

**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 TEL AVIV

1. PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

1.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DESTINO

Israel es un destino nuevo para las empresas peruanas. En el 2015, registró el puesto 40 en el ranking “Doing Business” elaborado por el Banco Mundial. Si bien existe una general disposición para realizar negocios con el mundo, el Perú es un destino que recién empieza a estar en la mente de los ejecutivos de las empresas importadoras.

El producto exportado más importante es la quinua. En el año 2014, representó 26% en valor de las exportaciones no tradicionales, es decir US\$ 3.54 millones equivalente 853.70 TM. A setiembre año 2015, el valor es de US\$ 1.83 millones que equivalen a 642 TM. Estas cifras reflejan un evidente menor ingreso en dólares debido al decrecimiento del precio por TM originado por la sobreoferta de producción.

Otros sectores con potencial son el sector maderas, que tuvo una reducción de US\$ 259 mil dólares a US\$ 46.2 mil dólares. La madera solicitada es la IPE y donde pocas empresas están enfocadas. El sector pesca, liderada por productos conservados de anchoa, tuvo también una reducción de US\$ 145 mil dólares a US\$ 82 mil dólares, del 2014 al 2015 respectivamente. Factores climáticos generaron reducción de la producción afectando a las empresas en sus exportaciones.

Las oportunidades que ofrece el mercado de Israel están en la quinua y todo producto derivado con valor agregado y con el mayor tiempo de vida posible en repisa. Productos como barras de cereal, fideos, pantón, cerveza, avena, cosméticos entre otros, hechos a base de quinua representan un potencial. Existe una población vegana estimada en 300 mil personas que aprecian la quinua y sus derivados.

Así también, tienen oportunidad productos tales como la alcachofa, pimientos, corazones de palmito, chutney de mango, pimientos picantes entre otros, todos procesados. Productos orgánicos y con certificación kosher son productos con mucha aceptación en el mercado.

Otra oportunidad, es que el año 2016 ha sido proclamado año internacional de las legumbres. En este marco, se podrá promocionar las legumbres que llegan de Perú, productos que en diversas oportunidades no son competitivos en el tema de precios. El producto con mayor potencial es el “Lima bean”.

En relación a las prendas de algodón, se consideran con potencial para mercado selecto que pueda apreciar la calidad del producto y no el precio. Finalmente, el pisco, puede tener un espacio en el mercado a pesar de la robusta competencia con el vodka.

**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

Se deberán listar las variaciones a la legislación del país destino, que puedan afectar el acceso a productos importados, especialmente los peruanos.

En términos generales, los productos envasados y/o procesados, dependiendo de su origen, son susceptibles de ser importados. La regulación varía de producto a producto. En los últimos 10 meses, la OCEX Tel Aviv ha estado haciendo seguimiento al Instituto Estándar, al supermercado Tivtaam y a sus proveedores peruanos, para alcanzar los niveles deseados por las autoridades Israelíes. A la fecha se tienen listas todas las aprobaciones de 12 productos procesados nuevos que serán comercializados por primera vez en cadena de supermercados de Israel.

Con relación a los productos frescos, Israel no ofrece interés en recibir producto importado. La OCEX Tel Aviv, estuvo haciendo seguimiento a una solicitud de SENASA del año 2011 para exportación de granadas. El 28 de Setiembre, la OCEX Tel Aviv, recibió comunicación indicando que dado que para el importador Israelí no es relevante, la oficina de Plant Protection Inspection Services decidió no continuar con el procedimiento para poder exportar granada fresca a Israel. Es importante mencionar, que no es un requerimiento mandatorio que los productos deban tener certificación kosher, pero si lo tiene, el mercado se amplía a una mayor cantidad de consumidores. La mayor barrera entrada es el costo de la certificación. La OCEX Tel Aviv, promueve que el costo sea compartido con el exportador.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
Promoción de Pisco	10	4	1

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Promoción de Pisco**

Lugar –Residencia del Embajador del Perú. El 27 de julio del 2015

Se aprovecharon las fiestas patrias para contratar servicios de barista e invitar a representantes de empresas importadoras israelíes a que degusten cócteles peruanos.

