



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 II TRIMESTRE 2016 OCEX TOKIO

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

1.1.1 Antecedentes

Japón, tercera economía del mundo, está dentro de los diez países que lideran el comercio internacional de mercaderías que concentran el 52% del comercio mundial del 2015 lo que refleja su importancia estratégica en las políticas de promoción comercial.

Sin embargo, este país está muy expuesto a los cambios en la economía mundial, principalmente en China, Comunidad Europea, EEUU y recientemente el Reino Unido. Debido a su alta dependencia en el sector exportador, las recientes crisis lo han afectado negativamente.

Un tema preocupante, no solo para Japón, ha sido el valor actual del dólar tranzado en las exportaciones mundiales de mercancías que disminuyó en un 13 por ciento en 2015, que restó competitividad a las exportaciones peruanas al ser más costoso el producto importado.

El Yen no estuvo ajeno pero su contracción fue aún mayor con lo cual los precios de los productos exportados se contrajeron en valor de la moneda norteamericana o simplemente salieron del mercado al no ser competitivos o ser reemplazados por productos sustitutos de menor costo.

La fragilidad del comercio en 2015 se debió a una serie de factores, incluyendo una desaceleración económica en China, una severa recesión en Brasil, el desplome de los precios del petróleo y de otras materias primas, y la volatilidad del tipo de cambio. Por ello la demanda de importaciones se desaceleró en Asia en general y en las economías. El panorama para el resto de este año en su conjunto se mantiene moderado. Ello debido a la contracción del 1% de las importaciones de Japón de marzo del 2016 que ha sido su mejor registro desde enero del 2015, pero que mantiene un decrecimiento de las importaciones negativa en -9%. Cabe señalar que en el 2015 este índice cayó en un -20%.

La economía ha experimentado recientemente episodios de recesión, debido al enfriamiento económico mundial, las catástrofes naturales que afectaron al país y, en 2014, debido al golpe del alza del IVA. En 2015, el crecimiento se mantuvo apagado (0,6%), estimulado por el comercio exterior y el consumo público. Debiese repuntar ligeramente en 2016, gracias al dinamismo de las exportaciones y el consumo privado. Una muestra es el cuadro abajo mostrado y que muestra la baja proporción (10% vs 49% de la Unión Europea) en las exportaciones mundiales de automóviles (sector de alto impacto económico) así como su tasa de decrecimiento del -6%.

En general el comercio se ha venido debilitando en los últimos años y si bien Japón, junto con EEUU, Alemania y China continúan siendo los líderes en valor tranzado de exportaciones e importaciones, la contracción sigue siendo notoria desde el 2013.

En 2014, se acentuaron las dudas sobre las "abnomics", reformas económicas conducidas por el primer ministro Shinzo Abe, que incluían una reactivación presupuestaria, flexibilidad monetaria y reformas estructurales. El crecimiento siguió siendo débil, el riesgo de deflación se mantuvo y la



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”

deuda pública aún es elevada (superior a 245% del PIB). La consolidación presupuestaria sigue siendo un desafío esencial para el país, que desea que la deuda siga nuevamente un camino sostenible.

Para ello, el gobierno reafirmó en junio de 2015 su deseo de alcanzar un excedente primario de aquí a 2020. Un plan de urgencia fue anunciado en noviembre de 2015, en el que se previó un alza de 3% del salario mínimo, medidas de apoyo (como la extensión del acceso al seguro de cesantía y una ayuda a los jubilados) y la facilitación de procedimientos administrativos para incitar a las pymes a invertir. Además, se concluyó un acuerdo de principio en octubre con respecto al acuerdo transpacífico de libre comercio, cuya apuesta es armonizar las normas al reducir los derechos de aduanas y compensar la influencia cada vez mayor de China. El envejecimiento de la población y las tensiones políticas con China y Corea del Sur son una fuente de preocupaciones.

El desempleo, que aumentó como consecuencia de la crisis, bajó a un 3,5%.

En el sector alimentos Japón tiene un alta dependencia y requiere de fuertes volúmenes de importación, sin embargo estas han vando decreciendo considerablemente como se observa en el cuadro A14

1.1.2 Actualidad

En el primer semestre del 2016 la economía japonesa continuó luchando por incrementar las exportaciones intentando mantener un tipo de cambio depreciado que sin embargo, y principalmente debido a externalidades, resultó en una apreciación del 18.6%

Ello es positivo y mejora la competitividad de las exportaciones peruanas pero en detrimento de la capacidad de gasto de consumo ya que implica que los productos exportados por Japón son aún menos competitivos y prosiguen los cierres de plantas mudándose principalmente a otros países del sudeste asiático y México.

A mayo del 2016 las importaciones de Japón disminuyeron en un 13,8 % con respecto al año anterior registrando 17 meses de contracción consecutivos. Con respecto a sus principales socios comerciales:

- China -9,7%
- Hong Kong -16,2%
- Taiwán -5,8
- Corea del Sur -21,4%
- Tailandia -10.4%
- Malasia -20,0%
- EE.UU. -8,5%
- Rusia -26,0%
- UE -1,5%
- Oriente Medio -30,7%
- Sudáfrica -28,4%

Las importaciones se redujeron para la mayoría de los sectores:



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”

- Combustibles minerales -33,5%
- Alimentos -8,9%
- Materias Primas -18,9%
- Productos Químicos -6,3%
- Manufacturas -13,5%
- Maquinaria -6,7%
- Maquinaria Eléctrica -9,1%
- Otros -3,8%

En el aspecto comercial, es un mercado que, a pesar de lo antes mencionado, es muy atractivo para los productos peruanos de exportación no tradicional, principalmente de los sectores alimentos, textiles y confecciones, químico y cafés especiales.

