

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

INFORME DE GESTIÓN III 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. El tercer trimestre es el menos activo desde julio hasta setiembre pues se trata de los meses de verano en el que prácticamente se paraliza la actividad comercial y las cifras sufren en consecuencia. Es el ciclo europeo y que se recupera en el 4° trimestre. Existen productos como el espárrago por ejemplo que es cosechado durante tres meses en el mismo territorio. En estos meses el producto peruano no es adquirido. La gente favorece el producto belga que, además es orgánico.

Análisis

Se puede apreciar en el cuadro siguiente que se ha registrado un retroceso en el tercer trimestre del 2015 respecto al mismo período del 2014 del orden de los US \$10 MM de los cuales el 66% corresponde a las exportaciones de Zinc como consecuencias de una menor producción en la refinería de Cajamarquilla. También hay que resaltar que la producción del año 2014 fue extraordinariamente mayor que los años anteriores y que hasta el momento en el 2015 se han superado ampliamente los montos exportados en el 2012 y el 2013. Sin embargo, se espera una compensación en el cuarto trimestre que nos llevaría a una cifra total para el año superior a la del 2015 que fue muy elevada.

Concha de Abanico – Este producto también tiene un peso significativo en el descenso del tercer trimestre. Pasó de US \$2.4 MM en el 2014 a US \$1.5 en el 2015. Casi un millón de dólares menos. Esperemos también una recuperación, pero puede tener impacto el fenómeno del Niño.

Por el lado positivo hemos logrado colocar nada menos US\$546,000 dólares en conservas de pescado lo cual es fruto de la intensa promoción con principales compradores de la zona de Amberes. En el 2014 no se exportó nada de este producto en el mismo trimestre.

También es importante la aparición de la quinua que ha registrado un aumento de 34% respecto al tercer trimestre del 2015 con una clara tendencia al alza, aunque hay un menor precio debido a la abundancia de la oferta principalmente boliviana que es de menor calidad y precio que la peruana.

También se ha posicionado de manera importante el Plátano con exportaciones en el tercer trimestre 2015 del orden de los US \$2MM frente a 1.4 MM del mismo período del 2014; es decir un crecimiento del orden del 48%.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación***1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO**

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.

1.1.2 PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

Agencia Promotora - País	PROMÉXICO
Acción de Promoción	Evento en Agencia Wallona de Promoción AWEX
Público Objetivo	Empresas Wallonas de producción de alimentos y de la industria metalúrgica
Descripción del formato de la actividad	Difusión de la oferta exportable, con visita de empresas mejicanas. Campaña de supermercados.
Productos Promocionados	Productos químicos, maquinaria y equipos de transporte prevalecen en la cartera mejicana, pero compiten con nuestros productos como las paltas

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES

Actividad	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
FERIA EXPOALIMENTARIA	30	Frutas y Pesca
Contactados	(119)	

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**ACTIVIDAD 1.**

SECTOR TEXTIL – Coordinaciones con Institutos de Moda y Diseño para lanzar programa de entrenamiento usando la fibra de Alpaca y la tela de Algodón. Se han indentificado los partners, la PR y el Profesor que llevará el curso. Se ha conversado con aproximadamente 10 empresas que fabrican productos de alpaca y algodón PIMA quienes han manifestado su interés en consolidar la presencia de estos productos en Bélgica. En especial la Empresa NATAN ha mostrado un enorme interés que se reflejó con su presencia en la Feria PERU MODA EUROPE a fines de octubre, lo cual muestra la influencia de la OCEX.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación***ACTIVIDAD 2.**

Sector Alimenticio – Se concentró la actividad en el sector de frutas y legumbres frescos con especial énfasis en el limón y el espárrago en coordinación con la empresa belga Special Fruit, la cual envió a su Gerente de Nuevos Negocios al Perú a la Feria EXPOALIMENTARIA. Se visitó conjuntamente a la cadena de supermercados DELHAIZE, la más importante en Bélgica y con fuerte presencia en la costa este

1.3 OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Proyecto Cacao: Proyecto enfocado en el marco de desarrollo durable, social y comercio justo entre pequeños productores de cacao, asociaciones y/o cooperativas peruanas y empresas chocolateras belgas. El objetivo del Sr. André es ubicar productores pequeños de cacao orgánico de alta calidad que puedan colocarse con empresas chocolateras belgas de alta gama.

Inversionista: Sr. Hugues André.

La OCEXBRUSELAS coordinó dos importantes reuniones en Lima para que el señor André pueda presentar su proyecto. El señor André viajó a Lima a inicios de octubre y tuvo las siguientes reuniones.

Sra. Carmen Rosa Chávez – Dirección General de Negocios Agraria del Ministerio de Agricultura y Riego

Reunión realizada en Lima el lunes 19 de octubre 2015

También se le contactó con asociaciones y autoridades de zonas productoras:

Ing. Hiderico Bocangel: Gerente de Asociación Verde Amazónica

Ing. Edwin Tello: Gerente de Municipalidad Provincial de Atalaya

Ing. Nene Santivañez: Gerente de CAC El Quinacho

Ing. Romulo Echegaray: Gerente de Desarrollo Económico Municipalidad de Echarte

Sr. Miguel Cordano Rodriguez Gerente General de Sierra Exportadora

Reunión: lunes 19 de octubre 2015

IMPACTO: Las adquisiciones de Cacao de alta calidad debidamente certificado podrían significar compras en su primer año de €1,000,000, beneficiando a pequeñas empresas y asociaciones de agricultores de manera directa.

