender directamente a los mayoristas y minoristas. Es mejor contactar a los importadores y agentes. Para exportadores individuales es difícil competir en el mercado global., se recomienda buscar la cooperación en grupos de exportación. Se pueden diferenciar con productos orgánicos y/o de comercio justo

### ¿Cuáles son los factores críticos de éxito?

- Abastecer conforme a especificaciones acordadas con un nivel de calidad constante.
- Establecer relaciones comerciales basadas en la confianza. Actuar de manera profesional y evitar una conducta oportunista.
- La comunicación profesional, directa y clara. Se hace lo que se dice.
- Disponer de los recursos financieros para cubrir las operaciones hasta recibir el pago.
- Acceder a centros de empaque, proveduría de insumos como las cajas.
- Los exportadores deben ser dueños del producto (garantizando la cantidad y calidad del producto vendido).
- Conocer el mercado y monitorear lo que sucede en otros países proveedores.

### CBI para estudios de mercados:

<http://www.cbi.eu/marketinfo/>.

**Importadores:** <http://www.hollandfreshguide.com/>

**Noticias:** <http://www.freshplaza.es/>

**Contacto Embajada de Holanda:** [lim-ea@minbuza.nl](mailto:lim-ea@minbuza.nl).

# EL EMPRESARIO

## Agrícola Borrero: Uvas de Piura al mundo



En Julio del 2010 al terminar el PROMO en Chiclayo, Luis Borrero (Hijo) afirmó con determinación "O soy Chacarero o Exportador". Y no es que este mal vender la producción en chacra como tantos agricultores, sin embargo, cuando se han invertido US\$800 mil dólares en la instalación de 20 hectáreas de uva de exportación Red Globe, con un reservorio de 25,000 m3 para riego tecnificado la decisión no está sencilla de tomar.

Durante el PROMO, Luis pudo reunirse con Gyco Gordon, Agregado Comercial del Perú en Taiwan quien le expresó el enorme interés de los importadores asiáticos por este producto. Sin embargo, las conversaciones con otros exportadores le abrieron los ojos, habían empresas que sin tierras ni packing lograban exportar. ¿La pregunta era obvia, porque ellos no?

Sin embargo, el proyecto agroexportador recae en gran medida en el padre: Don Luis Enrique Borrero Pulache (Padre), empresario con más de 40 años de experiencia en diversos sectores como construcción, transporte pesado y ferretero, quien decidió incursionar en el cultivo de la uva para la agroexportación con la información que los rendimientos de la producción en Piura eran superiores a los de Ica y que los exportadores requerirán cada vez más uva para la exportación.

Si bien la instalación del cultivo (limpieza,

nivelación del terreno, colocación de los parrones, sistema de riego, construcción del reservorio entre otros) comenzó en Agosto del 2009, es recién en marzo del 2010 cuando se sembraron los plantones. Con el objeto de buscar un retorno del capital inicialmente se esperó cosechar algo durante la campaña 2010/2011, sin embargo, se decidió esperar hasta Octubre del 2011 para conseguir una producción de mejor calidad.

Se sabe que normalmente es en el tercer año cuando se alcanzarán los rendimientos óptimos para la exportación con la calidad requerida por los mercados internacionales, en este período muchos productores prefieren vender sus primeras cosechas al barrer a los acopiadores o intermediarios. Como resultado de su visita a Loja (Ecuador) en Octubre del 2010 bajo el asesoramiento de PROMPERÚ durante el Segundo Encuentro Binacional Empresarial Perú Ecuador, se establecieron reuniones con supermercados y compradores mayoristas quienes dieron luces sobre los precios, temporadas, calidades y formas de exportar la producción hacia ciudades como Loja o Cuenca, comenzando un proceso de negociación mutuamente beneficioso. Ahora, saben que pueden vender la fruta seleccionada por calidad pues tienen salidas de mercados alternativos como es el caso de Ecuador.

