

**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 I TRIMESTRE 2016 OCEX ROTTERDAM**

### **1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

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

Los Países Bajos, son la 16ta economía del mundo, cuyo PBI alcanzó US\$ 764 Billones en el 2015. Cuenta con más de 16 millones de habitantes y se caracteriza por sus relaciones laborales estables, tasas de desempleo e inflación moderada. Esta economía mantiene un superávit comercial importante y su foco estratégico es incrementar su ventaja logística y redes comerciales en la región. Para el 2016 se espera un crecimiento superior a 2%.

Al cierre del 2015 las exportaciones peruanas no tradicionales mostraron un crecimiento de 9.6%, logrando revertir la tendencia negativa mostrada en los primeros 6 meses del año, gracias a un incremento en las exportaciones de productos de los sectores de agroexportación y pesca.

En los dos primeros meses del 2016 las exportaciones no tradicionales peruanas han crecido 10.9% respecto al mismo periodo del año anterior. Donde resaltan los sectores agropecuario y pesca que muestran crecimientos de 4.1% y 81% respectivamente; y que son dos de los sectores promovidos intensamente por esta OCEX

En ese sentido los productos de mejor desempeño fueron arándanos, maracuyá y bananas orgánicas que lograron incrementos de 295%, 37%, 13%, en este sector cabe desatacar que en este periodo se comercializó un mayor número de productos en comparación con el año anterior, el número de partidas arancelarias se incrementó en 41%. En el caso del sector pesca los principales productos fueron conservas de pescado – anchoveta y atún – que incrementó en 119% y conchas de abanico que creció 131%.

En comparación con otros países competidores el Perú se mantiene como el tercer proveedor de frutas y vegetales frescos de Latinoamérica después de Chile y Brasil con 5% de participación en el mercado aproximadamente. Adicionalmente, cabe resaltar algunas oportunidades y amenazas a tener en consideración para el corto y mediano plazo:

- El crecimiento de la economía norteamericana impulsa el precio de los productos agropecuarios peruanos al alza, perdiendo competitividad en el mercado europeo. El alto precio de nuestros productos, como es el caso del mango, orienta la demanda a productos locales como las peras, manzanas y kiwis, 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

- En este escenario, están ingresando frutas frescas de otros países como uvas de India y Chile; cítricos de Sudáfrica e Israel; y mangos de Brasil.
- La demanda de mayor responsabilidad social incrementa el requerimiento de certificaciones de este tipo en toda Europa, pero principalmente en Escandinavia, Alemania y Holanda. En este último caso, los principales importadores y supermercados se comprometieron a contar con un portafolio de frutas y vegetales frescos 100% sostenible para el 2020. Esto convierte a la certificación en responsabilidad social es el siguiente reto.
- Otros países están abriendo oficinas comerciales en Europa, es el caso de Costa Rica que abrirá a mediados de Junio de 2016 su primera oficina en Rotterdam.

#### 1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Es importante volver a resaltar que en la Unión Europea, las normas sanitarias se desarrollan en comités siguiendo un largo procedimiento de revisión y aprobación para su creación o modificación según sea el caso. Dentro de los actuales procesos de modificación, se encuentra el correspondiente al ajuste de los niveles permitidos de residuos en las frutas y vegetales frescos. Siendo éstos los principales productos peruanos exportados a los Países Bajos, esta OCEX informó a la dirección de las oficinas comerciales y recomendó su difusión a las empresas peruanas y confirmación del seguimiento realizado por Senasa.

<b>Norma</b>	Regulation (EU) 528/2012 (proyecto de modificación)
<b>Descripción</b>	Esta regulación provee las normas para: Aprobar "Sustancias Activas" para productos biocidas Autoriza la venta y uso de productos biocidas Venta de productos tratados con biocidas. Nota: Posibles cambios de niveles residuales permitidos
<b>Fecha de publicación /Entrada en vigencia</b>	Por definir
<b>Acción realizada por la OCEX</b>	Comunicación a la Docex para que a su vez distribuya esta información a las instancias pertinentes
<b>Enlace de acceso a la norma</b>	<a href="http://ec.europa.eu/environment/chemicals/endocrine/index_en.htm">http://ec.europa.eu/environment/chemicals/endocrine/index_en.htm</a>



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

## 1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

### 1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Misión Pre-Fruitlogística**

**Lugar de realización:** Países Bajos

**Fecha de realización:** 1 al 2 de febrero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** De manera previa a la Feria Fruitlogística tuvo lugar una misión co-organizada con ADEX en la que participaron 5 exportadores peruanos a los cuáles se les agendaron reuniones con las siguientes empresas holandesas: Agrexco, Hollyberry, Jambo Fresh y Kraaijeveld.

