

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

## **INFORME DE GESTIÓN III TRIMESTRE OCEX BEIJING**

### **1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

#### **1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO**

Durante los meses de enero-junio de 2015, el valor de nuestras exportaciones no tradicionales a China ascendió a US\$ 242.8 millones. En relación al periodo enero- junio 2014, las exportaciones no tradicionales disminuyeron en US\$ 37 millones, de los cuales el 54.8% (US\$ 20.3 millones) estuvo explicado por menores exportaciones pesqueras, en particular de pota y calamar congelados. Por otro lado, de enero a julio de 2015, nuestras exportaciones no tradicionales hacia China llegaron a US\$ 274 millones. En comparación con igual periodo de 2014, cayeron US\$ 46 millones, de los cuales el 72% corresponde al declive del sector pesquero (US\$ 33.3 millones).

De otro lado, en los primeros ocho meses del 2015 el valor de nuestras exportaciones no tradicionales disminuyó en 20,5%, con un flujo negativo de US\$ 63.6 millones con respecto a similar periodo del 2014. Dicho resultado estuvo explicado en un 74% por la caída de las exportaciones pesqueras (US\$ 47.5 millones).

El persistente declive en las exportaciones del sector hidrobiológico se debió en el primer trimestre a una caída de la oferta peruana de estos productos. En los siguientes meses el origen estuvo en factores externos. China importa productos hidrobiológicos de Perú (en particular pota y calamar) para procesarlos y luego exportarlos a Rusia. Sin embargo, como la economía de Rusia está en una situación difícil y su tipo de cambio ha caído 30%, su volumen de pedidos ha disminuido considerablemente.

Por otro lado, algunos compradores chinos quedaron con abundante stock del producto en el momento en que el precio de exportación empezó a caer.

#### **Oportunidades:**

Como resultado de su labor de prospección comercial en el interior de China, OCEX Beijing ha identificado una interesante oportunidad para el pisco peruano en la provincia de Henan, ubicada en el norte del país. Ha identificado y tomado contacto en Henan con una empresa local en interesada en importar pisco. El plan de negocio de la empresa consiste en desarrollar una bebida tipo coctel que utilice frutas chinas y tenga por ingrediente principal el pisco. El empresario chino considera que el pisco tiene las cualidades necesarias de sabor y calidad para cautivar al consumidor chino.

Asimismo, se ha identificado una interesante oportunidad comercial para los jugos concentrados de fruta peruana.

El consumidor chino valora en gran medida el origen natural y seguro de las bebidas y alimentos que consume, así como la posibilidad de tener acceso a una mayor variedad de jugos y

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

concentrados de frutas importados.

OCEX Beijing ha identificado y tomado contacto con un destacado importador local interesado en contactar proveedores de concentrados de frutas peruanas. Entre tanto, se investigó que el aceite de sacha inchi también es producido en el sur de China, no obstante, el costo de producción en China es más alto que el de Perú. Existe la posibilidad de potenciar las importaciones de ese producto, una vez que cuente con los permisos sanitarios respectivos para su ingreso.

Finalmente, se ha detectado una gran demanda china de langostinos, la cual está siendo aprovechada por Ecuador y Argentina, se espera la solicitud de autorización sanitaria para el ingreso de este producto, sea atendida con prontitud por las autoridades chinas.

**Amenazas:**

Según los comentarios de importadores de paltas, los consumidores chinos prefieren las paltas de tamaño relativamente pequeñas. Ya que se vende las frutas por unidad.

Últimamente la pota no está capturando como en las mismas cantidades de temporadas anteriores, lo cual afecta directamente la importación de los compradores chinos, en tanto no puede abastecer su demanda, algunos importadores están comprando pota de Argentina para su procesamiento en China.

**1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO**

<b>Norma</b>	La Administración Estatal de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena, (AQSIQ), publica el documento del "Protocolo de Importación de los requisitos de Inspección y Cuarentena de Plantas de Peruano" (2015 N° 80)
<b>Descripción</b>	De acuerdo con AQSIQ y SENASA, Entidades de China y Perú, con respecto al análisis de riesgo de plagas, y después de haber visitado los terrenos de palta peruana, se publica el acuerdo firmado por ambas partes el cual reafirma el protocolo entre ambos.
<b>Fecha de Publicación / Entrada</b>	02-julio del 2015
<b>Acción Realizada por la OCEX</b>	Se tradujo el documento en su totalidad y se informó sobre su contenido.
<b>Enlace de</b>	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zigg/2015/201507">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zigg/2015/201507</a>
<b>Acceso a las Normas</b>	<a href="#">/t20150702_444006.htm</a>