# OFERTA EXPORTABLE

## Surimi: Mil formas de comer los productos del mar



Piura es la primera región exportadora de productos pesqueros. El valor agregado de estos productos está dado por los cortes estándares o especiales que solicitan los clientes, el precocido, la tecnología utilizada para su congelado (ventilación, IQF) y finalmente por el empaque. En algunos casos, los clientes solicitan que la bolsa indique la marca del importador o distribuidor, pues ese empaque será exhibido en los puntos de venta, comprado y abierto directamente por el consumidor para su preparación.

Recientemente, algunas empresas exportadoras de Piura están incursionando en nuevos procesos de innovación que le permitirán dar valor agregado a los subproductos de la producción no exportable, optimizar el uso de los recursos hidrobiológicos disponibles y diversificar la oferta exportable para acceder a nuevos mercados o clientes.

En ese sentido, una alternativa es el surimi o músculo de pescado picado (término de origen japonés), que es la pulpa de pescado blanqueada, estabilizada y congelada, que sirve de ingrediente para hacer el kamaboko (alimento típico del Japón) y materia prima para la elaboración de embutidos (salchichas) y productos empanizados (tipo nuggets).

Desde el 2008 el Instituto Tecnológico Pesquero (ITP) puso a disposición del empresariado la tecnología disponible para producir el surimi de pota y su aplicación para elaborar hamburguesas, empanados y otros. El principal consumidor mundial es Japón y la Unión Europea tiene un creciente ascenso.

Las empresas exportadoras, además del surimi producen otros productos de mayor valor agregado conocidos como empanizados congelados y son exportados en cajas para su venta directa al consumidor final:

- Muslitos del mar sin/con pinza: Producto en forma de

muslitos de cangrejo, recocido y empanizado para acompañar ensaladas y salsas al gusto.

- Milanesa de mar: producto alimenticio en forma de hamburguesa a base de surimi con sabor a marisco rebozada con pan rallado, puede cocinarse frita o al horno y suele acompañarse con ensaladas y papas fritas.

- Bombones de mar: Bolitas empanizadas en base de surimi con sabor a marisco rebozada con pan rallado.

Las empresas que exportan con las partidas: demás moluscos e invertebrados acuáticos, preparados o conservados (1605909000) son Freeko Perú, Pacific Freezing Company, Seafrost, CNC, entre otros o con la partida demás preparaciones y conservas de pescado (1604200000) son: Inversiones y Comercio Internacional, Pesquera Hayduk, Pesqueras Unidas, Inversiones Regal, entre otros.



# ESPECIAL

## Productos de Exportación del Norte: En vitrina para el mundo



Para las empresas de la Macro Región Norte (Tumbes y Piura), el segundo semestre del 2010 fue intenso en cuanto a la participación en actividades de promoción comercial para los mercados de exportación:

### PROMO (Julio)

El 8 y 9 de Julio en la ciudad de Chiclayo se realizó este evento donde los Consejeros Económicos Comerciales de nuestras embajadas en Alemania, Taiwan y Ecuador se reunieron con los empresarios de las regiones norteñas de Tumbes, Piura, Lambayeque, Cajamarca y La Libertad. Adicionalmente fueron invitados 7 compradores del Ecuador para los sectores textiles, agro y artesanía. Nuestra macro región participó con una delegación de 19 empresas las cuales ofrecieron productos como: banano orgánico, mango, cítricos, jugos de frutas tropicales (maracuyá y mango), productos hidrobiológicos, chifles, productos de panificación, joyería de plata, filigrana, entre otros. Entre los compradores asistentes tuvimos la presencia de Juan El Juri, el distribuidor de bebidas más importante de Ecuador. Los montos negociados se calcularon en 50 mil dólares.

### EXPOALIMENTARIA (Setiembre)

En su segunda versión, esta feria internacional realizada en Lima convocó más de 400 expositores, 127 compradores internacionales y los montos negociados se estiman en 69.1 millones de dólares. Nuestra macro región participó con 27 empresas y con montos estimados de 5 millones de

dólares. Entre las empresas del sector agro que participaron fueron: Mango (APROMALPI, AGROVIDA, AGROMAYTA, APAGRO, Navarro Fruits), Banano Orgánico (REPEBAN, CEPIBO), Algarrobina (Ecobosque, Santa María de Locuto, Bauvi), Cacao (CEPICAFE, APROCAP), uva de mesa (Ecoacuicola, CORFRUIT), productos hidrobiológicos (Freeko, pesquera Nivama). Las actividades preparatorias incluyeron una consultoría para el desarrollo de una línea gráfica que fortaleció la imagen corporativa de las empresas expositoras de la región. Así mismo el Gobierno Regional de Piura cofinanció un stand para 7 pequeñas empresas que pudieron exhibir sus productos y contactar compradores.