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	2	2		
Agro	4	4	10	
Artesanías	1	1		
Pesca			10	
TOTAL	7	7	20	

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Acción conjunta con AIR EUROPA - Promoción agencias de Viaje Concurso de Conocimientos del Destino Perú	2736	1892
Apoyo a Consulado Día del Perú	Público General: 50% belgas	-
TOTAL	2736	1892

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

En coordinación con Air Europa se desarrolló una campaña promocional del destino Perú dirigida a 2736 agencias belgas debidamente identificadas que pueden tener interés en promocionar el destino Perú. La campaña duró 4 meses, iniciándose en junio 2015, Se creó un link virtual de alta resolución con una composición y un script desarrollado por la OCEX. La OCEX sólo invirtió aproximadamente el 40% del trabajo técnico ascendente a €2,000.

Todos los servicios excepto el transporte internacional para los ganadores fue obtenido por gestión de la OCEX con diferentes proveedores. Desde el transporte aéreo entre Lima y Cuzco a los hoteles en Lima, cuzco, Urubamba y hasta paseos en parapente en Lima. Todo esto en formato de sponsor.

La campaña consistió en un concurso en el cual las agencias debían acceder al link y mirar diferentes aspectos de los productos turísticos de nuestro país mostrando imágenes de primera calidad y con un texto en inglés desarrollado por la OCEX. Por otro lado la OCEX logró interesar a diferentes compañías que han financiado los magníficos premios que se han otorgado a las agencias ganadoras del concurso. Este concurso fue presentado por internet en un clip con 5 preguntas de temas vinculados a las diferentes características de los productos turísticos peruanos, generando de esta manera un interés en nuestro país por estos profesionales y proporcionándoles información de una manera lúdica.

Impacto: Según air Europa sus cifras de viajeros a Perú se incrementaron ya en un 40% respecto al mismo período del año pasado 2014.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos	N° de empresas peruanas promovidas
CENTRO DE SERVICIO LOGÍSTICO	1	-
TOTAL		

Se ha logrado identificar a la empresa Katoen Natie de Amberes. Es una empresa de logística global de gran envergadura que está interesada en desarrollar un centro logístico en el Callao para brindarle servicio a su principal cliente en nuestro país, una empresa internacional minera y de refinación mineral. El servicio sería el almacenaje de sus productos minerales pesados, el embarque en contenedores. El centro logístico tendría conexión con el sistema de ferrocarriles del centro mediante el cual se llevarían.

Uno de los directores de KATOEN ha viajado al Perú con el fin de formar una empresa, invertir en los terrenos necesarios, maquinaria y fuentes de energía así como para familiarizarse con el sistema legal.

4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

4.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Promoción de destino Peru con Air Europa ya explicado		Revistas Especializadas

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El tercer trimestre del año 2015 ha sido especialmente importante en cuanto a la gestión de la OCEX BRUSELAS. En primer lugar, captar el interés de un importante inversionista del sector logístico así como la posibilidad de que el Grupo DE Witte DE Amberes inicie exportaciones de gran volumen de frutas peruanas destinadas no sólo a Bélgica sino también a Francia y Alemania. En estos momentos ellos importan por un valor de €400MM anuales y sólo un 15% es de origen peruano por lo que las posibilidades son muy grandes. El hecho de haber enviado un emisario señala la importancia que le dan al proyecto y este emisario está a punto de regresar para visitar plantas de producción.



PERÚ

Ministerio
de Comercio
Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

*Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

También en el sector alimentos, la identificación de un inversionista comprador de cacao de alta calidad para el nicho de chocolatería fina presenta enormes posibilidades para las pymes de este sector.

Por otro lado la Campaña de promoción del Destino Perú ha significado un incremento inmediato en las ventas de AIR EUROPA y consideramos que se debe repetir y darle mantenimiento a esta acción mediante seminarios puntuales y nuevos concursos. El interés mostrado por los partners peruanos del sector hotelero y aéreo permitió llevarla a cabo con una inversión mínima. Se debe repetir.

En el sector textil se han dado los pasos en el tercer trimestre para lanzar el proyecto de diseño con fibra y alpaca con estudiantes del último año de estudios. Ya se han recibido las muestras de alpaca donadas por la fábrica INCALPACA, gracias al contacto realizado por el CEC EN París en el contexto de la PERU MODA EUROPE y estamos a la espera de la tela de algodón que nos va a conseguir el Sr. Igor rojas. Creemos que la manera de incrementar las exportaciones a Bélgica de vestimenta de estos productos es sembrando en la mente de los nuevos diseñadores las enormes posibilidades de estos dos productos nobles de nuestro país.