- **Feria Fruitlogística**

**Lugar de realización:** Berlín, Alemania

**Fecha de realización:** 3 al 4 de febrero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Feria de frutas y vegetales frescos más importante de Europa. En ella se desarrollaron reuniones de negocio entre importadores holandeses y exportadores peruanos presentes en el stand peruano, de manera adicional se visitó el pabellón holandés para aumentar los contactos de importadores holandeses, y se agendaron un total de: 51 sesiones de negocio.

- **Feria Chocoa**

**Lugar de realización:** Ámsterdam

**Fecha de realización:** 4 al 7 de febrero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Se trata de un evento muy completo que consta de una feria de comercio los días 4 y 5 de febrero dirigida exclusivamente a B2B en la que 50 expositores mostraron sus productos, entre los cuales estuvieron presentes 5 empresas representando el Perú. El día 4 de febrero por la noche, también tuvo lugar la Gran Cena del Chocolate donde los chef latinoamericanos Maricel Presilla y Franz Conde presentaron diferentes platos cuyo ingrediente principal era el chocolate. Además de mostrar la excelencia de los productos latinoamericanos entre los que estuvieron presentes el Pisco y la quínoa roja, sirvió como una excelente plataforma para hacer networking. Durante el día 5 de febrero se realizaron varias conferencias relacionadas con la industria. Y por último, en el fin de semana tuvo lugar el Festival de Chocolate, dirigido al público en general. En total la feria fue visitada por más de 10,000 personas. La OCEX participó con un stand en el que participaron 5 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

- **Misión Cooperativas Coopchebi y La Florida (FALTA Angelica)**

**Lugar de realización:** Róterdam, Países Bajos

**Fecha de realización:** 8 al 9 de febrero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Recibimos a las Cooperativas Coopchebi y La Florida, especialistas en Café orgánico, antes que asistieran a la feria Biofach. Se les coordinó agendas con tres empresas holandesas Douque Group, Roast'n Toast y Engrano. En el caso de esta última, confirmó la compra de café, el mismo que comenzará a importar junto a otro comprador desde el norte de Francia.

- **Biofach**

**Lugar de realización:** Núremberg, Alemania

**Fecha de realización:** 10 al 13 de febrero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Biofach constituye la mayor plataforma de productos orgánicos de Europa y punto de encuentro obligado de las empresas del sector. Es por ello que esta feria supone una oportunidad única para conocer nuevas empresas holandesas, donde el 92% de los visitantes son personas con decisión de compra. El Perú estuvo presente con 25 empresas de las cuáles la OCEX Rotterdam agendó reuniones y logró planificar un total de 31 sesiones de negocio durante la feria para 20 de ellas. Cabe destacar que los productos más solicitados fueron: quinua y los conocidos dentro de granos e ingredientes andinos tales como: maca, chía, kiwicha y sachá inchi, pero también desatacaron café, cacao y chocolate. Producto de las mencionadas reuniones.

- **Misión EcoAG (FALTA)**

**Lugar de realización:** Róterdam, Países Bajos

**Fecha de realización:** 15 al 19 de febrero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** En esta misión post-Biofach de la empresa Eco AG (empresa líder en productos orgánicos tales como: jengibre, quinua y maca) se coordinó con empresarios holandeses para comenzar a exportar a este mercado en el transcurso del año, de manera que esta primera visita sirviera para entablar una relación sólida. Como resultado de las negociaciones con 7 empresas holandesas.