### Encuentro Binacional Perú - Ecuador (Octubre)

El 19 de Octubre en la ciudad de Loja (Ecuador) se realizó el segundo encuentro empresarial Perú - Ecuador con la participación de más de 10 empresas de Piura. El evento se realizó en la Universidad Técnica de Loja donde además de la exhibición de nuestra oferta exportable (la cual elevó considerablemente el nivel del evento) se desarrollaron seminarios especializados y ruedas de negocios con compradores. Adicionalmente, la delegación piurana se entrevistó con el presidente de Hipermercados El Valle, quien se mostró interesado por algunos productos manufacturados, carnes de pescado y de cerdo, entre otros. También brindó información sobre otros canales a quienes ofrecer nuestros productos. Se realizó una visita a los mercados de abastos minoristas y mayoristas y se

realizaron contactos comerciales para la compra de uva de mesa red goble en temporadas donde escasee la chilena y californiana. Los montos negociados se estiman en 2.3 millones de dólares. Las empresas que participaron fueron: Agrícola Borrero (uva de mesa), ASPROMOR (frejol caupi), CAES (café y panela), Lola Joyas (Joyería de plata), Yares joyeros (Joyería y Filigrana de Plata), artesanías de Talara ASAEMAF (cerámica, conchas, etc.), IPAE (servicios educativos), entre otros.

### PROMO UE (Noviembre)

El 18 y 19 de Noviembre, en la Cámara de Comercio y Producción de Piura se realizó el PROMO UE, evento que recibió la visita del Agregado Comercial de la Unión Europea, de Holanda, de República Checa y Finlandia, además de la gerente general de la Cámara Peruano Nórdica y un representante de la Cámara Peruano Alemana. Durante la mañana del primer día, los representantes de Europa visitaron la provincia de Sullana donde pudieron apreciar los procesos de empaque de banano orgánico (CEPIBO), elaboración de jugo de maracuyá (AGROMAR) y congelado de pota (PROANCO). En la tarde, en un seminario especializado expusieron ante 18 empresas del sector agro y pesca, las oportunidades comerciales que presentan sus productos para los productos de la región. Al día siguiente, se desarrolló una rueda de negocios entre las empresas exportadoras y los representantes europeos realizándose más de 40 citas donde se brindó información sobre el

mercado, contactos comerciales, regulaciones de acceso, entrega de muestras, etc.

### Misiones de Compradores

Durante el 2010 se recibieron misiones de compradores para los diferentes productos de nuestra región. En Mayo arribaron una delegación del Gobierno Chino con dos empresarios, uno de ellos buscaba un lugar donde poder instalar un astillero para hacerle mantenimiento a sus naves que pescan a la altura del puerto de Paita. El segundo empresario era un comprador de pota, quien visitó y negoció con empresas como DEXIM y NIVAMA. Adicionalmente, la delegación visitó el Centro de Capacitación pesquero de FONDEPES. En Noviembre se recibió al Sr. Ricardo Almeida coordinador del mercado de América del Sur para el Grupo Jerónimo Martins ([www.jeronimomartins.com](http://www.jeronimomartins.com)), un grupo de Supermercados en Europa con operaciones en Portugal (400 tiendas) y Polonia (1600 tiendas) interesado en uva y mango. Algunas de las empresas visitadas fueron: Inca Land Farms (Sullana), Dominus (Tambogrande), Greendland Peru (Tambogrande), entre otros. También buscando proveedores de uva y mango, visitó Piura en el mes de Diciembre la Sra. Tzufang Lee, compradora para Sudamérica de la empresa Pomina Enterprise Co., Ltd. ([www.pomina.com.tw](http://www.pomina.com.tw)), empresa de Taiwan que importó en el 2009 aproximadamente de 100 millones de dólares con volúmenes de 700 contenedores de Chile y 1,000 de Estados Unidos. Las empresas visitadas en la región fueron Ecoacuicola y Saturno, donde se apreciaron los campos y el proceso de empaque.