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

Norma	Lista de las empresas cuyos huertos y plantas de empaque podrán exportar cítricos a China desde Perú
Descripción	Se publica la lista de plantas y productores de cítricos a quienes se les permite el ingreso de sus cítricos a China
Fecha de Publicación / Entrada en Vigencia	27 de julio del 2015
Acción Realizada por la OCEX	Se informó a SENASA y empresas interesadas
Enlace de Acceso a las Normas	<a href="http://dzwjyigs.aqsiq.gov.cn/fwdh_n/qymd/zwjcp/gwqymd/201507/t20150727_445753.htm">http://dzwjyigs.aqsiq.gov.cn/fwdh_n/qymd/zwjcp/gwqymd/201507/t20150727_445753.htm</a>

Norma	Lista de las empresas cuyos huertos y plantas de empaque podrán exportar paltas a China desde Perú
Descripción	Se publica la lista de plantas y productores de paltas a quienes se les permite el ingreso de sus productos a China <b>Ojo:</b> en un principio las autoridades Chinas se equivocaron y pusieron la lista de cítricos en lugar de las paltas e hicimos de inmediato la solicitud de rectificación
Fecha de Publicación / Entrada en Vigencia	06 de agosto del 2015
Acción Realizada por la OCEX	Se informó a las partes interesadas.
Enlace de Acceso a las Normas	<a href="http://dzwjyigs.aqsiq.gov.cn/fwdh_n/qymd/zwjcp/gwqymd/201508/t20150806_446509.htm">http://dzwjyigs.aqsiq.gov.cn/fwdh_n/qymd/zwjcp/gwqymd/201508/t20150806_446509.htm</a>



<b>Norma</b>	Lista de Alimentos para animales que pueden ingresar a China
<b>Descripción</b>	-Lista de empresas permitidas para exportar hacia China harina y aceite de pescado. - Además, se menciona que está permitido el ingreso de los granos destilados secos, y que, por el momento, no es necesario estar registrado en una lista.
<b>Fecha de Publicación / Entrada en Vigencia</b>	10 de agosto del 2015
<b>Acción Realizada por la OCEX</b>	Se verificó que la lista de exportadores peruanos aún no está actualizada, pues está en coordinación una visita técnica al Perú.
<b>Enlace de Acceso a las Normas</b>	<a href="http://dzwjyigs.aqsiq.gov.cn/zwgk/slaq/jjsljtjj/zrmd/201508/t20150810446791.htm">http://dzwjyigs.aqsiq.gov.cn/zwgk/slaq/jjsljtjj/zrmd/201508/t20150810446791.htm</a>

<b>Norma</b>	"Medidas administrativas para la Revisión del Importador Alimentos Exterior y de Inspección de Empresas de Ultramar"
<b>Descripción</b>	Se emitieron tres enmiendas a los reglamentos existentes y unas nuevas medidas administrativas para los importadores de alimentos. Se estipula que las empresas importadoras de alimentos deben revisar todos los documentos pertinentes de los exportadores y también les da instrucciones para inspecciones
	También están obligados a llevar un registro de la revisión/inspecciones y serán castigados por no revisar adecuadamente a las empresas extranjeras. Se incluye el "Catálogo de los productos que deben tener Inspección in situ". El Catálogo contiene siete categorías de productos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de fórmula infantil</li> <li>• Alimentos para usos médicos especiales</li> <li>• Comida saludable;</li> <li>• Carne</li> <li>• Mariscos frescos y congelados para consumo directo;</li> <li>• Arroz</li> <li>• Aceite a granel vegetal.</li> </ul> Adicionalmente, hay temas concernientes a la Nueva Ley de Publicidad, el cual según comentarios de otros colegas, gente encargada de temas de marketing de las respectivas empresas, están surgiendo algunas restricciones en el uso de cierto lenguaje en los anuncios de publicidad de los productos
<b>Fecha de Publicación / Entrada en Vigencia</b>	8 de setiembre del 2015

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

<b>Acción Realizada por la OCEX</b>	Según la revisión realizada solo la categoría de mariscos congelados tiene relación con el Perú.
<b>Enlace de Acceso a las Normas</b>	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/gzcypt/cazxyj/20150908_5/wyyj/">http://www.aqsiq.gov.cn/gzcypt/cazxyj/20150908_5/wyyj/</a> <a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/zxxxgk/201509/t20150929_450585.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/zxxxgk/201509/t20150929_450585.htm</a> <a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/zvfg/zcid/201510/t20151008_450737.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/zvfg/zcid/201510/t20151008_450737.htm</a> <a href="http://www.aqsiq.gov.cn/gzcypt/cazxyj/20150908_5/201509/t20150908_448720.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/gzcypt/cazxyj/20150908_5/201509/t20150908_448720.htm</a> <a href="http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/American%20Food%20Safety%20Law%20of%20China_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_5-18-2015.pdf">http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/American%20Food%20Safety%20Law%20of%20China_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_5-18-2015.pdf</a>