El consumidor es altamente exigente en aspectos de calidad del producto, presentación, punto de venta, trazabilidad, valor nutritivo, aporte a la salud y a una dieta balanceada, inocuidad y respaldo del vendedor (en caso de reclamos).

El PBI per cápita de USD 32.481(estimado) lo coloca dentro de los más altos del mundo, aunque registra un fuerte retroceso en la moneda norteamericana debido a la depreciación de la moneda local.

1.1.3 La Cultura japonesa en el ámbito de los negocios

Orientados al grupo

Tradicionalmente, en la sociedad japonesa, el individuo forja su identidad en función de la pertenencia a un grupo (familia, escuela y compañía). Por ello, es frecuente que los japoneses de negocios cuando entablan relaciones comerciales, por primera vez, con otros empresarios, mencionan el nombre de la compañía en el que laboran antes que su nombre.

Jerarquía

En la cultura japonesa, la concepción de grupo y las relaciones jerárquicas son esenciales en la sociedad y los negocios. Esta pauta cultural tiene sus fundamentos en el confucionismo, pensamiento que sostiene que las personas se ordenan de forma vertical. De esta manera, se establecen relaciones jerárquicas como las siguientes: cliente (superior) y vendedor (inferior), oficina principal (superior) y sucursal (inferior), jefe (superior) y subordinado (inferior), sénior o persona con más antigüedad en la compañía (superior) y júnior (inferior).

Al respecto, cabe mencionar que esta jerarquía, en los negocios japoneses se manifestaba en función de la antigüedad laboral, la cual -en el pasado- era un criterio importante para los ascensos; situación que recientemente, por los efectos de la globalización y la competencia, está siendo reemplazada por la meritocracia.

Corrección para hacer las cosas



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”

El concepto de “kata” proviene del shintoísmo, religión que profesa valores prácticos que consisten en hacer algo de forma correcta. Para los japoneses, la forma y el proceso de hacer las cosas reviste tanta importancia como los resultados, a diferencia de la creencia en Occidente, donde los hombres de negocios centran su atención solo en los resultados.

Comportamiento situacional

El comportamiento de los japoneses de negocios puede variar dependiendo de muchos factores, tales como el lugar, el rango o el estatus de las otras personas con quienes tratan; así como de la relación de ellas con los interlocutores de Occidente.

Muchas veces, ese diferente comportamiento situacional se puede prestar a malentendidos, pero deben ser resueltos en su contexto.

Comunicación con un fondo común

Los japoneses son relativamente homogéneos, esto se debe al hecho de compartir una larga historia de valores comunes y creencias transmitidas generacionalmente, y recibir una educación altamente estandarizada. Gracias a esto, la comunicación tiene un fondo común, que permite abreviar las expresiones y resultar de por sí muy efectiva. Un dicho japonés resume este hecho: “Escuchar uno, entender diez”. El silencio también puede tener gran significado.

Mentalidad a largo plazo

El desarrollo japonés se ha impregnado de una filosofía orientada a los resultados a largo plazo antes que a corto plazo. Se trata de un estilo donde las decisiones empresariales están orientadas más al crecimiento e internacionalización de las empresas que a la rentabilidad de estas.

1.1.4 Identificación de nuevas oportunidades y amenazas registradas en el trimestre de reporte

Oportunidades:

Se detectó oportunidades de mercado en productos nuevos como la palta congelada y fresca, fresas congeladas, aceite de coco, chia, nuez de sacha inchi (snack), cacao, aceite vegetal usado (como insumo de biofuel), espárrago en conserva, kiwicha, uña de gato, café, T-Shirts, vestidos, camisas y otras prendas de algodón y ropa de niños, calamar (lorigo), tilapia, langostino (vanamei), pepino de mar, pulpo, sardinas, anchoas, locos, polímeros de estireno, aceite de limón, óxido de zinc, peluches, entre otros.

Amenazas:

- Pérdida de competitividad por reducción del poder adquisitivo.
- Recesión económica



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”

- Exportadores que no cumplen los contratos, en especial en lo referente a calidad y plazos de entrega. Ello no solo perjudica la imagen del exportador, también recae en general sobre todas las exportaciones peruanas de dicho rubro.
- Desconocimiento de la reglamentación sanitaria y de insumos agroquímicos y preservantes artificiales permitidos de ser usados.
- Fuerte competencia de países asiáticos en el mercado textil y confecciones.

1.1.5 Nuevas tendencias identificadas, segmentación de mercado, etc.

Japón tiene la esperanza de vida más alta del mundo. El porcentaje de personas mayores de 65 años es del 23,1%. Además y debido a la influencia de la tasa de natalidad decreciente y el envejecimiento de la población, se espera que el porcentaje aumentando en el futuro.

Debido a que muchos adultos mayores presentan enfermedades relacionadas con el estilo de vida, tales como la hipertensión, afecciones al corazón, diabetes y obesidad, la demanda de alimentos naturales y suplementos para el mantenimiento de la salud es cada vez mayor.