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***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	0	0	0	0
Agro	12	21	15	4
Manufacturas diversas	0	1	0	0
Pesca	0	0	0	0
Servicios (*)	10	12	10	10
TOTAL	22	34	25	14

(*) Se recibió delegación Peruana de Videojuegos y Start ups (DLD event). Así también se identificó Venture Capital para evento Lab4 Alianza del Pacífico en Puebla México.

2. PROMOCIÓN DE TURISMO**2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	Nº de empresas / operadores atendidos	Nº de participantes / personas atendidas
Perú como destino turístico de surf	3	200
Promoción turística a Soldados	3	0
Promoción de la Gastronomía	2	0
Promoción de la selva Peruana	2	0
TOTAL	9	200

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

La OCEX Tel Aviv trabaja constantemente por ver las formas de incrementar el número de turistas israelíes que llega al Perú. De ahí que nuestra estrategia es promover al Perú en diversos campos: Perú como uno de los mejores destinos para surfing; las gastronomía Peruana como uno de los líderes mundiales; el Perú como destino turístico para familias, etc.

- **Perú como destino turístico de surf**

LA OCEX invito al reconocido surfista israelí, Amit Inbar a conocer las olas de las playas del Perú y así ayudarnos a promocionar nuestro países como destino de surfing. Amit Inbar organiza viajes de surfing a diferentes partes del mundo y el Peru está ahora en su lista de prioridades. A su regreso organizamos y coordinamos junto con Amit un evento para los surfistas israelíes en el que se presentó al Perú como uno de los mejores destinos de surfing en el mundo y se promocionó también las playas del norte (Chicama, Mancora, etc). El primer grupo de surfistas



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*

viaja con Amit Inbar a Chicama este 14 de Octubre. El segundo grupo saldrá a mediados de abril. Amit estima que en los próximos 12 meses llevará unos 200 surfistas al Perú.

El evento tuvo lugar en Michmoret Banana beach – el 27 de agosto del 2015

Se presentó al Perú como opción de destino para surfistas mediante una charla y sesión informativa llamada “Amit Inbar en las playas del Perú”. Esta actividad contó con el apoyo de la línea aérea KLM.

Durante la actividad se observó un importante interés por el destino Perú, a raíz de los múltiples videos y updates que publicó Amit en los medios sociales estando en Perú y a su regreso.

El impacto de la actividad fue inmediato y el primer grupo de surfistas saldrá hacia el Perú el 14 de Octubre.

- **Promoción turística a Soldados**

Uno de los objetivos de la OCEX es incrementar el número de soldados liberados que llega al Perú cada año. Para esto hemos estado en contacto con diferentes entes para analizar cuál sería la mejor forma para promocionar el Perú y también ver las posibilidades de ofrecer tarifas aéreas atractivas. Hemos estado en conversaciones con la Compañía aérea LAN y también con LATAM para ver cuáles son las posibilidades de crear nuevas tarifas o un paquete de rutas con tarifas atractivas. Estamos analizando también oportunidades de alianzas para presentarle al viajero productos nuevos que puedan calzar con lo que buscan.

Hemos estado viendo las posibilidades también de visitar bases militares y dar una charla cultural sobre el Perú y así promocionar nuestro país. Sabemos que la mayoría de soldados realiza un viaje largo (6-8 meses) después de que se libera del ejército. Creemos que nuestras charlas informativas podrán influenciar en su decisión a la hora de elegir el destino de su viaje.

- **Promoción de la Gastronomía**

Hemos realizado una serie de reuniones con los productores del programa de TV “Aharoni & Gidi's Wonderful Journey” para interesarlos por filmar en el Perú y mostrar la gastronomía peruana a los israelíes (tema que llamara mucho la atención y sorprenderá a los tele espectadores). Ahora que logramos su interés estamos en reuniones para conversar sobre el contenido del programa, etc.