<b>Norma</b>	La Unión Europea hizo un inventario del control sobre los niveles permisibles en los alimentos para humanos según país
<b>Descripción</b>	El día 29 de setiembre en la página del AQSIQ, salió una lista con información sobre productos que llegaron a Europa y que han tenido problemas a su llegada. También se observa que Perú ha presentado un registro alto de frecuencia en la muestra con un 10% de uvas con productos químicos que superan los estándares Europeos. Esta lista podría poner en alerta a la institución china.
<b>Fecha de Publicación / Entrada en Vigencia</b>	29 de setiembre del 2015
<b>Acción Realizada por la OCEX</b>	Revisión del listado y búsqueda de los LMR de todos los productos en China para tener cuidado sobre ellos. Se sugiere informar a SENASA para su evaluación.
<b>Enlace de Acceso a las Normas</b>	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/tzdt/gzdt/201509/t20150929_450613.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/tzdt/gzdt/201509/t20150929_450613.htm</a>

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación***1.1.2 PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES**

<b>Agencia Agrícola - País</b>	Australia
<b>Acción</b>	La institución Horticultura e Innovación de Australia (HortInnovation) y la Asociación de Inspección y Cuarentena de China (CIQA) firmaron un Memorando de Entendimiento (MoU)
<b>Objetivo</b>	Demostración del compromiso a largo plazo para la construcción de la relación entre Australia y China. Este busca crear un marco para la acción de beneficio mutuo de los intereses comerciales hortícolas entre los dos países. El memorando de entendimiento es una parte de la estrategia comercial global de la industria de la horticultura de Australia, incluyendo la identificación de oportunidades que surgen del Tratado de Libre Comercio entre China y Australia (ChAFTA).
<b>Descripción del formato de la Actividad</b>	El memorando de entendimiento fue firmado en una ceremonia en la Embajada de Australia en Beijing el jueves 10 septiembre, como parte de la celebración del Pabellón del Hort Innovation Australia en el 2015 durante la Feria de Frutas y Verduras de (FVF) que fue del 9-11 de septiembre. La ceremonia fue organizada por del Hort Innovation, con invitados especiales como los altos funcionarios del CIQA así como del AQSIQ. Según los medios, esta es una demostración de interés sobre un espacio comercial, que reúne los productos hortícolas exportadores australianos bajo un mismo documento.
<b>Productos Relacionados</b>	Varios

<b>Agencia Agrícola - País</b>	Australia
<b>Acción</b>	Propuesta del uso de resultados de Investigaciones para proponer alternativas de solución de mayor apertura de protocolos existentes
<b>Objetivo</b>	Hacer que los mangos en verde sean considerados como no hospederos de mosca de la fruta internacionalmente, especialmente en aquellos mercados calificados como los de mayor interés
<b>Descripción del formato de la Actividad</b>	Proponer alternativas para cumplir protocolos, añadiendo mercados clave también para ellos, los cuales incluyen Nueva Zelanda, Hong Kong, Singapur, Malasia, China y Corea del Sur.
<b>Productos</b>	Mangos



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación

Agencia Agrícola - País	Chile
Acción	El Gobierno Chileno firma un acuerdo de Venta de productos a través del portal Alibaba
Objetivo	Que la Industria alimentaria Chilena, especialmente la frutícola, vaya sacando más impulsos en su posición en China.
Descripción del formato de la Actividad	El evento fue parte del evento Chile Week 2015. El directorado general de las relaciones económicas internacionales (DIRECON) firmó un acuerdo con el gigante de ventas por internet
Productos	Alimenticios

Agencia Agrícola - País	Chile
Acción	Workshops
Objetivo	Los talleres tienen la intención de posicionar a Chile como una gran oportunidad como un suministrador fiable de arándanos, con un fuerte potencial de crecimiento y de inversiones en el desarrollo del mercado.
Descripción del formato de la Actividad	La Asociación Chilena de Exportadores (ASOEX), el Comité de Arándanos chilenos y el comité de cerezas chilenas participaron. En Shangháí, también participó el segundo secretario de Agricultura de Chile. En Beijing, participó también el Embajador de Chile, y el Agregado Agrícola de Chile.
Productos	Arándanos y Cerezas

Agencia Agrícola - País	Centro internacional de la Papa
Acción	Evento Especial de los neozelandeses de la Papa en Asia investigación de
Objetivo	Da que al 16º Simposio Internacional del cultivo de Albaricoco que tiene lugar en la ciudad de Jiangmen, China, del 29 de junio al 3 de julio
Descripción del formato de la Actividad	Se realizó un taller de conocimiento, no solo de las especialidades relacionadas en la producción y comercialización de su logística, empacado, por los productores y entidades chinas sobre la calidad de las variedades de papa.
Productos	Papa
Descripción del formato de la Actividad	Se compartió sobre las nuevas variedades investigadas y producidas que pueden satisfacer los gustos chinos, los cuales son diferentes a los neozelandeses sobre la fruta. La entidad a la cual representaron los especialistas, ya han criado otras variedades de frutas que han sido populares en China, como las manzanas Jazz, manzanas y kiwis Envy G3. <b>Cabe resaltar:</b> aún no está aprobado el protocolo de importación de albaricoques neozelandeses a China
Productos Relacionados	Albaricoques

Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau**1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES  
COMERCIALES**

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
Feria de Café	1	15	2
Misión de café	1	6	2
Perú ServiceSummit	Sector	1	1
Viaje de prospección del mercado (Henan)	Sector	2	2
Feria Expo Alimentaria	Sector	19	8
Misión comercial Pre - EVE	5	2	5
Feria FVF	5	30	5
Citas de negocios Villa Andina	1	1	1
EXPOPERU Corea	15	4	5
Misión Individual Bodegas Perú	1	2	2
Proyecto Vestimenta BIFT Park	Sector	1	3
Sur Exporta Pesca	Sector	1	2

**1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES****• Actividad 1****Café Show China**

Beijing – de 2 al 4 de julio de 2015

OCEX Beijing gestionó un stand gratuito con participación de la empresa peruana Agro Mayo.

Esta feria comparte marca con Seúl Café Show, la feria No.1 de café en Asia Durante los 3 días de la feria, más de 300 visitantes en la feria degustaron café peruano.

Proyección de monto de negocios: USD 150,000

La perspectiva del mercado de café importado en China es promisorio, la demanda percibida en la feria es sólida, el exportador participante se mostró satisfecho y con planes de volver a visitar Beijing para concretar más negocios.

**• ACTIVIDAD 2****Misión de Café**

*Beijing –1 de julio, 6 – 7 de julio de 2015*

Se organizó una misión comercial individual para la empresa peruana de café, Agro Mayo, en el marco de su participación en la feria de Café Show





PERÚ

Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau

China. Se elaboró un programa de citas de negocios y visita comercial durante su estadía en Beijing.

En total el empresario sostuvo 6 citas de negocios.

Se identificó interés de importadores y distribuidores chinos en café verde, especial, café tostado y molido, también cacao y productos procesados.

- **ACTIVIDAD 3**

- **Perú Service Summit**

- Beijing – De 6 al 7 de julio de 2015

- Evento especializado en el comercio de servicios que reúne a lo mejor de la oferta exportable peruana para establecer vínculos comerciales siendo una importante plataforma de negocios en el mercado latinoamericano.

- Por primera vez que una editorial China participó dicha actividad, se trata de FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS. La empresa tuvo más de 9 reuniones con editoriales peruanas.

- El principal interés reportado por la editorial es la literatura infantil, la traducción y publicación de textos dirigidos a niños en edad escolar.

- **ACTIVIDAD 4**

- **Viaje de prospección del mercado de Henan**

- Beijing – de 3 al 4 de agosto de 2015

- Viaje de prospección del mercado de Henan. Henan tiene un gran potencial de expansión. Su consumo interno de alimentos creció un 15% en el 2014, mientras que su volumen de transacciones realizadas en plataformas e-commerce, bordeó los US\$16 millones. En este viaje de prospección contactó con una empresa de la provincia china de Henan interesada en importar pisco desde Perú para la elaboración de cocteles “ready to drink” dirigidos al consumidor chino. Según lo indicado por la empresa, la cantidad inicial de importación de pisco sería una tonelada, con posibilidad de ampliarse a 10 toneladas en el plazo de un año.

- A la fecha varios exportadores peruanos de pisco están en contacto con la empresa china importadora.

- **ACTIVIDAD 5**

- **Feria Expo Alimentaria**

- Lima – de 26 al 28 de agosto de 2015

- OCEX Beijing organizó una delegación de 19 empresas chinas (5 financiadas y 14 autofinanciadas), quienes participaron en la Rueda de Negocios organizada con el apoyo de ADEX. Cada empresa china sostuvo un mínimo de 4 reuniones entre las 8.00 y las 10.00 a.m. con los siguientes resultados:

- Lu Xi, representante de la empresa Linyi International participó como expositora en la III Convención Internacional de Mercados y Tendencias, donde presentó el desarrollo del mercado de café en su país. Destacó la calidad del café peruano, en especial del orgánico, cuyas características generan mucho interés en el consumidor chino.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

La variada oferta de alimentos en “Perú Natura” concitó la atención de los empresarios chinos. Destacó el interés en los snacks de maíz gigante del Cusco y papas nativas, bebidas energizantes y con insumos naturales, hojuelas de maíz morado y yacón, cereales andinos pre cocidos, galletas y barras nutricionales.

En EA 2015 hemos dado un salto cualitativo, que consistió en incluir en la delegación, por primera vez desde 2012, a compradores de alimentos procesados con valor agregado (8), hemos logrado diversificar el interés de los compradores chinos, antes concentrado solo en las frutas frescas. Esta convocatoria fue resultado del trabajo de identificación de nuevas oportunidades comerciales y nichos de mercado para productos procesados como snacks de alimentos naturales (quinua, kiwicha, maíz morado), maíz gigante del Cuzco, maca en presentaciones con valor agregado, concentrados de frutas, pisco y café especial y orgánico.

