



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

INFORME DE GESTIÓN IV TRIMESTRE OCEX BRUSELAS

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

El mercado Belga es estacionario y descentralizado respecto a los productos de exportaciones priorizados. Dos productos que tienen una demanda sostenida son el cacao y el cinc los cuales tienen un peso específico.

Análisis

Aunque aún no tenemos cifras definitivas de las XNT del cuarto trimestre pues faltan las estadísticas de diciembre, el acumulado del valor FOB exportado de enero a noviembre es menor en 4,6% el 2015 respecto al 2014. Se espera una recuperación en el mes de diciembre debido a la estacionalidad que es propia de este mercado.

A pesar de este descenso, se puede apreciar un importante crecimiento en otros sectores vale la pena resaltar: en primer lugar, el crecimiento sostenido de las exportaciones de cacao. Desde un fuerte retroceso en el 2012, en el que se reportaron exportaciones de este producto por US 12 MM, hasta el mes de noviembre 2015 ya se han registrado exportaciones del orden de los US \$27 MM. Es decir el problema de la enfermedad de las plantas se va remontando. El sector agro registró en Noviembre un incremento del 59% con una importante presencia de los mangos y de los plátanos aparte de las compras de cacao ya mencionadas.

También hay un marcado crecimiento en nuevos sectores como por ejemplo el sector de maderas y papeles que viene creciendo sostenidamente en el 2015, habiendo registrado un incremento en noviembre del orden del 112% respecto al mismo mes del 2014.

El sector textil sigue retrocediendo, aún dentro de los niveles muy bajos que se arrastran desde hace ya varios años y que en este último trimestre se ha comenzado a trabajar para contrarrestarlo mediante el impulso del concepto alpaca y algodón Pima en las escuelas de diseño.

1.2. ACTIVIDADES

Empresas belgas contactadas que se acercaron al stand del Perú por iniciativa de la Ocx Bruselas:

**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**

N°	Empresas	Productos
1	Group Delhaize	cadena de Supermercados
2	Bertolli Tasting	Vinos y licores
3	Biotoop	Prodcutos BIO - Organicos
4	C'EST BIO	Prodcutos BIO - Organicos
5	Dame Nature	Prodcutos BIO - Organicos
6	DE KRUIDENTUIN	Prodcutos BIO - Organicos
7	NEUHAUS	Chocolate y productos derivadosE
9	Special Fruit	Frutas y productos derivados a base de frutas

La empresa belga BEAN WORKS, principal distribuidor europeo de granos tuvo importantes reuniones con las diferentes empresas peruanas exportadoras especialmente de quinua. Esta empresa ya tiene la representación a nivel de toda Europa para la empresa Villa Andina.

El Sr. Domien Decroos, representante del importante Grupo de Witte estuvo presente para coordinar una próxima visita al Perú para visitar principales plantas exportadoras de frutas con el fin de concretar su primer embarque en lo que resta del presente año. Esta visita se concretó en el mes de noviembre.

Por otro lado, gracias a la presencia de otros CEC europeos se pudo coordinar para promover la presencia y compromiso de participación en una próxima edición de EXPO PERU EUROPA en el 2016.

PERU MODA EUROPE – PARIS

Importantes logros como producto de nuestra gestión para este importante evento:

Se logró la participación de la Empresa NATAN proveedores de la Casa Real Belga. Pusieron entrevistarse con los exportadores de alpaca presentes. Se abren nuevas posibilidades y se fortalece la imagen.

Se obtuvo el respaldo de PROMPERU, via el Sr. Igor Rojas para el evento de promoción textil en escuelas de diseño. Nos ofreció enviarnos la tela de algodón PIMA.

DG SANCO – COMISIÓN EUROPEA

Se coordinó y apoyó la visita a la Dirección Sanitaria Europea SANCO para evitar que convirtieran la prohibición de la importación de moluscos sin eviscerar, de una restricción temporal a una permanente, lo cual fue logrado como se informó oportunamente. El 30 de noviembre 2015 la Comisión Europea publicó la nueva medida manteniendo su carácter temporal y resaltando los avances logrados por SANIPES.