- **Expo Perú Londres**

**Lugar de realización:** Londres, Reino Unido

**Fecha de realización:** 17 de marzo de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** A través de la iniciativa de Promperú se organizó un showroom en el que se convocaron 22 empresas del sector textil y 17 empresas de agroindustria, principalmente de ingredientes naturales, superfood, café y cacao. La OCEX Rotterdam contactó 90 empresas, además de contactar con el centro de sostenibilidad de la Universidad de Nyenrode y MVO



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

Nederland. Estas instituciones compartieron el evento en su newsletter y mostraron alto interés en seguir trabajando con la OCEX Rotterdam para futuros eventos en los que se promueva el comercio sostenible. Finalmente acudieron al evento 4 empresas holandesas las cuáles se han mostrado satisfechas con el evento, y en caso en concreto de la empresa Lullabyroad realizó su primer pedido de muestras durante la feria.

- **Perú Norte Exporta**

**Lugar de realización:** Trujillo, Perú

**Fecha de realización:** 31 de marzo de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Se ha promovió la Macro Rueda de Negocios Norte Exporta 2016 en los Países Bajos, mediante visitas y entrevistas telefónicas entre empresas que cumplieran con los criterios de tamaño y requerimientos. Para este fin se presentaron 3 empresas holandesas Exsa Europe, Eosta y Maua Organics. Las mismas fueron evaluadas y confirmadas por Promperú. A la fecha han entregado un feedback muy positivo sobre el evento.

- **EU Fashion Matchmaking, Mode Fabriek.**

**Lugar de realización:** Ámsterdam

**Fecha de realización:** 25 de enero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Evento organizado por Enterprise Europe Network (EEN) dentro de la feria de moda más importante de los Países Bajos de moda para adultos: Mode Fabriek. En esta 5ta. Edición, se presentó la oferta peruana de textiles a pequeños empresarios. Cinco (5) de las empresas holandesas contactadas mostraron interés en la oferta peruana.

- **Global Berry Congress**

**Lugar de realización:** WTC, Róterdam, Países Bajos

**Fecha de realización:** 14-16 de marzo de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Global Berry Congress es el punto de encuentro anual para todos los stakeholders de la industria internacional de los berries. Este congreso es organizado por Euro Fruitnet y uno de los patrocinadores del mismo es la Feria Fruit Logistica. Este evento es una plataforma excelente para la ampliación de red de contactos para este sector, así como fuente de información sobre todas las novedades de producción, análisis global de la oferta-demanda de berries y análisis de nuevas tendencias de mercado.

- **Amsterdam Coffee Festival**

**Lugar de realización:** Westergasfabriek, Ámsterdam, Países Bajos

**Fecha de realización:** 18-20 de marzo de 2016



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

**Comentarios sobre la actividad:** Amsterdam Coffee Festival, es la única feria de Café en los Países Bajos, se realiza de manera anual y consta con dos días para el público en general y un día B2B, es una plataforma excelente para conocer a los grupos de interés de este sector específico, incluyendo importadores, distribuidores y organizaciones relacionadas. En esta feria colaboró la SCA (Specialty Coffee Association, Asociación de Cafés Especiales, asociación de carácter internacional con presencia en todo el mundo) con una competición para premiar al mejor barista holandés, y diversas charlas y workshops relacionadas con el mundo del café especializado. Cabe destacar que esta feria ha crecido un 31% y este año contaba con un total de 109 expositores.

- **Convocatoria Expo Peru y Peru Moda**

**Lugar de realización:** Lima, Perú

**Fecha de realización:** 20-22 de abril de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Perú Moda es la feria de moda para todas las edades, accesorios, calzado y textiles para el hogar más grande del Perú. En esta nueva edición tendrán lugar además sesiones de Matchmaking. Para dicho evento esta OCEX convocó a 90 importadores para acudir a Perú Moda y a Gift Show, y se continúa promocionando el evento.

- **Convocatoria Seafood Expo Global**

**Lugar de realización:** Bruselas, Bélgica

**Fecha de realización:** 26-28 de abril de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Seafood Expo Global, es una de las ferias del sector pesca más importante del mundo. Es visitada por compradores de 144 países diferentes y se espera la visita de más de 26,600 profesionales. En esta feria el Perú contará con un stand del cual formarán parte 30 exportadores peruanos a los que se les está construyendo agendas de negocio. Para este fin se ha convocado a 15 empresas holandesas y se espera lograr por lo menos 20 sesiones de negocio.