Dentro de los productos naturales requeridos, el segmento de mercado para productos con alto contenido nutritivo y revitalizantes es el más importante, por ello productos como la quinua y en genera los granos andinos, la maca, la algarrobina presentan oportunidades de mercado, algunas más complejas debido al conocimiento o desconocimiento del producto. La quinua ya es cada día más conocida, sin embargo la maca sigue estancada tan solo como vigorizante viril y no se conoce aún las ventajas del algarrobo.

Le sigue los productos para el cuidado de la piel (damas) teniendo particular importancia aquellos productos naturales peruanos que permiten el “blanqueo” de la piel, atributo altamente demandado.

También aquellos relacionados con la prevención y curación de enfermedades tal como el chanca piedra, uña de gato, granos andinos, maíz morado (Antocianina), aceite de Sacha Inchi, Camu Camu entre otros.

Es importante señalar que el consumidor final de estos productos marca una notoria preferencia por los productos manufacturados en Japón, dándole la certeza y seguridad que los atributos buscados serán cumplidos por los artículos ofrecidos en los puntos de ventas. Por ello, la mayoría de los productos naturales y suplementos dietéticos son importados por grandes y medianas (especializadas) traders quienes luego los venden a la industria farmacéutica o a las empresas manufactureras proveedoras de esta.

**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”

1.1.6 REGULACIONES DE ACCESO

Como parte de sus actividades de inteligencia comercial y oportuna difusión a los exportadores esta OCEX realiza un constante monitoreo de la legislación local referente a limitaciones, prohibiciones, normativa legal y otros que afecten o puedan afectar las exportaciones peruanas.

Abajo se adjuntan las principales incidencias de este trimestre:

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para pesticidas: Bicyclopyrone
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Maíz con niveles superiores a los establecidos por la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none"> • http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?id=12&vm=2&re= • http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html • http://www.ffcr.or.jp/zaidan/FFCRHOME.nsf/pages/MRLs-p

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para pesticidas: Ethofumesate
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Productos lácteos con niveles superiores a los establecidos por la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none"> • http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html • http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/

**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)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para pesticidas: Fluazifop-butyl
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Productos lácteos y productos cárnicos de aves, que contengan niveles superiores a los establecidos en la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none">• http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html• http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para pesticidas: Isopyrazam
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Banana, Productos avícolas (carne) y Productos lácteos con niveles superiores a los establecidos por la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none">• http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html• http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para drogas veterinarias: Erythromycin
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Productos lácteos y productos cárnicos de aves, que contengan niveles superiores a los establecidos en la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none">• http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/



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”

- <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html>

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para drogas veterinarias: Flumethrin
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Productos lácteos y productos cárnicos de aves, que contengan niveles superiores a los establecidos en la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none">• http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/• http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para drogas veterinarias: Metoclopramide
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Productos lácteos y productos cárnicos de aves, que contengan niveles superiores a los establecidos en la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none">• http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/• http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para drogas veterinarias: Piperazine
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Productos lácteos y productos cárnicos de aves, que contengan niveles superiores a los establecidos en la norma japonesa.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores



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”

Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none"> http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/ http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html
-----------------------------	--

Norma (denominación)	Establecimiento del Límite Máximo de Residuos para pesticidas: Vedaprofen
Descripción (Qué barrera origina)	Restricción en la importación de: Productos cárnicos en general.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Fecha de publicación: 17 de junio de 2016 Fecha de entrada en vigencia: 01 de julio de 2016
Acción realizada por la OCEX	Remisión de informe técnico y comunicación a asociaciones de productores
Enlace de acceso a la norma	<ul style="list-style-type: none"> http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/food/ http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/residue/index.html

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Uno de los objetivos de la OCEX Japón es el de contribuir a consolidar y lograr una mayor diversificación y penetración de mercados y productos.

En este punto no se puede correlacionar lo actuado en el primer trimestre con los éxitos logrados ya que en la mayoría de casos, son procesos largos de conversaciones, reuniones, e intercambio de información que asegure a los importadores japoneses que las contrapartes peruanas cumplirán sus requisitos de calidad, logísticos, y por sobre todo, desarrollen un vínculo de confianza con su par en Perú.

Por ello en los primeros cinco meses del 2016 se ha registrado importantes crecimientos en los sectores priorizados: y algunos decrecimientos que han sido menores a los experimentados por el resto de países exportadores al Japón.

Además es muy importante resaltar que rubros como el pesquero y textil los productos son comprados por empresas japonesas pero enviados a terceros países para ser maquilados, transformados, deshidratados o confeccionados.

También hay que resaltar que si bien el fenómeno de El Niño no fue lo grave que se pensó, si afectó negativamente con baja productividad del sector agrícola y capturas marinas muy por debajo de



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”

sus estándares. Esto, al regularizarse el 2017 nos hace prever una recuperación importante en dichos sectores muy importantes de nuestras exportaciones no tradicionales y con fuerte trabajo de promoción en Japón.

Es de resaltar el incremento en las exportaciones de Estaño al Japón gracias a contactos directos y citas programadas por esta OCEX entre el señor Naoki Takamiya de la empresa CBC Co., Ltd y altos funcionarios de la minera Minsur, incluido su presidente el señor Fortunato Brescia.

En el rubro café cada vez más se consolida el producto peruano y ha registrado un incremento del 221.3%. Sin embargo, esta OCEX considera que hay que continuar e intensificar las exportaciones de dicho grano y tiene planeado prospectar en octubre la feria Specialty Coffee Conference and exhibition 2016 del 28 al 30 de setiembre.