• **ACTIVIDAD 6**

**Misión Pre- Feria FVF**

*Beijing – de 7 al 8 de septiembre de 2015*

Los exportadores peruanos participantes en la feria FVF tuvieron también la oportunidad de interactuar con los principales actores del sector, conociendo de primera mano las oportunidades y el gran potencial de las frutas frescas importadas en el mercado del norte de China.

En los días previos a la feria, la OCEX Beijing organizó visitas de prospección al principal mercado mayorista del norte de China, importadores y distribuidores locales, así como a la red de supermercados. También se organizó una visita de prospección al mercado mayorista más grande en el norte de China (Xinfadi) y una reunión informativa con los directivos del referido mercado.

Como resultado de las visitas se logró captar la participación del importador Beijing Golden famous en el evento Asia Fruit Net a realizarse en los primeros días de noviembre.

• **ACTIVIDAD 7**

**Feria FVF**

*Beijing – de 9 al 11 de septiembre de 2015*

Las 5 empresas peruanas que participaron en la Feria de Frutas y Vegetales FVF 2015, realizada del 9 al 11 de setiembre en Beijing, reportaron compromisos de negocio por US\$ 31 millones para los próximos 6 a 8 meses.

OCEX Beijing gestionó 84 citas de negocio para los exportadores peruanos participantes en la feria, siendo los productos de mayor demanda la palta Hass, la maca en polvo y la uva Red Globe.

Monto total negociado en Frutas:	US\$ 19 119 200 (61.44%)
Monto negociado en Maca:	US\$ 12 000 000 (38.56%)
Total:	US\$ 31 119 200

La participación peruana en la feria contó con el respaldo de la Asociación de Gremios



PERÚ

Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

Productores Agrarios del Perú (AGAP) y la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX).

El volumen negociado es prueba de la creciente demanda en el norte de China por frutas importadas de alta calidad, la cual ha sido aprovechada por los exportadores participantes en esta feria a través de las citas de negocio gestionadas por OCEX Beijing en el marco de la feria.

- **ACTIVIDAD 8**

**Cita de negocios Villa Andina**

*Beijing – 18 de septiembre de 2015*

Se organizaron citas de negocios para el exportador de maca y quinua pre cocida Villa Andina. La empresa está negociando la cotización con los importadores chinos (por el momento mantiene el precio y expectativa de venta en reserva)

En el corto plazo alistan la importación de harina de maca.

- **ACTIVIDAD 9**

**Expo Perú Corea**

*Seúl – de 22 al 24 de septiembre de 2015*

Se convocó la participación de 2 empresarios chinos del sector de alimentos procesados (snacks, cereales, bebidas) y otros, una empresa importadora de productos hidrobiológicos y una del sector vestimenta.

Destacó que la empresa china Jinhua Imaginex empezará este año la venta en sus tiendas de prendas marca Kuna y está negociando con el exportador peruano la posibilidad de abrir tiendas exclusivas de la esta marca en el mercado chino.

- **ACTIVIDAD 10**

Misiones individuales: Estamos exhortando a los empresarios peruanos a visitar Beijing durante sus viajes al Asia, y a los importadores chinos a visitar Perú cuando viajen a Sudamérica o Estados Unidos.

**Misión Comercial Individual Bodegas Perú**

*Beijing – 28 de septiembre de 2015*

Se organizaron citas de negocios para exportador peruano (empresa Bodegas Perú) de Quinua Ready to eat (la quinua en grano todavía no puede ingresar a China pero la cocida sí puede. Se ha identificado que esta presentación tienen incluso mejores oportunidades y precios) y bebidas de Pisco tipo coctel. Dos importadores tienen interés en sus productos. Las actividades incluyeron una visita a la red comercial en el mercado Beijing, como por ejemplo los supermercados que venden productos importados.

- **ACTIVIDAD 11**

**Proyecto Bift Park**

*Beijing – 30 de septiembre de 2015*

Se está trabajando con la empresa china BIFT Park (el 30 de septiembre sostuvimos una reunión), sobre la posibilidad de colocar las prendas de alpaca/algodón diseñadores peruanos en sus redes comerciales en el mercado del norte de China para una prueba de ventas. Tiene previsto participar en Sur Exporta Puno en noviembre.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

Se evalúa asimismo, la viabilidad de que esta entidad brindar respaldo a las marcas peruanas de vestimenta en su proceso de internacionalización hacia el mercado chino.

- **ACTIVIDAD 12**

**Sur Exporta***Puno – noviembre de 2015*

Se ha captado el interés de la empresa JINAN LITONDA TRADE CO., LTD, hacia la importación de productos hidrobiológicos peruanos. La compañía ha confirmado su participación en Sur Exporta. Los productos de su interés son: Flying fish roe (Huevo de pez), conchitas.