En el segundo semestre del 2010 participaron de estos eventos más de 67 empresas pequeñas y medianas, logrando dinamizar las relaciones comerciales internacionales con nuestros principales mercados del mundo. Para el 2011 se tiene programado participar de estos eventos nuevamente, para mayor información pueden contactarse con la Oficina de PROMPERÚ Exportaciones de la Macro Región Norte con sede en la ciudad de Piura escribiendo al [piura@promperu.gov.pe](mailto:piura@promperu.gov.pe). Los esperamos.



# INTELIGENCIA COMERCIAL

## Las Exportaciones de uvas frescas en el Perú

Las exportaciones de uvas peruanas han sumado US\$ 179 millones durante el año 2010, lo que representó una variación positiva de 32.42% respecto al mismo periodo del año anterior.

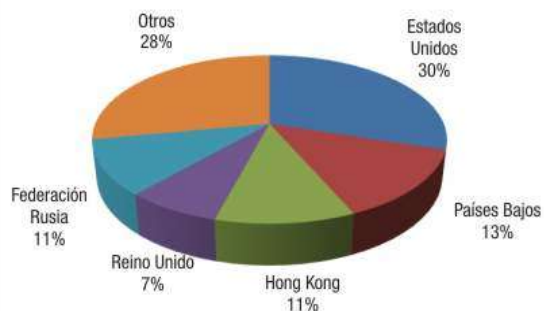
### Mercados

Estados Unidos se ubicó como el principal mercado de destino para este producto (30% de participación); mientras que India registró el crecimiento más alto

(230.2%). En el mismo periodo, destacaron los países asiáticos como China (US\$ 7 millones / 17.8% crecimiento); Indonesia (US\$ 4 millones / 64.6%) y Taiwan (US\$ 2 millones / 77%). Cabe indicar que si bien el proceso de diversificación de mercados para las exportaciones de uvas continúa creciendo, los actuales cinco principales países de destino representan el 72% del total exportado.



Exportaciones peruanas de uva fresca 2010



Fuente: Infotrade - PROMPERÚ

Elaboración: PROMPERÚ - MRN

Perú: Exportaciones de uvas



Fuente: Infotrade - PROMPERÚ

Elaboración: PROMPERÚ - MRN

Mercado	Importaciones Ene - Set 2010	Proveedores
Países Bajos	US\$ 565 millones	1. Sudáfrica - 47% 2. Chile - 26% 7. Perú - 3%
Rusia	US\$ 127 millones	1. Chile - 47% 2. Sudáfrica - 14% 4. Perú - 6%
China	US\$ 122 millones	1. Chile - 77% 2. Perú - 15%

Fuente: World Trade Atlas

### Empresas

Durante el año 2010, se han contabilizado 85 empresas exportadoras peruanas, de las cuales el 79% son grandes y medianas empresas, y Piura posee el 24% del total de las exportaciones de uvas frescas.

### Competencia

Si bien las exportaciones peruanas de uvas ya se dirigen a los principales mercados de importación mundial, la presencia peruana en varios de ellos es aún pequeña. La

principal competencia en varios mercados es Chile, seguido de Sudáfrica.

### Varietades

Las variedades de uvas sin semillas están ganando cada vez más una mayor participación en varios mercados internacionales. Estados Unidos, el mayor importador mundial de uvas, registra importaciones de variedades como Thompson seedless, Crimson seedless así como White and Black seedless.