También hay que indicar que en el período en evaluación no se registran exportaciones de palta Hass debido a un retraso de la parte peruana (Prohass) en definir la fecha de visita del inspector del MAFF requerida por el protocolo recientemente aprobado con gestión de esta OCEX.

A continuación los principales productos que crecieron en los primeros cinco meses del año 2016.

• **Visitas efectuadas y recibidas para promover la exportación de productos y servicios peruanos:**

- ◆ J-trading inc., Sector Pesca, Producto Anchoqueta, carnada. Contactos: Jiro Kambe CEO, Yuko Nakamura
- ◆ Clara Online, Inc., Sector Servicios, Animación Digital, Promoción Peru Service Summit Contactos: Kentaro Iemoto Presidente y CEO
- ◆ NEXT ANIMATION STUDIO JAPAN., Sector Servicios, Animación Digital, Promoción Peru Service Summit. Esteban Miyashiro, Country Manager & IT Director
- ◆ REDLINE, Sector Agro, Agronegocios diversos, Café. Contactos: Sho Hirose, Arisa Miura
- ◆ TOYOTA TSUSHO CORPORATION, Sector Trading Internacional, Fresa Congelada. Contactos: Masayuki Fujii, Project General Manager. Hiroki Himura Grop Leader.
- ◆ ITOCHU Corporation, Sector Trading Internacional. Contactos: Shigeki Takeuchi Section Manager, Banano, piña, uva, mandarina. Daiki Ideta, Project Leader, high pressure avocado. Hiroki Yamakoshi, Cebolla. Michihiro Nakazawa, Zapallo



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”

- ◆ KANEMATSU CORPORATION, Sector Trading Internacional. Contactos: Koichi Nishimura, General Manager, Espárrago congelado. Contactos: Yuta Baba, Langostino. Koichi Abe, Manager, Congelado y high pressure avocado. Osamu Kishida, Assistant Manager, Uva congelada. Tomoyasu Noguchi, Coffee Trader, Licensed Q Grader, Café. Masatoshi Aoyama, Manager. Maiz gigante
- ◆ Leasing Corporation, Sector Finanzas, Ofrecimiento de servicios de leasing a empresas exportadoras. Tomoki Sakai, Manager. Shigeru Kondo General Manager
- ◆ Kyokuyo Co., Ltd., Sector Pesca. Contactos: Ken Sakai, Director & General Manager, Pescado congelado. Shigeru Kondo, General Manager, Langostino. Taketoshi Inoue, Manager, Pota. Ryouji Murata, Manager, Pescado congelado. Hiroshi Kurihara, Manager, Conchas de abanico.
- ◆ Daiho Trading Co., Ltd. Sector Agronegocios. Contactos: Matsuo Abe, Director, Sacha Inchi. Kazuya Tawara, Fruta entera para compote.
- ◆ Sojitz, Sector Trading Internacional, Inversión Sector Energía, Hiroki Fukushima, Senior Staff
- ◆ Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. Sector Gobierno, Panelista y Expositor en Foro Latin Finance. Carlos Augusto Blanco Cáceres, Director General.
- ◆ Business Development Center Tokyo. Gobierno. Asesoría para Internacionalización de Empresas, Namiko Watanabe, Consultant
- ◆ Tokyo Metropolitan Government, Gobierno, Asesoría para Internacionalización de Empresas. Maiko Shiwaku, Senior Staff Member
- ◆ ITOCHU Corporation, Trading Internacional, Shinya Tanaka, Manager, Café
- ◆ Simplot Japan K. K., Agronegocios, palta congelada. Contactos: Masahide Ogawa, Representative Director. Hiroki Ono, Sales Director
- ◆ Ito-Yokado Co., Ltd., Mega empresa. Contactos: Hayato Sakuma, Chief Merchandiser, Avocado congelado. Shizuo Shibui, Buyer. Espárrago congelado
- ◆ Kaisei Marine Products Inc. Pesca, Pota, langostino. Contactos: Yoshihiro Harada, Sales Manager. Yutaka Yamaguchi
- ◆ GOSHOKU, Pesca, Pota, langostino. Contactos: Yoshihiko Hayashi, Executive Officer & General Manager. Tetsuya Sugimoto, General Manager. Isato Maeda, Assistant Manager. Kandai Takamura, Sakie Takumi



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”

- **Sistema de alerta temprana de medidas que restringen el comercio exterior**

El sistema de alerta temprano relativo a la legislación de sanidad y agroquímicos permitidos, que se adjuntan los informes ha permitido un oportuno conocimiento de los exportadores peruanos de los cambios en la legislación japonesa con respecto a productos permitidos, incluyendo los límites máximos, y prohibidos, para que oportunamente tomen las medidas adecuadas para estar dentro de la legislación local y evitar rechazos, devoluciones y/o incineración de productos.

- **MAFF PQ Notificaciones:**

Con el fin de prevenir el ingreso de plagas extranjeras que tienen el potencial de causar importantes daños a la agricultura japonesa, el MAFF prohíbe la importación de productos agrícolas que pueden tener un riesgo de transportar plagas. El MAFF levanta la prohibición de la importación incluso para aquellos productos prohibidos, si las medidas para prevenir el ingreso de plagas dañinas se establecen de tal manera que los procedimientos de desinfección son adecuados (métodos ionizados) y se confirma que no proceden de zonas de brotes. La asociación “Japan Fresh Produce Import and Safety Association –PISA, ha realizado una traducción al inglés de las notificaciones y reglamentos para la aplicación de las condiciones necesarias para el levantamiento de la prohibición. “PQ Notificaciones” son publicadas en web (http://www.fruits-nisseikyo.or.jp/english_pqnotification.html) en serie y se recomienda hacer el máximo uso de ellas. Estos materiales traducidos al inglés se publican como información interna para mayor comodidad de los usuarios; el uso de dicha información es bajo la propia responsabilidad de los interesados.