**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**

Norma (denominación)	Conchas de abanico
Descripción (Qué barrera origina)	Prohibidas sin eviscerar
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Renuevan impedimento 30/11/2015
Acción realizada por la OCEX	Gestiones ante Dirección General SANCO. Coordinar visita de SANIPES.

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

La OCEX BRUSELAS ha identificado una gran oportunidad:

La compañía AVIANCA está promocionando desde el mes de diciembre viajes directos de Bruselas a Bogotá. Se está coordinando en la OCEX reuniones con la Embajada para que a nivel de Embajadores se sugiera extender los vuelos a Lima directamente desde Bruselas también. Esta medida, que desde ya la planteo para que la alta Dirección la canalice en los niveles correspondientes en Lima, tendría un enorme impacto. Se justifica comercialmente ampliamente pues, con la aprobación de la visa Schengen, muchos más peruanos viajarán a Europa y viceversa y Bruselas como Lima tienen ubicaciones estratégicas en sus respectivos continentes.

2.1. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

Se ha podido observar una intensa campaña de PROCHILE en la promoción de sus vinos en los supermercados. Además están introduciendo el "pisco" chileno en restaurantes emblemáticos. Se ha identificado un restaurante fashion donde, después de intercambiar sugerencias con la embajada se está pensando desarrollar un evento especial: un seminario sobre el pisco para bartenders belgas y una "Noche de Pisco" en dicho lugar. En las próximas semanas nos reuniremos con la gerencia del restaurante para adelantar conceptos.

Por otro lado, continúa la Oficina de Turismo de República Dominicana con mucha presencia publicitaria promoviendo Santo Domingo como destino Turístico con bastante éxito. Es necesario invertir en este sector de promoción y tenemos campañas que se han comenzado a delinear en colaboración con líneas aéreas y operadores.

2.2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
FERIA ANUGA	24	9 se acercaron al stand	Frutas y Pesca
Contactados		(+ de 100)	
TOTAL		30*	

**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****2.3. 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	1		1	
Agro	3	3		
Artesanías	1	1		
TOTAL	4	4	1	

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

Coordinaciones de Preparación vista de comitiva de PROINVERSION para Febrero 2016 para promover Concurso Público de HIDROVIA AMAZONICA.

4. CONCLUSIONES

En la actividad promocional del cuarto trimestre resaltan la Ferian ANUGA y Peru moda Europa que, como ya se ha descrito, significaron importantes avances. En los sectores de alimentos y textil. Por otro lado se ha podido comprobar que las acciones de promoción directa de conservas de anchoa han tenido un impacto sumamente importante. Las exportaciones han aumentado de 130,000 dólares en el 2014 a US \$1,090,000 en el 2015. Es resaltante pues la preparación de las anchoas en el formato importado es un proceso complejo y largo lo que significa que la calidad ha sido alcanzada a los estándares de exigentes compradores y distribuidores del BENELUX.

En el sector textil se ha logrado captar el interés de la firma NATAN. Además se han consolidado los acuerdos con Magriffé para el evento que venimos desarrollando con jóvenes diseñadores que ya comenzaron a trabajar aprendiendo las técnicas de tejido necesarias para llevar adelante el proyecto.

Evidentemente nos enfrentamos a una situación complicada de carácter mundial con la desaceleración de la economía. Pero Bélgica es uno de los países europeos que mejor está atravesando esta difícil coyuntura. Las compras renovadas de cacao, de las anchoas y de las frutas como el plátano, los mangos, las uvas y las paltas, así como un incremento en la compra de granos como la quinua permiten una base para sostener con buenos resultados el esfuerzo de promoción comercial de la OCEX BRUSELAS para los próximos meses.