

**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 ESTAMBUL

1. PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Las exportaciones totales a Turquía en el periodo enero – agosto 2015 disminuyeron en 14.6% en comparación con el mismo periodo del año anterior, pasando de USD 27.0 millones a USD 23.0 millones. La disminución de las exportaciones peruanas al mercado turco fue el resultado de la fuerte caída de las exportaciones tradicionales que pasaron de USD 12.4 millones a solo USD 8.0 millones, lo que significó una reducción de 35.1%. En cambio, las exportaciones no tradicionales se incrementaron en 2.65%, pasando de 14.6 millones en 2014 a USD 15.0 millones en 2015.

En el trimestre junio – agosto 2015 las exportaciones no tradicionales se incrementaron en 28.3% pasando de USD 3.2 millones a USD 4.1 millones. Este incremento fue causado principalmente por el fuerte crecimiento en el sector sidero metalúrgico, en donde las exportaciones de cinc pasaron de USD 865 mil a USD 2,814 mil y en el incremento en el sector químico, donde los principales productos fueron el carmín de cochinilla que se incrementó 4.0% pasando de USD 72 mil a USD 163 mil y de los fungicidas a base de compuestos de cobre que pasaron de USD 115 mil a USD 135 mil. Otros productos que incrementaron su participación en el periodo de análisis fueron las demás manufacturas de cinc con exportaciones de USD 128 mil y quinua con USD 111 mil. Cabe mencionar que en este periodo se ha registrado una fuerte contracción en las exportaciones de las demás fibras discontinuas acrílicas que en el periodo de análisis pasaron de USD 828 mil a USD 85 mil.

- **Identificación de nuevas oportunidades y amenazas registradas en el trimestre de evaluación.**

En relación a las tendencias del mercado turco, se han identificado oportunidades en el sector de alimentos nutritivos y saludables como kiwicha, chía, snacks de quinua y de maíz gigante principalmente. Otros productos que están siendo requeridos son los espejos de vidrio pintado y artículos de mesa de cocina.

Entre las amenazas que presenta el mercado turco, la principal que se puede considerar es la correspondiente a la inestabilidad política del país debido a que luego de las elecciones para el Congreso Turco que se desarrollaron en junio del presente año no se llegó a formar gobierno dado que el partido de gobierno actual (AK Party) no obtuvo la mayoría absoluta, ni pudo lograr una alianza con otros partidos. Esto ha llevado a que se haya llamado a nuevas elecciones que se desarrollarían el 1 de noviembre. Esta incertidumbre política ha llevado que muchas inversiones y negocios se hayan postergado hasta que se tengan los resultados de las elecciones. Adicionalmente, la situación de inestabilidad y guerra en los países vecinos, ha generado una reducción en las exportaciones turcas a esa región que era una de las principales zonas que abastecía. Por último, cabe señalar la reducción en el crecimiento económico de Turquía tanto

**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*

por reducción de las exportaciones como de importaciones de las que depende para abastecer de insumos a su industria. También, el consumo interno esta decreciendo debido a la inestabilidad política y económica.

1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Cambio de sistema de inspección de los contenedores de andalucita, en donde se exigía la inspección y pase por rayos X de todos los contenedores de ese producto procedentes de Perú. Antes solo se efectuaba una inspección aleatoria.

Se habló con las autoridades para tratar de cambiar el sistema nuevamente a aleatorio. Mencionaron que esto se iba a regularizar una vez pasado un periodo de inspección de 6 meses, que este sistema no iba a ser permanente.

Se logró el registro del aceite de sacha inchi por parte del Ministerio de Agricultura de Turquía. Esta autorización de registro se logro en base al trabajo conjunto entre los negociadores del TLC Perú – Turquía que vinieron para la tercera ronda de negociaciones a Ankara y la OCEX Estambul.

1.1.2 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

Importadores y exportadores

Productos manufacturados de vidrio

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.