- ◆ **Ítem 1: Establecimiento de normas para Productos Químicos Agrícolas y Drogas Veterinarias en los alimentos importados a Japón.** Establecimiento de los Límites Máximos de Residuos para Agrícolas Químicos en los Alimentos:

- Pesticidas: Bicyclopyrone, 1,3-Dichloropropene, Ethofumesate, Etofenprox, Fluazifop-butyl, Isopyrazam.
- Drogas veterinarias: Erythromycin, Flumethrin, Metoclopramide, Piperazine, Vedaprofen

- ◆ **Ítem 2: Establecimiento de Métodos Analíticos para Productos Químicos Agrícolas y Drogas Veterinarias en los alimentos importados a Japón.**

- Método analítico para Ipronidazole, Dimetridazole, Metronidazole y Ronidazole
- Método analítico para Chloramphenicol
- Método analítico para Captafol (animales y productos pesqueros)

- **Síntesis realizada por la OCEX Japón, sobre la presente legislación sanitaria establecida por el MHLW:**



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”

El establecimiento o supresión de los LMR de los productos listados en los ítem arriba indicados, impactarán en algunos productos (Commodity) que se están exportando o que se exportarán en los próximos meses de Perú a Japón; seguidamente se detalla los productos según los pesticidas o drogas veterinarias asociados a ellos, que requieren ser tomados en cuenta por los exportadores, a fin de evitar inconvenientes en futuras exportaciones a territorio japonés:

Ítem 1. Establecimiento de LMR para pesticidas y drogas veterinarias:

- **Reunión de Coordinación Técnica OCEX-SENASA-MAFF 18 de abril de 2016**

Negociación de acceso de frutas al mercado japonés. Local ad-hoc para reuniones del MAFF.

Productos: Frutas frescas: Mandarina Satsuma, cítricos, uvas, arándanos, chirimoyas, granadas y palta Hass

Participantes:

- MAFF:
 - Kiyofumi Abe, Director de la División de Protección Fitosanitaria
 - Haruka Gondaira, Especialista de la División de Protección Fitosanitaria.
- SENASA:
 - Vilma Gutarra, Especialista de Subdirección de Cuarentena Vegetal.
 - Cecilia Levano, Especialista de Subdirección de Cuarentena Vegetal.
- OCEX Japón:
 - Luis Helguero, Consejero Comercial
 - William Valderrama, Especialista Agrícola
- Embajada de Perú en Japón:
 - Mario Bustamante, Consejero
 - Reiko Kon, Asistente administrativa

A final de la reunión y luego de haber desarrollado cada uno de los puntos considerados en la agenda, por mutuo acuerdo los participantes de las delegaciones de Perú y Japón, se acordó:



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”

- **Prospección de Feria BIOtech/ PHARCON Japan 2016**

La feria BIOtech/PHARCON Japan 2016 realizada el 11 al 13 de Mayo de 2016 es una feria de innovación en biogenética y medicinas de uso clínico así como conferencias académicas de alto nivel con presencia de las principales universidades de Japón que exponen los avances obtenidos en sus investigaciones y estudios.

Destaca el servicio de Business Matching y conferencias profesionales.

Se concluyó que, luego de evaluar los productos y servicios ofrecidos, esta feria no se adecuaría a los objetivos comerciales de promoción comercial de esta OCEX en lo referente a participar con stand propio.

Se recomendó difundirla entre la comunidad académica, start-ups de biotecnología relativa a productos naturales, empresas farmacéuticas para que puedan ser parte de las ruedas de negocios y conferencias magistrales.

- **Estrategia de promoción conjunta de palta Hass con la empresa Farmind**

En diversas reuniones y conversaciones sostenidas con el señor Kosuke Uchida, Import Product Department / Product Division de la empresa Farmind Cooperation se llegó a un acuerdo de hacer promoción en el punto de venta de la palta Hass peruana con una contribución mixta entre su representada y esta OCEX

- **Promoción de exportación de servicios de animación y gaming**

En reunión con el señor Hiroshi Okuno, Gerente General de la empresa de animación y gaming Silicon Studio se le ofreció la posibilidad de entablar importantes contactos comerciales del sector al que pertenece en la Feria Peru Service Summit. Solicitud presentada.

Igualmente ello fue ofrecido al señor Esteban Miyashiro de la empresa Next Media Japan dedicada al mismo rubro. Aplicación pendiente.

El Comité Organizador invitó al señor Hiroshi K. Okuno, General Manager - Marketing and Global Business, Silicon Studio Corporation (<http://www.siliconstudio.co.jp/en/>) Perú Service Summit.

El informe post feria remitido fue bastante alentador y de agradecimiento:

Casi 20 reuniones que fueron concertadas previamente para ellos y menciona que tuvo la suerte de conocer a un gran número de empresas peruanas.

