



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*

## INFORME DE GESTIÓN III TRIMESTRE OCEX DUBÁI

### 1 PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

#### 1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

- La evolución de las exportaciones no tradicionales del Perú a Emiratos Árabes Unidos (EAU) durante los últimos tres meses ha sido positiva en relación al mismo periodo del año anterior, donde cada mes evaluado en 2015 supera el nivel de exportaciones del mismo mes en 2014.

Entre los principales productos exportados se destacan: vidrios de seguridad, cápsulas fulminantes, uvas frescas, granadas frescas, entre otros.

#### **Principales oportunidades y amenazas registradas en el mercado durante el tercer trimestre:**

Oportunidades:

- Inauguración de 3 nuevos restaurantes peruanos, y 6 establecimientos más en proceso de apertura para los próximos seis meses: creciente demanda de productos peruanos.
- Desarrollo del sector orgánico, con un manifiesto interés de los importadores locales por alimentos frescos y secos de esta categoría provenientes del Perú.
- Anuncio oficial de la nueva ruta aérea sin escalas Dubai – Panamá: mayor conectividad con Latinoamérica.

Amenazas:

- Implementación de nuevos impuestos a ciertos productos y servicios: gasolina, agua potable, servicios de hotelería, servicios de mensajería, y otros, que encarecen el costo de vida.
- Receso de verano/ Ramadán: los meses de Julio, Agosto y Septiembre coinciden con el receso de verano y el mes de Ramadán: reducción en el consumo de alimentos.
- Regulaciones aduaneras independientes en cada emirato.
- Sistema de gobierno: al ser una monarquía absoluta, las reglamentaciones pueden cambiar de manera imprevista.

**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 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES<sup>1</sup>**

| Actividad                            | N° de Exportadores Apoyados | N° de Compradores participantes (Empresas) | N° de Productos/Servicios Promocionados |
|--------------------------------------|-----------------------------|--|---|
| Peru Service Summit                  | 8                           | 2  | 21                                      |
| Expoalimentaria                      | 50                          | 8  | 80                                      |
| Misión Comercial Alimentos y Bebidas | 15                          | 2  | 4                                       |
| Asia Fruit Logística                 | 6                           | 2  | 15                                      |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>71</b>                   | <b>14</b>                                  | <b>120</b>                              |

**1.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

- **PERU SERVICE SUMMIT**

*Lima – 06 al 10 de julio de 2015**Rueda de negocios para la exportación de servicios.*

Resultados:

- ✓ Envío de dos compradores destacados en el mercado local, interesados en empresas de Software e internacionalización de marcas de gastronomía respectivamente.
- ✓ Avances en la creación de una plataforma web, aun en conversaciones con proveedores de software.
- ✓ Exportación de recursos humanos: pre selección de personal para un restaurante peruano próximo a abrir.
- ✓ Artículos de decoración: conversaciones en curso para la exportación de la decoración del restaurante mencionado anteriormente.

- **EXPOALIMENTARIA**

*Lima – 26 al 28 de agosto de 2015**Feria de alimentos y bebidas, maquinaria, equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía.*

Resultados:

- ✓ Envío de 11 compradores de 8 empresas destacadas en el mercado (de los cuales sólo 3 contaron con beneficio P1 y 2 con beneficio P2).
- ✓ Reuniones gestionadas por la ODXB con 19 empresas peruanas, las cuales materializaron negocios en feria por un total de 4 contenedores conteniendo quinua, menestras, jalapeños, ajís, salsas, snacks, pulpa de frutas congelada, bebidas sin alcohol.
- ✓ Seguimiento y apoyo en la coordinación de reuniones adicionales surgidas en la feria.
- ✓ Negociaciones estimadas para los próximos 12 meses: US\$ 1,000,000.
- ✓ Ingreso de 10 nuevos productos al mercado por un valor estimado inicial de entre US\$ 66,000 al 100,000 al cierre de 2015.

<sup>1</sup> Son aquellas actividades en donde las ventas pueden ser medidas de forma directa; por ejemplo las ferias, misiones comerciales, agendas y ruedas de negocios, centros de distribución, otros.