**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**

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
Misión Pre-Fruitlogistica	5	4
Feria Fruitlogistica	21	55
Feria Chocoa	6	24
Feria Biofach	20	26
Misión EcoAG	1	7
Misión Cooperativa Coopchebi	2	3
Expo Peru Londres	38	4
Peru Norte Exporta	Promperú	3
Eu Fashion Matchmaking	5	0
Global Berry Congres	5	1
Amsterdam Coffee Festival	31	0
Corporate Fashion Awards	4	0
Convocatoria Peru Moda y Expo Peru	90	0
Convocatoria Seafood Expo Global 2016	15	0
<b>TOTAL</b>		

**1.3 ATENCIÓN DE CONSULTAS**

Sector	Exportadores		Compradores	
	N° de Consultas atendidas	N° de empresas atendidas únicas	N° de Consultas atendidas	N° de empresas atendidas únicas
Textil	9	5	3	2
Agro	22	19	17	11
Pesca	2	2	1	1
Otros	3	2	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>26</b>	<b>22</b>	<b>15</b>



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

## 2. PROMOCIÓN DE TURISMO

### 2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- **Vakantiebeurs 2016**

**Lugar de realización:** Utrecht, Países Bajos

**Fecha de realización:** 13 al 17 de enero de 2016

**Comentarios sobre la actividad:** Vakantie Beurs es la feria de turismo más importante de los Países Bajos y congrega cada año cerca de 55,000 visitantes. El primer día está dedicado a la venta B2B y el resto de los días se dirigen al consumidor. La OCEX Rotterdam participó en conjunto con una agencia de turismo local en la promoción del Perú como destino turístico. La participación contó con decoración peruana, con una presentación de danzas peruanas, música en directo y esporádicos bocaditos peruanos. Esta actividad generó un importante flujo de potenciales turistas a los stands que promovían el destino Perú.

- **Workshop Turismo con especialistas del Sector.**

*NH Hotel, La Haya, Países Bajos. 18 de enero de 2016*

La OCEX Rotterdam en coordinación con la agencia de PR de Promperú en Holanda, Tourism Consultancy, participó del evento llamado "Travel Counsellors Supplier Day". En dicho evento se desarrollaron sesiones matchmaking en las cuales un total de 21 proveedores promovieron sus paquetes turísticos a unos 120 agentes de viajes, en la mesa de promoción del Perú se sirvieron bocaditos peruanos que ayudaron a diferenciar la experiencia peruana.

- **Campaña de Promoción del Destino Perú en Medios digitales.**

*A través de WEB Droomplekken*

Luego de evaluar en equipo con Promperú, la Agencia de PR en Holanda y la OCEX Rotterdam, se identificó la necesidad de realizar la promoción del destino Perú durante los meses de abril y mayo, meses en los se cuenta con alta reservación de paquetes turísticos.

Para lograr esto se definió utilizar medios digitales pues permiten un alto alcance, alta frecuencia y costos razonables. Dentro de las alternativas evaluadas se determinó, en consenso, trabajar con Droomplekken, cuya propuesta tiene las siguientes características:

- Alcance mensual: 155.000 personas
- Facebook: 56.000 seguidores
- Twitter: 11.000 seguidores
- Instagram: 4.000 seguidores
- Alcance total por artículo: 226.000 personas





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

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

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

La campaña consiste en crear un especial en el que se colocará al Perú como “El lugar soñado” en la página principal de su página web. Cabe destacar que va a ser la primera vez que ésta página web realiza promoción de un país sudamericano. Este especial se mantendrá al comienzo de la página para estimular el mayor número de visitas, en el mencionado especial se incluirán las siguientes temáticas:

- El Amazonas
- El camino Inca
- El altiplano de los Andes
- El mágico mundo de los Incas y Machu Pichu
- El Cañón de Colca y Titicaca / Puno
- La posibilidad de añadir: Arequipa y Lima.