**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”

El empresario se sorprendió con algunas compañías únicas de animación CG que mencionan tienen interés en trabajar con ellos, también las dedicadas al gaming que pueden ser de interés de algunos de sus clientes y piensa que su división de juegos podría colaborar con estos. También mencionó el contacto con una empresa de marketing digital que potencialmente les podría ayudar a crecer su negocio en el Perú y América Latina así como una empresa que podría ayudar a expandirse en el mercado de América Latina en su negocio de middleware.

En resumen, comenta que en el evento obtuvo un resultado más provechoso de lo que había anticipado.

Hubo lossiguientes rebotes registrados en Japón acerca de la Feria Peru Service Summit

- **Promoción Feria Norte Exporta2016**

Participación de la señorita Erika Matsushita, Departamento De Exportaciones – Importaciones de la empresa Towa Corporation.

Importante empresa de larga data promoviendo productos naturales, principalmente la maca pero con interés de expandirse en Aguaymanto, Muña, Berries, Hierbas Para Infusión

- **Promoción Feria Expoalimentaria 2016**

Luego de la debida difusión y visitas personalizadas para promover la participación de las empresas más adecuadas del sector alimentos se presentaron las siguientes empresas:

Empresa	Comprador	Cargo	Sector	Beneficio	Comentarios
Kanematsu Corp.	Satoshi Fujita		Trader	P3	TF tardío
Hakubaku Co., Ltd.	Izumi Arai	Manager of Purchasing Dept	Productos Naturales	P3	TF tardío
Fruta Fruta Inc	Mario Jose Villegas Yata	Manager of Raw Material Development Unit	Productos Naturales	P3	Intentarán ir
Kaisei Marine Products, Inc.	Kaori Hirakawa	Tokyo Branch Manager	Pesca	P3	Demora en decisión y luego no hubo cupo
Kaisei Marine Products, Inc.	Kaori Hirakawa	Tokyo Branch Sales	Pesca	P3	Demora en decisión y luego no hubo cupo
Ito- Yokado Co.,Ltd.	Hayato Sakuma	Chief Merchandiser	Perecibles	P1	
Ito- Yokado Co.,Ltd.	Shizuo Shibui	Buyer Overseas Marketing Section	Congelados	P1	
Goshoku Co. Ltd.	Shin Kiriya	Assistant Manager	Pesca	P1	
Goshoku Co. Ltd.	Shohei Hashimoto		Snaks	P3	
Dah Chong Hong Japan	Munetaka Yamame	Gerente General Adjunto	Alimentos Variados	P1	
Ryohin Keikaku Co., Ltd. - MUJI	Akira Ishihara	Manager	Alimentos Variados	P2	
Mangos Co., Ltd	Daisuke Yamada	Managing Director	Productos Naturales	P2	Asistirá y se le está gestionando visita a campo de cacao blanco en Piura
Sun Nuts Foods Co.,Ltd.	Taiichi Suzuki	President & CEO	Granos Andinos	P2	Recibió P1 pero por motivo de viajes a otras ciudades de latinoamérica solicitó cambio a P2
Kanematsu Corporation	Masatoshi "Mike" Aoyama	Manager	Trader	P1	
Goshoku Co.,Ltd	Shin Kiriya	Assistant Manager	Pesca	P1	
Goshoku Co.,Ltd	Shohei Hashimoto		Pesca	P3	

**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”**Cuadro resumen de actividades realizadas**

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	Transacciones comerciales estimadas a 12 meses (US\$)*
Visitas efectuadas y recibidas para promover la exportación de productos y servicios peruanos:	Sectores priorizados varios	N/A	15	USD 7 MM
Sistema de alerta temprana de medidas que restringen el comercio exterior	Alimentos	N/A	N/A	Ahorro no cuantificable
Base de datos de Información relacionada a temas sanitarios (guías, procedimientos y normas sanitarias)	Alimentos	N/A	N/A	Ahorro no cuantificable
MAFF PQ Notificaciones	Alimentos	N/A	N/A	Ahorro no cuantificable
Síntesis realizada por la OCEX Japón, sobre la presente legislación sanitaria establecida por el MHLW	Alimentos	N/A	N/A	Ahorro no cuantificable
Reunión de Coordinación Técnica OCEX-SENASA-MAFF 18 de abril de 2016	Frutas frescas	N/A	N/A	USD 5 MM
Difusión del real situación del Efecto de El Niño	Alimentos	N/A	N/A	No cuantificable
Retención de cargamento de granos de cacao por presencia de herbicida 2,4-D	Alimentos	1	1	´-USD5000
Prospección de Feria BIOtech/ PHARCON Japan 2016	Servicios	N/A	N/A	No cuantificable
Elaboración de reporte simplificado de LMR's	Alimentos	N/A	N/A	Ahorro no cuantificable
Estrategia de promoción POP de palta Hass	Alimentos	3	1	USD 350 M
Promoción de exportación de servicios de animación y gaming	Servicios	20	3	USD 500M
Promoción Feria Norte Exporta2016	Alimentos	15	1	USD 75M
Promoción Feria Exposalimentaria 2016	Alimentos	N/A	16	N/A
TOTAL				> USD 13 MM

**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”

1.3 ATENCIÓN DE CONSULTAS

◆ Consultas desde Japón:

Calisaya	Mariko Sekiguhi	Exportadores de quinua y café	Se le proporciono la lista solicitada
Soma Factory	Yoko Yamaguchi	Exportadores de quinua, chia, kiwicha y aguaymanto	Se le proporciono la lista solicitada
Daiei Sangyo	Yuta Tanaka	Pesticida de la quinal y exportadores de quinua	Reunión en OCEX, se le proporciono la información solicitada
Kawahara Kikaku	Mitsumasa Kawahara	Información sobre inversiones al Perú	Se le proporciono la información solicitada y se le envío la guía de inversión
Arco Iris	Norihisa Ohashi	Información sobre el certificado fitosanitario de la canihua	Se le proporciono la información solicitada
Enext Corporation	Hernan Romero	Importación café orgánico	Reunión en OCEX

◆ Consultas desde Perú:

EMPRESA	CONTACTO	CONSULTA	RESULTADOS
Wiracocha	Sofia del Rio	Lista de Importadores de granos andinos y amazónicos	Se le proporciono la lista solicitada
Golden Fresh Perú SAC	Eduardo Talavera	Café especiales, Visita a Japón	
-	Xiomara Peña	Exportar Jugo Camu camu	Según los resultados averiguados en infotrade, se le recomendo contactarse con Promperú call center y otros links de interés
Vista Alegre	Carlos Pérez Documet	Importadores o distribuidores de Pisco	Se le proporciono la lista solicitada
Bio Omegas Perú	Aymé Toche Avilez	Exportar sus productos a Japón (no identifica producto de interés)	Según los resultados averiguados en infotrade, se le recomendo contactarse con Promperú call center y otros links de interés
-	Eduardo Adolfo	Orientación de exportación de quinua	
Haeskca SAC	Herbert Espinoza	Lista de Importadores de quinua orgánica	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
Eduardo Cesar	-	Orientación de exportación de quinua	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
Universitaria de San Ignacio de Loyola	Rebeca Fung	Solicitud de información para su Trabajo de investigación	Se le respondió afirmativamente para coordinar una fecha de la teleconferencia, mas mencionó que ya tuvo contacto con representante de comercio exterior.
-	Igor Verona	Importadores de quinua	Se le proporciono la lista solicitada
-	Karla Zambrano	Orientación de exportación	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
-	Renatto Quispe	Orientación en la exportación de Camu camu	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
-	Paola Sáenz	Orientación de exportación	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
-	Jorge Ramirez	Orientación de exportación	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
BueAgro SAC	Michelle Ruiz	Exportar jugo de arándano	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
-	Briggith Zavalú	Exportar polo de algodón	Se le envío el formulario de atención de empresas, mas no respondió.
De Guste Group	Alejandra Nieto	Información sobre las legislaciones al ingreso de granos andinos	Se le proporciono la información solicitada
Ecommodities	Alonso Hernández	Exportación de Productos naturales y orgánicos	Se le envío el formulario de atención de empresas
Amazonas Trading	Jhordan Deza	Exportación de granos de cacao y quinua	Se le envío el formulario de atención de 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 Consolidación del Mar de Grau”

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas
Textil	1	1	0	0
Agro	15	15	21	9
Manufacturas diversas	0	0	0	0
Pesca	0	0	8	3
Servicios	0	0	3	3
TOTAL	16	16	32	15

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Delineamiento de estrategia para Promoción Turismo RICE (MICE)**

En coordinación con Promperú-Turismo se observó que no se cuenta con una estrategia para promoción de reuniones, incentivos, congresos, y eventos (RICE) en el Perú.

Se informó que el posicionamiento actual es principalmente como destino de vacaciones en Sudamérica pues el mayor porcentaje de visitas que realizan los viajeros japoneses al Perú es por vacaciones (78%) vs visitas por negocio (14%) y las acciones promocionales en Japón se enfocan en su totalidad para el vacacionista.

Se convino que esta OCEX realizará visitas a casas de incentivos o a entidades especializadas en turismo de reuniones a fin de recabar información y saber qué necesitarían dichas organizaciones para incluir al Perú como un destino MICE.

Cuadro resumen de actividades realizadas

Actividad	Nº de empresas / operadores atendidos	Nº de participantes / personas atendidas
Delineamiento de estrategia para Promoción Turismo RICE (MICE)	0	0
TOTAL	0	0



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”

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Nombre de la actividad: Seminario “Perspectiva de la Alianza del Pacífico”**

Lugar de realización: Cámara de Comercio e Industria de Nagoya

Fecha de realización: 16 de junio del 2016

Comentarios sobre la actividad:

Seminario dirigido a las grandes empresas japonesas cuyo objetivo fue difundir los logros actuales de la Alianza del Pacífico “AP” en lo referido a las oportunidades comerciales extendidas, especialmente lo referido a cadenas de valor dentro de la AP y oportunidades de inversión dentro de los países de la AP.

En reunión con los cuatro representantes de las oficinas de promoción de la AP se convino en replicar el seminario efectuado en el mes de enero en la ciudad de Tokio en las ciudades de Nagoya y Osaka con fuerte concentración de empresas con potencial de inversiones y comercio con la AP

El seminario de inició con las palabras del señor Tatsuhiro Shindo, Vicepresidente Ejecutivo de Japan External Trade Organization (JETRO) quien resaltó la importancia del bloque económico conformado por los cuatro países y su interrelación directa con el comercio exterior y los flujos de inversión japonesa.

Posteriormente fue el turno del señor la exposición “The Pacific Alliance in Perspective” ofrecida por el Embajador de Perú en Japón, S. E. Elard Escala, en su calidad de titular de la Presidencia Pro Tempore. El Embajador Escala tocó los temas más resaltantes de la evolución, estado actual, logros y perspectivas de la Alianza del Pacífico, y en particular, su enfoque respecto a los mercados Asiáticos y su impacto en el comercio y las inversiones.