**1.3 OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	Nº de Compradores Participantes	Nº de Exportadores Participantes
Reunión con Beijing Zhongxijunjie	1	
Reunión con Beijing TRT	1	
Coordinación de viaje de prospección CAWA	15	
Comunicación con plataforma de diseños exclusivos	1	
Identificación de compradores	51	
Conferencia en Fresh Forum	30	5
<b>TOTAL</b>		

**1.3.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

- **ACTIVIDAD 1:**

**Proyecto Beijing Zhongxi Junjie***Beijing – 16 de Julio*

Beijing Junjie lidera el proyecto de establecer un pabellón Perú Online en una plataforma electrónica china (Jingdong) en el cual se comercialicen alimentos procesados representativos del Perú, en empaques dirigidos al consumidor final.

La OCEX está orientando al empresario chino en la selección de estos productos, entre ellos destacan: Snacks de alimentos naturales (quinua, kiwicha, maíz morado), café, bebidas nutricionales, Inca Kola, pisco, salsas de ají, quinua pre cocida, jugos, entre otros. El importador visitó EA para establecer contacto con exportadores peruanos de estos productos. Tienen posibilidad de atraer en una primera etapa 10 marcas representativas de Perú.

En esta etapa se está evaluando la regulación para el desarrollo de tiendas on-line de productos importados en China, el detalle de los requisitos de importación de productos



PERÚ

Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau

y estableciendo comunicación con las plataformas más importantes en China para concretar el proyecto.

El objetivo es lanzar la tienda en el próximo año.

- **ACTIVIDAD 2:**

- **Proyecto de plataforma electrónica Tongrentang International**

- Beijing – 24 de Julio*

- TRT Internacional es actualmente la única plataforma integral de comercio electrónico en la industria de la salud y es ampliamente apoyada por sus empresas asociadas y las asociaciones de comercio nacional.

- La empresa es sucursal del Grupo Tongrentang y está abriendo una plataforma on-line de vender productos extranjeros buenos para la salud y funcionales.

- TRT está seleccionando a los exportadores peruanos con mayor potencial para ofrecer sus productos a través de esta plataforma (suplementos dietéticos, alimentos funcionales, medicamentos tradicionales, infusiones, productos de baño y belleza, cuidado de la piel, etc.).

- OCEX ha facilitado el contacto con los exportadores peruanos, y se espera concretar alguna venta y la importación de productos peruanos en su plataforma en corto plazo.

- **ACTIVIDAD 3:**

- **Coordinación de viaje de prospección del mercado Asociación de Mercados Mayoristas de China- CAWA**

- Beijing – 30 de agosto*

- Una delegación de empresarios de mercado mayorista viajó a Perú en septiembre. El grupo estuvo liderado por la asociación CAWA. OCEX hizo la coordinación de su visita a campos de cultivo de quinua en Cuzco junto con Promperú. Tiene la posibilidad de importar este tipo de producto cuando su ingreso al mercado chino esté permitido oficialmente.

- **ACTIVIDAD 4:**

- **Comunicación con una plataforma de diseños exclusivos**

- Beijing – agosto*

- Una famosa diseñadora china de moda, contacto de OCEX Beijing desde 2012, estableció una plataforma de venta por internet de diseños exclusivos a través de una aplicación (app) de uso público.

- Esta representa una oportunidad para los diseñadores peruanos que están en capacidad de ofrecer este tipo de servicio y la producción personalizada de prendas de diseño exclusivo.

- En una primera etapa la empresa china va a evaluar la posibilidad de incorporarlos en la plataforma.

- Un exportador de carteras hechas a mano con diseños únicos (Rochi Kahn) está en contacto con una plataforma online de vestimenta y artículos de moda, para realizar una prueba de la venta a corto plazo. OCEX está asistiendo a la empresa en el proceso y abrirá la oportunidad para otros empresarios peruanos.

Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau

- ACTIVIDAD 5:**

**Identificación de compradores**
*Beijing – de julio a septiembre*

Con ocasión de la convocatoria de EXPO Alimentaria identificamos más de 20 nuevos importadores de papa (y otros hidrobiológicos).

Asimismo, en el contexto de la caída de XNT de pesca, seguimos trabajando nuestra base de datos y contactos del sector para identificar más compradores potenciales, hasta el momento hemos identificado más de 30 empresas nuevas.

Tras la reciente apertura del mercado chino a la papa Hass, OCEX generó interés en las siguientes empresas en adquirir este producto peruano en el corto plazo:

1. Beijing Chunlin Agricultural Co., Ltd
2. Dalian Yidu Group
3. COFCO Industry Foodstuffs Import & Export Co., Ltd.
4. EACHTAKE (CHINA) LIMITED
5. JOYVIO

- ACTIVIDAD 6:**

**Participación peruana en Fresh Forum**

En el primer día de la feria FVF, funcionarios representantes de SENASA (Sra. Vilma Gutarra y Sr. José Galarza) y el presidente de AGAP (Sr. Enrique Camet), participaron como expositores en el ciclo de conferencias 'Fresh Forum', que tuvo lugar en el marco de la referida feria. Estos ponentes disertaron sobre el sistema de sanidad vegetal en el Perú y las perspectivas del sector agrícola nacional, respectivamente.

