



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



NOTA DE PRENSA

Exportadores peruanos logran transacciones comerciales por US\$ 155 millones en feria Fruit Logística de Alemania

- *Participación record de empresarios augura buen año para exportación de frutas y hortalizas frescas.*
- *Viceministro de Transportes alemán y director de la feria destacaron fortaleza de la economía peruana y labor para posicionar sus productos en Europa.*
- *Más de 65 000 visitantes de 140 países apreciaron la calidad de la oferta exportable peruana de espárragos, uvas, paltas, cítricos, mangos y de las nuevas estrellas exportadoras: el baby banano orgánico, arándanos, berrys, granada y aguaymanto.*

Lima, 5 de febrero de 2016.– La Ministra de Comercio Exterior y Turismo y Presidenta del Consejo Directivo de PROMPERÚ, **Magali Silva Velarde-Álvarez**, informó que el Perú inició sus actividades de promoción de la agroexportación en este año con la participación en **Fruit Logística 2016**, feria líder mundial en comercialización de frutas y vegetales realizada en Berlín, Alemania, logrando resultados que han superado las expectativas.

“Los agroexportadores de frutas y hortalizas peruanas han comenzado el año con muy buen pie, pues en Fruit Logística, la feria más importante a nivel mundial para la comercialización de estos productos, lograron transacciones comerciales por US\$ 155 millones, 20% más que en el 2015 y, según sus perspectivas, esto es una clara señal de que el 2016 será un buen año para el sector”, indicó la titular del MINCETUR.

Silva destacó que este resultado se debe en gran parte al trabajo que se viene desarrollando para mejorar la calidad y promoción de la oferta exportable peruana, y a la participación record de 310 empresarios peruanos, de los cuales el 55% eran pequeñas y medianas empresas (pymes) y 30% participaron por primera vez. También participaron 30 estudiantes de ESAN que viajaron como parte de la maestría de agronegocios que vincula la relación académica con el sector empresarial.

“La delegación empresarial peruana ha sido impresionante, a decir de los compradores internacionales. Además de su preparación profesional, se ha destacado la calidad de la oferta exportable peruana y sus principales fortalezas en relación a la variedad de productos, especialidad, aporte nutricional y opciones de atender pedidos en contraestación y, en algunos casos, durante todo el año” indicó.

Silva destacó que la agroexportación peruana es la segunda fuente generadora de divisas tras la minería, y en el caso de la exportación de frutas y hortalizas, estas sumaron el 2015 más de US\$ 2 300 millones, lo que representó un crecimiento del 13% respecto al 2014.

“En los últimos 30 años hemos logrado consolidar una agroexportación de clase mundial y el mundo está reconociendo nuestro liderazgo. Como Estado peruano hemos generado un marco de apertura y promoción comercial efectivo y un acceso sanitario, que ha sido trabajado en conjunto con el Ministerio de Agricultura y Riego, SENASA y el Ministerio de Relaciones Exteriores”, puntualizó.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Se nota también nuevas tendencias del mercado como “ready to cook” y “ready to eat”, listos para ser consumidos.

Autoridades alemanas en pabellón Perú

El Viceministro de Transporte alemán, Rainer Bomba, visitó el pabellón peruano en **Fruit Logística 2016** y expresó su agrado por su participación en la feria. Comentó que sigue de cerca la estrecha relación comercial entre los dos países y expresó su sorpresa por el crecimiento agroexportador peruano. Destacó, además, a Europa y particularmente a Alemania como un importante socio de largo plazo. Asimismo, reiteró el interés que existe en su nación por aumentar la inversión en el Perú y participar en obras como la carretera interoceánica del sur.

Por otro lado, el nuevo director de **Fruit Logística**, Wilfried Wollbold, indicó que le resulta impresionante el incremento en las agroexportaciones de productos frescos peruanos en Europa, y que la feria se haya convertido en la principal herramienta comercial para este resultado.

Aseguró que hay mucho espacio para el posicionamiento de los productos agrarios en el Viejo Continente. Europa representa hoy el 41% de las agroexportaciones peruanas al mundo. “Las agroexportaciones peruanas en Europa deben pasar de una estrategia de posicionamiento a una de consolidación, y están en el momento justo para iniciar planes de marcas y presencia en el mercado retail”, enfatizó Wollbold.

Cabe destacar que la participación peruana ha sido de tal magnitud, que los más de 515 m² de pabellón ferial, el más grande que ha tomado el Perú hasta el momento, no es suficiente y por ello, PROMPERÚ ha iniciado las conversaciones para incrementar en 20% su espacio para el próximo año, llegando a más de 620 m² a fin de asegurar la correcta participación empresarial peruana y dar más espacio comercial a las pymes agroexportadoras.

Pabellón Perú

Para el 2016, PROMPERÚ rediseñó el Pabellón Perú de acuerdo a los estándares de la Marca País introduciendo nuevos conceptos en colores y materiales. El objetivo fue mostrar al público las regiones de procedencia de los productos de la agroexportación nacional; así como ofrecer permanentemente información sobre nuestras potencialidades en el turismo y la gastronomía.

En ese sentido, se han incluido una sección para ofrecer diariamente los productos bandera del Perú, como el cebiche, el Pisco, la quinua y los cafés especiales, los cuales fueron del agrado de los visitantes al pabellón durante los tres días de feria.

Entre los productos exhibidos se ha podido apreciar un fuerte incremento en la demanda en frutas exóticas y en productos como el jengibre, los bananos, berries, entre otros, que fueron ofrecidos a numerosos visitantes y compradores.

Datos de la Fruit Logística 2016

- Expositores: 2891 de 84 países (90% de fuera de Alemania)
- Visitantes: Más de 65,000 de 135 países (80% de fuera de Alemania)