Todos los artículos publicados se linkearán con el website de promoción corporativo de Turismo: [www.peru.travel](http://www.peru.travel). El objetivo de esta campaña es generar “pull” de las ofertas del destino Perú que actualmente existen en el mercado holandés.

La campaña se lanzará el próximo mes de mayo, ya que es el mes donde se condensan la realización de reservas de las vacaciones de verano en los Países Bajos.

Actividad	Nº de empresas / operadores atendidos	Nº de participantes / personas atendidas
Vakantiebeurs 2016	1	
Workshop Turismo con especialistas del Sector	21	

### 3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El primer trimestre del año es uno de los más activos en lo que respecta a frutas y vegetales frescos y productos biológicos, ambos muy importantes para el mercado Holandés. Este año se ha logrado alta convocatoria por parte de la OCEX Rotterdam para las ferias y misiones vinculadas a estos sectores. Los resultados de esta OCEX en los eventos hacia finales del año anterior, han reforzado la percepción de seriedad y efectividad de la oficina y han favorecido la creación de las agendas de negocio en cada evento.

- En el caso de las frutas y vegetales frescos, el Perú es conocido como un excelente proveedor, sin embargo, tener poca competencia en las “ventanas” del año para el mercado europeo, está promoviendo el desarrollo de nuevos competidores. Es el caso de Costa Rica con uva y banano orgánico y Colombia con plata hass. Por lo



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

tanto es importante mantener abiertos los canales de apoyo y negociación con los actuales importadores de los principales productos peruanos.

- La presencia del Perú en Biofach refuerza el posicionamiento del Perú como origen de productos biológicos y sostenibles. Si bien este posicionamiento se relaciona directamente con los productos presentes en la feria como quinua (blanca/roja/negra), kiwicha, maca, camu camu, café, cacao, aguaymanto deshidratado; sin embargo, se ha identificado que se podría extender al portafolio completo de productos frescos.
- El sector textil ha confirmado ser un sector mucho más complicado, pues cuenta con proveedores sólidos, competitivos en precio, geográficamente cercanos y/o con larga trayectoria de negocios. Es necesario desarrollar una estrategia de promoción diferente y desarrollar productos con características diferenciadas que justifiquen el acercamiento al Perú como fuente de textiles.
- En el caso del sector agro se debe seguir impulsando las frutas y vegetales frescos para mantener el liderazgo alcanzado. Es necesario manejar las proyecciones de producción por producto para mejorar la eficiencia en la promoción del sector.
- Adicionalmente, es necesario considerar que la certificación Global Gap, ya no constituye un elemento de diferenciación sino una obligación. Para diferenciarse ahora es necesario promover el comercio sostenible. Para esto es necesario tener certificaciones, mantener políticas comerciales y cadenas de valor transparentes y desarrollar programas reales de apoyo a las comunidades origen de los productos.
- En los recientes eventos y procesos de matchmaking, el Perú ha demostrado que también puede ser fuente de otros productos de alta calidad como son los granos andinos, café y cacao. En este sentido, además de continuar con la estrategia de diferenciación por sostenibilidad, es necesario mantener presencia activa de esta OCEX en eventos como BIOFACH y mantener estrecho contacto con instituciones como MVO Netherlands (Institución holandesa para la promoción del comercio sostenible) el interés en dichos productos por parte de las empresas importadoras holandesas.
- En el caso de productos textiles, se debe continuar con la estrategia de promover el formato sourcing, pero es necesario organizar eventos en el mercado europeo y/o realizar misiones de acercamiento al país que se busca “conquistar”. A su vez es necesario complementar esta estrategia con un enfoque sostenible, de responsabilidad social y de transparencia de procesos. De esta forma se podrá establecer un diferencial y atraer a un sector europeo donde el 71% de las importaciones tienen origen asiático.
- Finalmente, es necesario seguir trabajando intensamente en actividades B2B, dado que son las que tienen un mayor impacto en el mercado holandés al tratarse de un mercado de intermediación, particularmente en el caso de los sectores y productos priorizados por Promperú y esta OCEX.