#### 1.4 ATENCIÓN DE CONSULTAS

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas
Textil	6	6	5	4
Agro	15	8	18	16
Manufacturas diversas	3	2	6	4
Pesca	6	6	12	12
Servicios	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>23</b>	<b>42</b>	<b>37</b>

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
ExteriorDecenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau**2. PROMOCIÓN DE TURISMO****2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Capacitación a las agencias de viajes	10 empresas	12 personas
Participación de Mistura y Press Tour de la revista Across	1 empresa/revista	1 persona
Participación de agencias viajes de Beijing para EXPOPERÚ COREA.	4 agencias de viajes	5 personas
Promoción de turismo en coordinación con Qyer, la plataforma de turismo más profesional de China	9 agencias de viajes	8000 personas
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>8018</b>

**2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

- **Capacitación a las agencias de viajes**

*Beijing – día 1 de julio de Año 2015*

Se realizó una charla de capacitación sobre turismo dirigida a las agencias de viajes minoristas, con el apoyo de la agencia de viaje Lamei Tour, una de las agencias mayoristas más importantes en el segmento de sudamericano.

10 agencias de viajes minoristas de Beijing y Tianjin participaron en la capacitación, estas empresas recibieron por primera vez información en detalle sobre las rutas más populares del Perú entre los viajeros chinos, de la mano de Ocex Beijing y la agencia de viajes Lamei Tour.

Los participantes presentaron mucho interés en el Perú y en iniciar la promoción de este nuevo destino entre sus clientes.

- **Participación de Mistura y Press Tour de la revista Across**

*Beijing- agosto de 2015*

Como resultado de la publicación de reporte de turismo de Perú en la revista Across en el mes de abril, Promperú invitó a la dicha revista a participar en la feria Mistura y el Press Tour organizado en ese marco en el mes de septiembre. El editor general de la revista participó en el evento.

El periodista entrevistó al chef Gastón Acurio durante Mistura y participó en el Press Tour en Lima, Cusco y Paracas. El reporte posterior va a ser publicado a fines de Octubre. Se estima tener más de 1 millón de visitas a través de 3 canales mediáticos (reporte en revista semanal Nan Fang, y en las redes sociales chinas Wechat y Weibo de Across).

- **Participación de agencias viajes de Beijing para EXPOPERÚ COREA.**

Seúl – el día 22 y 23 de septiembre de 2015

En total 5 representantes de 4 agencias de viajes de Beijing participaron en EXPOPERÚ

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

COREA como compradores. Son las agencias China Sea International Travel Service (Minorista con programas personalizados), Beijing Mandarin International Tours (mayorista), Beijing zhongmeisia International Travel Service (minorista con programas personalizados), Fancy Tours (mayorista).

Según los representantes de las 4 agencias de viajes, el monto negociado es 2.1 millones de dólares en un periodo de un año.

- **Promoción de turismo en coordinación con Qyer, la plataforma de turismo más profesional de China**

*Beijing- el día 26 y 27 de septiembre de 2015*

Es un evento coorganizado con Qyer

El Perú participó con un stand de promoción turística en el Carnaval de Qyer, la plataforma de turismo más grande y especializado de China.

La Oficina Comercial del Perú en Beijing (OCEX Beijing) presentó una exhibición de marinera norteña y se realizó una degustación de pisco sour para los visitantes. También se aprovechó la oportunidad para levantar información sobre las necesidades del turista chino, a través de cuestionarios relacionados con sus hábitos de viaje y sus preferencias de destinos peruanos.

El stand peruano fue uno de los más visitados. Se obtuvo 1, 000 rebotes del evento en Weibo (twitter chino) y 2 500 nuevos seguidores en las redes sociales de ese país, quienes a través de esa vía recibirán periódicamente información y noticias sobre los destinos turísticos en nuestro país.

Este año, participaron como expositores 12 países, entre ellos España, Japón, Corea del Sur, Francia y Dinamarca.

El stand de la Ocx Beijing recibió más de 8000 visitantes en los dos días del evento.

**3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES****3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos	N° de empresas peruanas promovidas
Convocatoria empresa SNPDR	1	-
Convocatoria empresa CRSC	1	-
Organización de citas para Proinversión en marco del roadshow de Inperú	8	-
<b>TOTAL</b>		



**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau****3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

- **Convocatoria empresa SNPDR**

Beijing – 22 de julio de 2015

La empresa SNPDR, State Nuclear Power Planning, Design & Research Institute del sector de energía tiene mucho interés en invertir en proyectos peruanos en el referido sector. Por otra parte, la empresa está evaluando de establecer una sucursal en Sudamérica. Se sostuvo una reunión con SNPDR en julio, para brindarle recomendaciones y orientación sobre su plan de inversión en el Perú. Durante la reunión, OCEX Beijing les presentó el ambiente de inversión, los proyectos en cartera y una guía general sobre las oportunidades de inversión en el Perú. También se está apoyando a la empresa para que establezca contacto con Proinversión.

