



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 ESTAMBUL

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

* Análisis del comportamiento de las exportaciones no tradicionales del Perú al mercado de destino para los últimos tres meses disponibles.

Las exportaciones totales a Turquía en el periodo enero – noviembre 2015 disminuyeron en 22.0% en comparación con el mismo periodo del año anterior, pasando de USD 40.97 millones a USD 31.82 millones. Tanto las exportaciones tradicionales (XT), como las no tradicionales (XNT) cayeron, las primeras en 18% pasando de USD 15.6 millones a USD 12.8 millones, mientras que las XNT se redujeron en 25% pasando de USD 25.3 millones a USD 18.9 millones.

En el trimestre setiembre – noviembre 2015 las exportaciones no tradicionales se redujeron en 56.8% pasando de USD 10.7 millones a USD 3.9 millones. Esta reducción se debió principalmente a la caída en el sector sidero metalúrgico, en donde las exportaciones de cinc pasaron de USD 5.8 millones a USD 4.6 millones (-21.5%). Otros productos que disminuyeron en el periodo son: Demás frijoles de USD 203.6 mil (-32.9%), Alcachofas en conserva de USD 219.7 mil a USD 126.5 mil (-42.4%) y Carmín de USD 164 mil a USD 61.9 mil (-62.3%). Otros productos que incrementaron su participación en el periodo de análisis fueron Quinua que paso de USD 135.6 mil a USD 684.8 mil (404.7%), Tara en polvo de USD 27.5 mil a USD 96.1 mil (249.2%).

Identificación de nuevas oportunidades y amenazas registradas en el trimestre de evaluación. Dentro del sector alimentos se mantiene la tendencia a consumir alimentos saludables y nutritivos como la quinua, chíá, kiwicha y productos similares, También a consumir snacks saludables como maíz gigante entre otros. Otras tendencias dentro del sector alimentos y de cosmética es la utilización de insumos naturales como colorantes naturales.

Entre las amenazas que presenta el mercado turco, se ha podido identificar la formación de una Asociación de Productores de Quinua que esta abasteciendo de semilla de quinua (procedente del Perú) a productores agrícolas. Esto podría generar una reducción de importaciones provenientes de Perú, que se han incrementado sustancialmente en el 2015 y cuya tendencia de consumo tiende a crecer en el mercado turco. Otra amenaza que se presenta es el incremento de la devaluación de la lira turca que encarece las importaciones y reduce su demanda.

1.2. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

Detallar las acciones creativas, nuevas o aquellas que se vuelven una práctica frecuente de las agencias comerciales competidoras.

PROCOLOMBIA – Colombia
Agendas a exportadores

**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**

Importadores y exportadores

Productos manufacturados

La representante comercial de ProColombia trabaja específicamente en base a proyectos y una selección de productos, en donde tiene que certificar las importaciones que se han efectuado de esos productos.

PROMEXICO

La función más importante desempeñada por el representante comercial es la de promoción de inversiones.

1.3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹

Se requiere completar el Anexo 1: Directorio de empresas atendidas.

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
Feria Premiere Vision	1	3	2
Istanbul Coffee Festival	2	14	1
Feria Cosmetics Ingredients	4	52	10
TOTAL	7	69	13

1.3.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

PREMIERE VISION: Feria especializada en telas, hilados y accesorios para la industria textil. Desarrollada en Octubre 21-23, 2015. Participo la empresa INCALPACA con telas de alpaca y accesorios. De acuerdo a los resultados mencionados por la empresa se cumplieron los objetivos de identificación de nuevos contactos; conocer la competencia, niveles de precios vigentes y las tendencias del mercado.

ISTANBUL COFFE FESTIVAL: Festival de café desarrollado en Octubre 22-25, 2015 en la que participaron las empresas SANAWASÍ GROUP SAC Y HVC EXPORTACIONES SAC. Ambas empresas presentaron cafés especiales de diferentes regiones del país. Sanawasi menciona que el festival cumplió con las expectativas de la empresa de medir y evaluar las preferencias de los distribuidores, clientes y promocionar el producto. HVC Exportaciones prefirió no estimar un monto determinado al no tener un importador definido en el mercado. Menciona que el café de Perú es nuevo en el mercado y es por eso que la demanda por este café recién se esta iniciando.