PROECUADOR y PROMEXÍCO

Participación en Ferias como World Food Istanbul: En el caso de ProEcuador participo con 4 empresas con los siguientes productos: pulpas de frutas congeladas y enlatadas, café soluble, chifles, snacks de vegetales, barras energéticas. ProMexico participo con 6 empresas que presentaron aloe, café, salsas, chía, productos de agave, entre otros.

Cabe señalar que en el caso de ProMexico la función más importante desempeñada por el representante comercial es la de promoción de inversiones.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹

Actividad	Nº de Exportadores Apoyados	Nº de Compradores participantes	Nº de Productos Promocionados
Misión compradores Expoalimentaria		3	9
Feria World Food Estambul	3	34	10

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 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*

TOTAL			
--------------	--	--	--

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **EXPOALIMENTARIA 2015:** Se seleccionaron y enviaron 3 importadores a la Feria. Como resultado de esta misión de compradores se ha logrado lo siguiente:

YAYLA: Esta empresa ya ha emitido órdenes de compra para 7 contenedores de quinua blanca, roja y negra y 2 contenedores de chíá de la empresas Xpodeka y MG Natura Peru por un valor de USD 283,500.00. De acuerdo al Gerente Comercial de Yayla que viajo a Lima, espera que a Diciembre puedan importar quinua, chíá y kiwicha por USD 250,000.00 más.

DEMAK GIDA: Interés en importar productos procesados de quinua, espárragos y maíz gigante del Cusco en snacks, con un valor estimado de compra de USD 60,000.00.

KALEDONYA: Interés en importar frutas y vegetales tanto frescos como procesados y congelados, así como productos agrícolas orgánicos por un valor estimado de USD 150,000.00

- **Feria World Food Estambul:** Participaron las empresas exportadoras Tierra Orgánica con quinua, chíá, frijol redondo, pallares, habas; G Foods Native con productos naturales como harina de maca, yacon, lúcuma y Danper Trujillo con conservas de frutas y vegetales, quinua procesada lista para consumir. De acuerdo a las encuestas efectuadas luego de la feria, G Foods Native tenía una orden de compra inmediata por USD 70,000.00 y proyecciones de venta de USD 500,000.00 en los próximos 12 meses; Tierra Orgánica proyectaba ventas por 200,000 en los próximos 6 meses y USD 500,000.00 en un año y Danper Trujillo menciona que solo estimaba ventas por USD 30,000.00.

1.3 ATENCIÓN DE CONSULTAS

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas
Textil	1	1		
Agro	5	5	6	6
Manufacturas diversas	3	3		
Pesca	1	1	2	2
Servicios				
TOTAL	10	10	8	8

2 PROMOCIÓN DE INVERSIONES**2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	Nº de inversionistas (empresas / personas) atendidos	Nº de empresas peruanas promovidas
Participación en Simposio Turkey – Eurasia Mining Show	15	1



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*

TOTAL	15	1
-------	----	---

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Participación en Simposio Turkey – Eurasia Mining Show**

Lugar: Hotel Conrad Estambul

Fecha: Setiembre 8-9, 2015

La participación en este evento fue solicitada a la OCEX Estambul por la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, quien asumió todos los gastos de la participación de esta OCEX en el evento. El objetivo fue promover el Simposio Internacional del Oro y de la Plata a desarrollarse en mayo 2016 en Perú.

De acuerdo a información de la SNMPE, una empresa de refinería de oro que participo en el simposio ya confirmó su asistencia al Simposio del Oro.

3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el tercer trimestre del año se han limitado las actividades de promoción debido tanto a que este año desde mediados de junio hasta mediados de julio se celebra la fiesta religiosa de Ramadan, en la que las actividades comerciales en Turquía y en el mundo musulmán se hacen más lentas, debido al ayuno que muchas personas hacen. Adicionalmente, Agosto es mes de vacaciones en Turquía y por tanto no hay ferias ni otras actividades comerciales principalmente debido a que mucha gente sale de viaje aprovechando las vacaciones escolares. Es recién a partir de setiembre que las actividades comerciales se reinician.

Los buenos resultados obtenidos con la participación de las empresas peruanas en la Feria World Food Istanbul, hace que se recomiende la participación de más empresas exportadoras en esta exhibición en el 2016.