- **Promoción de la selva Peruana**

Se promocionó la Selva Peruana (Loreto) y reserva natural Pacaya Samiria en los medios digitales israelíes. La OCEX invitó a dos periodistas israelíes a que conozcan la selva norte del Perú, la cual sabemos MINCETUR está interesado en promover, para que el Israelí, que por lo general conoce Madre de Dios, conozca otras opciones. Los artículos sobre esta región del Perú aparecieron en los medios digitales más leídos en Israel (lametayel.co.il y ynet.co.il)

**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
Reuniones con Liron Zeidin	1
Reuniones con Roy Sharon	1
Evento Alianza del Pacífico con la cámara israelí- latinoamericana	Por determinar

3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Las actividades realizadas en el departamento de inversiones han sido inicialmente para dar a conocer al Perú como destino seguro, en comparación con el resto de Latinoamérica, para invertir. Asimismo la OCEX se ha valido de estas reuniones para analizar el mercado y sus tendencias en el área de inversión.

- **ACTIVIDAD 1**

Oficina Comercial– Reunión con Mr. Zeidin el 4.09.15

Se concertó una cita con el Sr. Liron Zeidin, él trabaja en una compañía que maneja las pensiones en Israel, Excellence. Dicha compañía tiene fondos grandes y están a la búsqueda de lugares en los que invertir grandes cantidades.

- **ACTIVIDAD 2**

Oficina Comercial– Reunión con Roy Sharon el 27.09.15

La empresa Effective Ltd mostró interés en sembrar dátiles en Peru. El Sr. Roy Sharon, representante de la compañía, busca lugares donde haya tierra fértil para mover su producción.

- **ACTIVIDAD 3**

Cámara de Comercio Israelí-Latinoamericana– Coordinación de Evento Alianza del Pacífico.08.09.15. El evento tendrá lugar el 15.10.15.

Durante los últimos meses se ha estado coordinando con la Cámara de Comercio y su representante; Gabriel Hoyon, la participación de Perú en un Evento de la Alianza del Pacífico en el cual el Embajador del Perú y el Consejero Comercial presentaran las oportunidades que ofrece el Perú en cuanto a inversiones, importaciones y turismo.



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*

4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

4.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Se identificó a dos restaurantes con oferta de comida peruana. Se ha hecho propuesta para identificar insumos peruanos. Uno de ellos es el pisco. Uno de ellos, ya empezó a trabajar, es un restaurante pequeño de un chef conocido. El segundo, es una inversión de mayor envergadura, pero no empieza a operar aún.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La inversión promocional debe estar orientada en el sector agrícola principalmente. Quinoa es el producto más importante.
- Se proyecta una reducción de exportaciones no tradicionales debido al peso de específico de la quinoa y su baja de precio por tonelada.
- Se propone que Promperu a través de sus medios de difusión, promuevan las certificaciones como la kosher para poder acceder a nuevos mercados.
- En el caso de Israel, los desembolsos para la ejecución de actividades promocionales deberán ser durante los primeros 8 meses del año solamente. La festividad de año nuevo es entre set y oct, donde se celebran muchas festividades y donde se debe aprovechar para generar ventas.
- La tensión política con los países vecinos genera tensión para promover el turismo. A pesar de ello, salen más de 14 millones al exterior, según cifras reportadas por Ben Gurion Airport 2014.
- Una vez que los restaurantes peruanos estén funcionando, éstos podrán ayudar a impulsar la importación de insumos peruanos.
- Debido al desinterés de importar productos frescos a Israel, la forma de cómo promover los productos frescos desde Perú, es presentar empresas Israelíes a empresas exportadoras peruanas, con el objetivo que éstas compren y hagan la exportación directamente desde Peru.