¹ 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 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**

COSMETICS AND HOME CARE INGREDIENTS: Feria de ingredientes para la industria cosmética y cuidado del hogar, desarrollada en Noviembre 12-14, 2015. Se exhibieron muestras de las empresas CANDELA, MG NATURA, GB CORP Y DERBIOTEC. Los productos que los visitantes mostraron más interés fueron: Aceites orgánicos de sachá inchi, buriti (aguaje), nuez del Brasil, goma de tara. Adicionalmente, se solicitaron aceites esenciales para perfumes y fragancias.

Prospecciones de Ferias:

FERIA ZUCHEX: Feria de accesorios para el hogar, artículos de decoración, regalos y aparatos eléctricos, desarrollada en Octubre 01-04, 2015. Las empresas expositoras presentaron productos de las siguientes categorías: Cristalería; Artículos del hogar; Vajilla; Accesorios de cocina; Regalos; Tejidos para el hogar; Plásticos; Porcelana; Cerámica; productos de acero inoxidable; Muebles de decoración; Accesorios para el baño; Lámparas y pequeños artefactos eléctricos. Número de expositores alrededor de 700 empresas y alrededor de 32,000 visitantes profesionales entre compradores y proveedores de Turquía y otros países de la región de los Balcanes, Medio Oriente y Norte de África. Los compradores asistentes representan a empresas importadoras, exportadoras, productores y distribuidores, hoteles, entre otros.

Recomendación: La diversidad de la oferta presentada con diversos estilos y calidades hacen que esta feria sea un lugar adecuado para la participación de empresas peruanas con artículos de cerámica, artículos de vidrio pintado, pequeños muebles pintados, artículos de madera de olivo con aplicaciones de tipo utilitario, entre otros productos de nuestra oferta exportable que consideramos pueden ser de interés para los importadores y distribuidores de este tipo de productos que están buscando nuevos productos y diseños de calidad con precios competitivos.

FERIA FRANCHISING & BRAND DEALERSHIP: Feria de franquicias desarrollada en Octubre 15-18, 2015. Número de expositores alrededor de 350 marcas principalmente nacionales y algunas internacionales. En la presente edición el país invitado fue Malasia que participo con 12 empresas de la Asociación de Franquicias de Malasia. Las empresas expositoras presentaron productos de las siguientes categorías: Alimentos y bebidas: Cafeterías, Comida rápida turca (Kumpir, doner, kofte, simit), Pastelerías y chocolaterías; Pollo a la parrilla; Empresas Inmobiliarias; Cuidado Personal y Perfumería; Servicios; entre otros. Número de asistentes: más de 27,000 potenciales inversionistas de Turquía y otros países de la región de los Balcanes, Medio Oriente y Europa.

Recomendación: La gran presencia de franquicias alimenticias exhibidas y la apertura que en la actualidad presenta el consumidor turco por nuevas experiencias gastronómicas, permite concluir que sería una buena forma de promover las franquicias gastronómicas peruanas.

31 CONVENCION INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA MODA: Foro desarrollado en Octubre 13-15, 2015 en donde se analizó la situación de la industria a nivel internacional. Algunas conclusiones obtenidas del Foro:

La industria de la vestimenta esta atravesando por una serie de cambios y enfrenta una serie de desafíos en el mercado internacional. El tema de la conferencia 'Hacerlo mejor' presento una serie de casos y ejemplos de diferentes marcas y empresas que están trabajando en innovación, diseño, incremento del valor agregado e internacionalización de las marcas y empresas de diferentes países.

**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**

Las mayores regulaciones y requerimientos que la industria presenta, requieren de la colaboración entre las empresas para poder cumplir con ellas. El tema de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad son cada vez más importantes y deben ser incorporados por las empresas productoras.

El desarrollo de productos con mayor valor agregado que incorporen diseño y la internacionalización de las marcas y diseñadores, permite la diferenciación del producto en el mercado y un mejor precio. Para ello, algunos países están otorgando incentivos a su industria que les permita competir mejor en el mercado internacional.

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			1	1
Agro	13	9	28	15
Manufacturas diversas	4	2	5	3
TOTAL	17	11	34	19

2. PROMOCIÓN DE INVERSIONES**2.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS****2.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

G20 / OECD GLOBAL FORUM ON INTERNATIONAL INVESTMENT 2015: En Octubre 5, 2015 se desarrollo el Foro Global sobre Inversiones Directas Extranjeras dentro de una reunión conjunta de representantes del G20 y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) en Estambul.