**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***• MISION COMERCIAL – ALIMENTOS Y BEBIDAS***Lima, 26 de agosto al 2 de Septiembre de 2015**Gestión de citas comerciales y visitas a viñedos a una de las únicas 2 empresas emiratíes autorizadas para la comercialización de bebidas alcohólicas en EAU, que cuenta con 16 tiendas, además de puestos de venta de alta gama en el aeropuerto de Dubai. Asimismo es líder en el canal HORECA, habiéndose convertido en el proveedor principal de los restaurantes peruanos en operación a fecha.*

Resultados:

- ✓ Gestión de citas comerciales.
- ✓ Negociación en proceso para la importación de 10 nuevos tipos de pisco por un valor estimado de US\$ 33,000 en los próximos 6 meses.
- ✓ Negociación en proceso para el ingreso al mercado de nuevas bebidas alcohólicas peruanas: vino y cerveza.

**• ASIA FRUIT LOGISTICA***Hong Kong – 02 al 04 de setiembre de 2015**Feria internacional de productos frescos.*

Resultados:

- ✓ Gestión de reuniones entre 2 compradores de empresas destacadas en el mercado emiratí con 6 empresas expositoras en el pabellón peruano de la feria.
- ✓ Promoción de la oferta exportable peruana.

**1.2 OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

| Actividad   | Nº de Compradores Participantes | Nº de Exportadores Participantes |
|---|---------------------------------|----------------------------------|
| Fidelización de proveedores                                   | 10                              | N/A *                            |
| Fidelización de distribuidores / Promoción en puntos de venta | 4**                             | 9                                |
| <b>TOTAL</b>  |                                 |                                  |

\* En la fidelización de proveedores se promueve el consumo de productos peruanos con base a las necesidades del mercado. El número de empresas peruanas que serían beneficiadas no resulta definible.

\*\* 2 cadenas de supermercados reconocidas y 2 distribuidores locales, así como número de compradores individuales no medible.

**1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES****• FIDELIZACIÓN DE PROVEEDORES***Dubai – del 01 al 30 de setiembre**Reuniones con los principales distribuidores locales del sector alimentos y bebidas para promover el consumo de productos peruanos, dando a conocer la demanda del mercado y presentando potenciales fuentes de consumo mediante la interacción entre restaurantes-chefs peruanos e importadores locales.*

**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*

La actividad de fidelización demostró ser una herramienta positiva de promoción, generando contactos que han dado lugar al cierre de negocios en Expoalimentaria.

- **CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS PERUANOS**

*Dubai – del 04 al 26 de setiembre*

*Promoción de la quinua peruana en sus diferentes variedades y presentaciones en las tiendas de 2 cadenas de supermercados líderes, resaltando el origen peruano del grano como valor añadido.*

Durante la actividad promocional un chef incorporó los productos mencionados a platos típicos de la dieta emiratí, como el pan árabe, y platos con salsas tradicionales, brindado asesoramiento y degustación.

Se repartieron recetarios y se fomentó el consumo del producto, observándose un marcado interés en los consumidores en la compra.

### 1.3 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                | 4                         | 4                               | 1                         | 1                               |
| Agro                  | 43                        | 37                              | 47                        | 38                              |
| Manufacturas diversas | 7                         | 7                               | 4                         | 4                               |
| Pesca                 | 4                         | 4                               | 1                         | 1                               |
| Servicios             | 5                         | 5                               | 2                         | 2                               |
| Tradicionales         | 1                         | 1                               | 2                         | 2                               |
| <b>TOTAL</b>          | <b>64</b>                 | <b>58</b>                       | <b>57</b>                 | <b>48</b>                       |

## 2. PROMOCIÓN DE TURISMO

| Actividad         | Nº de empresas / operadores atendidos | Nº de participantes / personas atendidas |
|-------------------|---------------------------------------|--|
| Atención por mail | 4                                     | 4  |
| Reunión en OCEX   | 1                                     | 2  |
| <b>TOTAL</b>      | <b>5</b>                              | <b>6</b>                                 |

### ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Durante el tercer trimestre, no se efectuaron actividades relacionadas a turismo por no contar con presupuesto para ello.

La empresa de servicios turísticos KUSA Perú formó parte de la misión comercial organizada por la Confederación de Comerciantes del Perú (CONACO) el 22 de julio. Las empresas

**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*

acudieron a la OCEX y recibieron una orientación sobre la situación y oportunidades del mercado.

Las consultas recibidas y las reuniones realizadas se reflejan en los datos del cuadro previo.