Luego fue el turno de los representantes de las cuatro agencias de promoción del comercio y la inversión en Japón, presentándose primero el Sr. Mikhael H. Marzuqa Butto, Ministro Consejero para Asuntos Comerciales de la Embajada de Chile, Director Comercial de ProChile, luego el Sr. Hiroshi Wago Rojas, Consejero Comercial de la Embajada de Colombia y Director Ejecutivo de ProColombia Japón, el Sr. Aarón Vera, Comisionado de Negocios de ProMexico, Comisión Comercial de México en Japón y del señor Luis Fernando Helguero González, Consejero Comercial, MINCETUR –Perú quienes presentaron las principales oportunidades de inversión en sus respectivos países.



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”

Las presentaciones tuvieron por objetivo promover las inversiones en las diferentes oportunidades presentadas por cada país aprovechando para difundir aspectos positivos como datos macroeconómicos, balanza comercial y flujo neto de inversiones.

Luego se procedió a la sesión de Preguntas y Respuestas que fueron atendidas por S.E. Patricio Torres, Embajador de Chile, S.E. Carlos Almada, Embajador de México, S.E. Elard Escala, Embajador de Perú y Hon. Alejandro Posada, Encargado de a.i. de Colombia.

Concluyó el evento con las palabras de clausura del Representante en Asia del Banco Interamericano de Finanzas (BID), Sr. Ichiro Oishii quien agradeció la activa participación de la concurrencia y resaltó la importancia de la Alianza del Pacífico y de eventos como este para la promoción de las oportunidades comerciales entre Japón y los países miembros.

Empresarios participantes: 45

• **Nombre de la actividad: Seminario “Perspectiva de la Alianza del Pacífico”**

Lugar de realización: Knowledge Capital Association en Osaka

Fecha de realización: 17 de junio del 2016

Comentarios sobre la actividad:

Muy similar a la anterior pero no contó con la presencia de los Embajadores de Chile y México. Tampoco estuvo presente el representante de JETRO. Si bien el Embajador Escala pronunció su discurso inmediatamente tuvo que retirarse por lo que la sesión de preguntas y respuestas estuvo a cargo de los representantes de las oficinas comerciales de los cuatro países.

Empresarios participantes: 63

En ambas presentaciones se utilizó como material promocional una gigantografía (pendón) con el logo de la AP y se entregaron copias de las presentaciones de las oportunidades de inversión, a color y contracara de los cuatro países de la AP incluidos los datos de contacto para las empresas que tuvieran interés en algún proyecto de inversión o emprendimiento comercial.

Conclusiones de ambos seminarios:

Se lograron los objetivos del evento al transmitir exitosamente las oportunidades comerciales y de inversiones en la AP así como el efecto que los avances obtenidos a la fecha facilitarán las inversiones foráneas y las cadenas de valor comerciales.

Se destaca además que existe interés de las empresas participantes en invertir en los países de la AP en particular en sectores como minería, electricidad, manufactura, agua potable y saneamiento, entre 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”

Muchas de las empresas presentes son importadoras de bienes y/o servicios de los países de la Alianza del Pacífico en rubros como alimentos y bebidas, minerales, hidrocarburos, entre otros.

Se prevé que la información recibida por la audiencia en el seminario, principalmente las oportunidades de inversión de los cuatro países traducidas a idioma japonés, influirá en la decisión de los participantes de iniciar, mantener o incrementar relaciones comerciales o realizar una posible inversión en alguno de los países de la Alianza.

Los empresarios mostraron su interés en participar en futuros eventos de la Alianza del Pacífico.

Cuadro resumen de actividades realizadas

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos
Seminario “Perspectiva de la Alianza del Pacífico” Nagoya	45
Seminario “Perspectiva de la Alianza del Pacífico” Osaka	63
TOTAL	

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

La OCEX Japón realizó una serie de actividades conducentes al principal logro que ha sido revertir la caída de las exportaciones no tradicionales y del café.

Ello debido principalmente a las actividades personalizadas, directas entre compradores y exportadores y la oferta peruana presentada en la Feria Foodex.

Las actividades de promoción de turismo fueron atendidas en coordinación con la empresa Aviareps, PR de Promperú en Japón y con la constante coordinación y planificación conjunta con el equipo de Promperú Turismo Receptivo – Asia-Oceanía en Lima.

4.2. RECOMENDACIONES

Proseguir con las actividades de promoción profundizando áreas que requieren de un mayor esfuerzo como es el sector pesquero que ha evidenciado una importante caída en las exportaciones (similar a la registrada por dicho sector en sus exportaciones mundiales) planeando revertirla con una agresiva agenda de promoción en punto de venta, festival gastronómico con recetario en japonés incluyendo los restaurantes peruanos en Tokio y las tiendas que venden los insumos peruanos.

Debido al Éxito de Foodex es necesario continuar con la participación peruana en dicha feria y buscar de tener una delegación aun mayor que la de este año en los rubros de super foods, frutas, verduras (fresco, congelado y envasado) y productos pesqueros.



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”

Continuar con las visitas a empresas importadoras y potenciales para dar las seguridades de profesionalismo y calidad de las exportaciones peruanas que han demostrado ser en Japón el método que más impulsa y ayuda a la toma de decisiones en este complejo pero altamente demandante mercado.