El programa del Foro fue el siguiente:

1. Opciones Políticas para reavivar el retorno de las inversiones.
- 2, Nueva Generación de Acuerdos de Libre Comercio – hacia políticas de comercio y de inversión mas coherentes o mayor fragmentación?
3. Las Multinacionales en las Cadenas de Valor Globales: implicaciones y respuestas de política en relación a comercio e inversión.
4. Asegurando coherencia de políticas entre comercio e inversión.

Los expositores del Foro fueron principalmente ministros del G20 y representantes de organizaciones y países de la OECD, quienes expusieron sus puntos de vista y acciones tomadas para atraer inversiones en sus países.

SEMINARIO DE INVERSIONES DE LA ALIANZA DEL PACIFICO EN EL BUYUK KULUP: El seminario se desarrollo el 8 de diciembre, 2015 en Estambul en el Buyuk Kulup, exclusivo Club de Estambul creado en 1882, que cuenta entre sus miembros con ejecutivos de empresas, políticos,



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**

diplomáticos, entre otros. El objetivo del evento fue informar a los miembros del mencionado Club sobre las oportunidades de comercio y turismo en la Alianza del Pacífico. Asistieron alrededor de 50 personas al evento. Entre las acciones a seguir se acordó el publicar un artículo sobre la Alianza del Pacífico en la revista del Club para distribución entre todos los miembros.

3. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

3.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Festival Gastronómico en restaurante OPS Passage		18
Semana del Perú en Universidad Ozyegin		
Muestra gastronómica en Feria SIRHA		
TOTAL		18

- **FESTIVAL GASTRONOMICO EN RESTAURANTE OPS PASSAGE:** El festival gastronómico se desarrolló en Octubre 13 – 17, 2015 en el restaurante OPS Passage de Karakoy en Estambul. El chef Roberto Segura, que trabaja en Dubái, desarrollo una carta especial de 6 platos para el festival que fue auspiciado por la OCEX Estambul. La participación del chef peruano así como de los platos preparados para el evento y de la comida peruana en general, tuvieron una buena cobertura en los diferentes medios de comunicación. Varios reporteros especializados en gastronomía fueron invitados a participar en el evento.
- **SEMANA PERUANA EN LA UNIVERSIDAD OZYEGIN:** En Noviembre 16 – 20, 2015 se desarrolló la actividad “Semana del Perú” en la Universidad Ozyegin de Estambul. Dentro de la Universidad se encuentra el Departamento de Gastronomía y Artes Culinarias que alberga Le Cordon Bleu Turquía. El programa desarrollado durante la semana fue:
 - Presentación sobre cultura y turismo a cargo del consejero comercial el 16 de Noviembre.
 - Muestra de fotografías y videos de 3 fotógrafos turcos que han viajado y recorrido el Perú.
 - Exhibición de la película peruana "El Premio", que fue prestada por esta OCEX.
 - Gastroshow de comida peruana a cargo del chef Bruno Santa Cruz y del chef Eric Germanaguez (chef francés que trabajo 8 años en Le Cordon Bleu de Perú). Esta actividad se desarrolló el 19 de noviembre.
- **MUESTRA GASTRONOMICA PERUANA EN LA FERIA SIRHA:** La feria SIRHA especializada en alimentos y bebidas para el sector HORECA y de Gastronomía, tuvo un área donde Le Cordon Bleu Turquía presento una muestra gastronómica peruana a cargo del chef Eric Germanaguez. A esta actividad participo el Embajador Peruano en Turquía y demás representantes diplomáticos peruanos en Turquía, así como reporteros especializados en gastronomía. Los organizadores de la Feria SIRHA están muy interesados en



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**

presentar a chefs peruanos y desarrollar una actividad gastronómica en la edición 2016 de la feria.

4. CONCLUSIONES

En el cuarto trimestre del año se han desarrollado una serie de actividades de promoción participando tanto en ferias especializadas de sectores como café, insumos para la industria cosmética y telas de alpaca, así como en actividades gastronómicas para la promoción de la imagen país. Por el lado de inversiones se ha participado en seminarios de promoción en Estambul y se ha asistido a Foros de Inversión internacional, remitiendo información sobre estrategias seguidas por diferentes países para atraer inversión directa extranjera. Por otro lado, se participó en la Convención Internacional de la Industria de la vestimenta y se envió información sobre la situación actual de la industria y acciones que están tomando los países para incrementar las exportaciones de confecciones textiles con mayor valor agregado.

Es necesario apoyar a las empresas exportadoras para que puedan participar en ferias especializadas y en misiones comerciales. El contacto directo es la mejor forma de establecer negocios en el mercado turco.