- **Convocatoria empresa CRSC**

Beijing – 16 de julio de 2015

La empresa CRSC, China Railway Signal & Communication Corporation Limited, es una contratista especializada en proyectos de transporte público. OCEX Beijing presentó a la empresa los proyectos de metro línea 3 y línea 4. La empresa ha empezado a estudiar los documentos presentados e investigar materiales técnicos. Se está manteniendo el contacto con la empresa para que pueda participar en los proyectos mencionados.

- **Reuniones bilaterales para Proinversión en marco del Roadshow de Inperú**

Beijing – 11 de septiembre de 2015

El representante de Proinversión llegó a Beijing en el marco del Roadshow de INPERÚ y la OCEX Beijing organizó una agenda de reuniones bilaterales con 8 empresas inversionistas chinas y contratistas en sector de energía, infraestructura y transporte, así como también bancos.

Los proyectos que despertaron mayor interés son el metro línea 3 y línea 4, Suministro de energía de Nuevas Centrales Hidroeléctricas, Central Hidroeléctrica San Gabán 3 y el Ferrocarril Huancayo-Huancavelica.

OCEX Beijing está manteniendo contacto con las empresas para apoyarles en la posible participación a los proyectos.

**4. PROMOCIÓN IMAGENPAÍS****4.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Gestión de publicidad gratuita en contraportada de revista Voyage	900 000 lectores	1
Guía de viajes sobre Machupicchu y Amazonía	27 000 descargas	1
<b>TOTAL</b>	900 000	<b>2</b>

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
ExteriorDecenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau

## 4.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Gestión de publicidad gratuita en contraportada de revista Voyage**

La revista de turismo "Voyage" publicó en la contraportada de su reciente edición, una publicidad a página completa sobre la Amazonía peruana.

Esta publicación gratuita fue gestionada por la Oficina Comercial del Perú en Beijing (OCEX Beijing) con el respaldo de Promperú.

La revista "Voyage" <http://www.xinlvxing.com.cn/> es una publicación líder en el sector de revista de viaje de alto nivel, se distribuye en hoteles de lujo, restaurantes, salas vip de aeropuertos y estaciones de tren y clubes de golf.

Esta revista tiene un tiraje mensual de 900 mil ejemplares y su público objetivo son los CEOs y altos ejecutivos con visión internacional y la pasión por explorar el mundo. El costo de la referida publicidad a página entera en contraportada bordea los US\$ 82 000.

OCEX Beijing mantiene contacto frecuente con los medios de comunicación chinos especializados en turismo, brindándoles información sobre Perú en idioma chino y explorando nuevas vías de cooperación para la difusión de nuestro país.

- **Guía de viajes sobre Machupicchu, Cuzco y próximamente la Amazonía**

La plataforma Qyer, que cuenta con más de 40 millones de usuarios en China, también publica guías de viaje al estilo Lonely Planet, en junio de este año presentó una versión actualizada de la guía dedicada a Machupicchu y Cuzco <http://guide.qyer.com/machupicchu-and-cuzco/>. OCEX Beijing ha propuesto a la plataforma la publicación de una guía sobre la Amazonía peruana y facilitará para tal efecto la información necesaria para su elaboración.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el ámbito de la promoción de exportaciones, entre los mejores resultados del trimestre destacan los obtenidos por la participación de la delegación china en Expoalimentaria, en particular en la rueda de negocios organizada con el apoyo de ADEX y el equipo de la DGM OCEX. En ese sentido se recomienda replicar esa experiencia en futuras ediciones de Expoalimentaria y en las misiones comerciales grupales o individuales de importadores chinos que OCEX Beijing envíe al Perú. Brindar un espacio especial para la interacción de empresarios chinos y peruanos, con intérpretes a disposición, da buenos resultados.

Asimismo se recomienda exhortar la difusión de las actividades de las OCEX Asia entre los empresarios interesados en estos mercados, para generar sinergias que maximicen su inversión de viajes de negocio al Asia. La delegación peruana que participó en FVF es ejemplo de ello.

Con respecto al turismo e imagen país, con un pequeño presupuesto, se viene realizando el máximo esfuerzo para generar un mayor flujo de turistas hacia el Perú. El volumen negociado en la ExpoPerú Corea, por las 4 agencias de viaje chinas participantes grafica este esfuerzo. La principal demanda de los actores en el mercado turístico chino es tener citas de negocios con agencias de viaje peruanas, por lo que se recomienda exhortar a las agencias



PERÚ

Ministerio  
de Comercio  
Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de  
las Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú  
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

peruanas a explorar el enorme potencial del mercado chino.

Finalmente, en el ámbito de inversiones, sería conveniente contar con información sobre proyectos de inversión de los gobiernos regionales, a fin de difundirlos entre potenciales inversionistas, al igual como se viene realizando con la cartera de proyectos de Proinversión.