# AGENDA

## PRESENTACIÓN DEL PLAN INSTITUCIONAL 2011 DE PROMPERU EXPORTACIONES

El 11 de Febrero en el Hotel Costa del Sol se presentará el Plan Operativo Institucional de PROMPERU Exportaciones para el año 2011 donde se expondrán los objetivos, estrategias y principales actividades. El evento estará a cargo de Ricardo Limo Castillo, Subgerente de Servicios de Apoyo Empresarial (SAE) y de Max Rodríguez Guillén, Coordinador de Desarrollo Regional de PROMPERU Exportaciones. El evento es exclusivamente con invitación y congregará a las principales instituciones de la Macroregión Norte.

## CHARLA VIRTUAL SOBRE LEY DE BIOTERRORISMO PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS

El área de Calidad de la Subdirección de Servicios de Apoyo Empresarial (SAE), ha ofrecido realizar una capacitación virtual para las empresas interesadas en conocer los requisitos sobre la Ley de Bioterrorismo para la exportación de frutas y hortalizas frescas. Se programará para el mes de marzo y los interesados pueden enviar un mail a [piura@promperu.gob.pe](mailto:piura@promperu.gob.pe)

## PROGRAMA 5S PARA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN TALARA

La Asociación de Artesanos "Eleazar Marky Fiestas" de Talara (ASAEMAF), recientemente comunicó su interés en participar en la Peruvian Gift Show 2011. Una de las actividades recomendadas es la implementación del Programa 5S con el objeto de establecer un punto de partida para implementar buenas prácticas que buscan realizar un trabajo de calidad. ASAEMAF se ha mostrado dispuesto a realizar el programa como una preparación para la participación en la mencionada feria.



## CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DE PÁGINAS WEB DE EXPORTACIÓN

Desde la tercera semana de enero se están realizando visitas para convocar un grupo de 10 empresas interesadas en desarrollar páginas web de exportación. El objetivo es apoyar la gestión comercial a través de una web que contenga las pautas necesarias para la comercialización. Será también el punto de partida para contactar compradores que podrían ser citados en algún evento de salida de mercado como la Expoalimentaria. El inicio de este programa se realizará para la quincena de marzo.

## CURSO PLANES DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN (PLANEX)

Los productores de mango y uva fresca coincidieron el año pasado con tener Planes de Negocios de Exportación para monitorear el desarrollo de su gestión exportadora tales como las proyecciones de ventas, utilidades y participación en los mercados. Se espera comenzar en el mes de marzo una vez que termine la campaña de mango. Los interesados pueden contactarse a [piura@promperu.gob.pe](mailto:piura@promperu.gob.pe)

## PERUVIAN GIFT SHOW Y PERU MODA 2011

Los preparativos para ambas ferias internacionales están en ruta. Juan Carlos Prada del sector de artesanías de PROMPERU Exportaciones visitará en febrero a las asociaciones de productoras de paja toquilla para plantearles la participación en la mencionada feria. Cabe mencionar que la Peruvian Gift Show es la feria para los artículos de decoración y cuidado del hogar, donde pueden exhibir los productores de cerámica, en cambio Perú Moda es la Feria para la industria de la vestimenta, calzado y la moda, donde pueden exhibir los productores de joyas de plata. Ambas se realizan juntas en Abril.





# NOTICIAS REGIONALES

## NUEVO LOCAL PARA PROMPERÚ EXPORTACIONES MACROREGION NORTE

La Oficina de PROMPERÚ Exportaciones de la Macroregión Norte con jurisdicción en Tumbes y Piura, ha instalado su nuevo local en los Girasoles 105 - Miraflores - Castilla - Piura alquilando una oficina dentro de la ONG CEDEPAS Norte. El objeto es mejorar la atención a los empresarios, interesados en exportar y público en general.

## POR PRIMERA VEZ EN TUMBES SE REALIZA EL "DÍA DEL EXPORTADOR" - DEX

Con más de 60 asistentes se dio inicio al primer Día del Exportador - DEX en la Cámara de Comercio y Producción de Tumbes en el mes de Enero. Este evento es organizado conjuntamente con la DIRCETUR Tumbes quienes fueron los responsables de la convocatoria. El tema que se desarrolló fue Cómo comenzar un negocio de exportación y estuvo a cargo del Coordinador de la Macro Región Norte Mauricio Zúñiga Montes.