### 3. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

#### 3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

| Actividad           | Nº de participantes /<br>personas atendidas | Nº de notas /<br>publicaciones en<br>medios |
|---------------------|---|---|
| Gastronomía         | 7   | 14  |
| Arte/Cultura/ Otros | 2   | 5   |
| <b>TOTAL</b>        | <b>9</b>                                    | <b>19</b>                                   |

#### 3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

El crecimiento exponencial del número de establecimientos que sirven comida peruana se ha visto reflejado en la prensa local, la cual ha cubierto positivamente en varias publicaciones nuestra gastronomía.

Las actividades del trimestre respecto a la promoción de la imagen se han centrado en el asesoramiento a los establecimientos, a los envíos postales y al contacto con los medios.

- **APOYO EN EL LANZAMIENTO DE NUEVOS RESTAURANTES PERUANOS - GARDEN**

*Dubai – Julio de 2015*

Siendo la gastronomía peruana parte importante de la imagen País, se apoyó al Director de operaciones y chef del restaurante Garden (cocina peruana tradicional) en la conceptualización del mismo: apoyo en la decoración y diseño de imagen.

Coordinación de reuniones con distribuidores locales para el abastecimiento de insumos.  
Apoyo en la difusión de la apertura y funcionamiento del restaurante.

- **APOYO EN EL LANZAMIENTO DE NUEVOS RESTAURANTES PERUANOS – POLLO POLLO**

*Dubai – Setiembre de 2015*

Asesoramiento general en la conceptualización del restaurante: apoyo en la decoración y diseño de imagen.

Coordinación de reuniones con distribuidores locales para el abastecimiento de insumos.  
Apoyo en la difusión de la apertura y funcionamiento del restaurante.

Asesoramiento para la introducción de Inca Kola en el menú como bebida emblemática del Perú.

- **ENVIOS POSTALES**



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*

*Dubai –Julio de 2015*

Envío postal en fechas especiales: Tarjetas de saludo por el mes del Ramadán (Marca País) y Regalos VIP con motivo del Eid.

- **ARTE**

*Dubai - 14 de Septiembre de 2015*

Primera exhibición individual en Dubai de Liz Ramos, artista Peruana residente en el emirato. La misma se realizó en FN Designs Gallery, en un destacado distrito de arte local.

La artista vendió 6 de sus obras en la noche de apertura.

#### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Los resultados positivos registrados en lo que va del año, con un crecimiento acumulado del 13% en las exportaciones no tradicionales, evidencian la lectura correcta de las oportunidades del mercado y la posición creciente del Perú como socio comercial.

Entre las principales recomendaciones para facilitar el logro de los objetivos planteados resaltamos:

- Revisar el proceso completo, desde la evaluación y aprobación de compradores hasta la emisión de los tickets, para las ferias realizadas en Lima. A pesar de presentar en tiempo y forma la información requerida para la evaluación respectiva, no se cuenta con respuesta oportuna que permita el avance en la gestión de citas y perspectiva del viaje, manteniendo el suspenso de disponibilidad hasta el último momento, lo cual debilita nuestra imagen ante terceros.
- Mejor y mayor promoción de las ferias de cada mercado entre las empresas Peruanas con la finalidad de poder tener mayor participación y presencia diversificada.
- Establecer un correcto filtro de las empresas exportadoras que solicitan apoyo informativo o comercial con el objetivo de canalizar una oferta exportable concreta, consistente y coherente.
- Con la finalidad de poder mejor estructurar las actividades del 2016 se requiere saber durante el presente trimestre la oferta exportable y capacidad exportadora para el próximo año.
- Planificación de sesiones informativas sobre las oportunidades y facilidades que brinda cada mercado dentro de la comunidad exportadora Peruana.
- Verificar el registro de las exportaciones peruanas, a fin de asegurar la clasificación exacta y completa de las mismas: según datos de las autoridades locales se estima en promedio cifras de ingreso de productos peruanos tres veces mayores a las mostradas por la SUNAT, provenientes de centros de acopio en España, EEUU y Países Bajos.
- En la misma nota, facilitar herramientas que permitan visualizar la ruta completa de las exportaciones previo al ingreso a su mercado destino.
- Manejar formatos uniformes, que se mantengan en el tiempo y que especifiquen con claridad la información que debe contener, a fin de que todos los reportes sean consecuentes con lo requerido y mantengan la uniformidad.