## SE BUSCAN NUEVOS EXPORTADORES DE CONCHAS DE ABANICO QUE DESEEN PROMOCIONAR SUS PRODUCTOS

El coordinador del Sector Pesca de PROMPERÚ Exportaciones, señor Francisco Vía, visitará la última semana de febrero, la bahía de Sechura buscando nuevos exportadores de conchas de abanico a quienes ofrecer las actividades de promoción comercial como participar en feria de internacionales. Para este sector las más importantes son la International Boston Sea Food Show (Marzo), European Seafood Exposition (Abril) y la China Fisheries & Seafood (Noviembre).

## CON GRAN ACOGIDA EMPEZARON LOS "DÍAS DEL EXPORTADOR" - DEX EN PIURA

Con la asistencia de más de 130 personas, la alcaldesa de Municipalidad Provincial de Piura, Sra. Ruby Rodríguez de Aguilar, inauguró el 20 de Enero, el ciclo de seminarios de Día del Exportador que se desarrollará el tercer jueves de cada mes en el Salón de Actos con temas relacionados al comercio exterior y dirigidos al público en general de manera gratuita. Destacó la importancia de capacitar en estos temas y apoyar en la difusión.



## PROMPERÚ LISTO PARA PARTICIPAR DE LA BIOFACH Y FRUIT LOGISTICA 2011

Las delegaciones peruanas para ir a la Fruit Logistica (11 - 13 de Febrero) en Berlín y a la Biofach (19 -22 de Febrero) en Nuremberg están preparadas. En ambas ferias además poder exhibir sus productos en el stand país participaran de visitas de prospección de mercados para conocer las operaciones logísticas en el puerto de Rotterdam y los retailers más importantes para la comercialización de las frutas frescas tales como supermercados y tiendas especializadas. Por Piura participará en la Biofach como expositor la asociación de banano orgánico BOS.

## MERMELADA A BASE DE BANANO ORGÁNICO BUSCA DESARROLLAR MARCA VENDEDORA

Un grupo de mujeres de la Asociación de Bananeros Solidarios (BOS) de Salitral han desarrollado una mermelada de frutas con base de banano orgánico. Han recibido un primer pedido de Alemania, se encuentran gestionando su registro sanitario y están por definir la marca para comercializarlo. Este tipo de iniciativas son importantes por cuanto le brindan una utilización a la producción bananera que no cumple con los estándares de calidad internacional para la exportación.

# EVENTOS

## PROMO CHICLAYO



Más de 20 empresas de Piura participaron de este evento donde se reunieron con los Consejeros Económicos Comerciales del Perú en Alemania, Taiwán y Ecuador y se invitaron 7 compradores del Ecuador.

## EXPOALIMENTARIA 2010



Participaron más de 26 empresas de la región Piura como expositores logrando concretar negocios estimados en \$5 millones. Se logró estandarizar la calidad de los brochures de exportación a través de una consultoría de línea gráfica.

## VISITA DE LA EMPRESA TAIWANESE POMINA ENTERPRISE INC.



La Sra. Tzufang Lee de la empresa taiwanesa Pomina Enterprise Inc. gratamente sorprendida por el tamaño y color de las uvas red globe que logró encontrar en el fundo de la empresa Saturno.

## PROMO UNIÓN EUROPEA



Una delegación de 6 funcionarios de los países de la UE visitó tres empresas de Piura, dieron seminarios sobre acceso al mercado y se reunieron con más de 12 empresas exportadoras.

## ENCUENTRO EMPRESARIAL BINACIONAL PERU – ECUADOR



En Octubre se realizó en la ciudad de Loja (Ecuador) un encuentro empresarial que nos permitió exhibir nuestros productos, e identificar y negociar con supermercados y mayoristas. Los productos que se llevaron fueron uva de mesa, frejol, café, joyas de plata entre otros.

## OCHO TALLERES ESPECIALIZADOS EN EL 2010



Con el apoyo de la Universidad Cesar Vallejo se logró desarrollar 8 talleres especializados en diferentes temas de comercio exterior recibidas por más de 60 empresas, en temas como: Tecnologías de información, planes de negocios, logística exportadora, entre otros.