

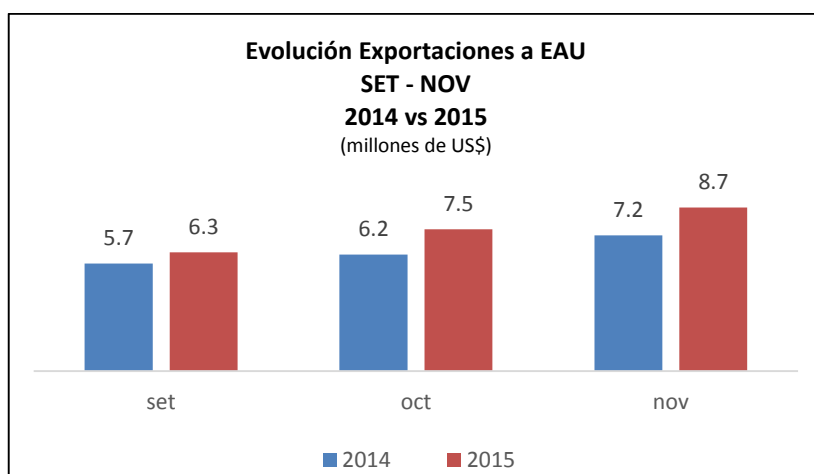
**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
ExteriorDecenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau

INFORME DE GESTIÓN IV TRIMESTRE OCEX DUBÁI

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

La evolución de las exportaciones no tradicionales del Perú a Emiratos Árabes Unidos (EAU) durante los últimos tres meses ha sido positiva en relación al mismo periodo del año anterior, donde cada mes evaluado en 2015 supera el nivel de exportaciones del mismo mes en 2014.



Entre los principales productos exportados se destacan: uvas frescas, vidrios de seguridad, cápsulas fulminantes, jalapeños, granadas frescas e hilado de pelo fino, entre otros.

Principales oportunidades y amenazas registradas en el mercado durante el cuarto trimestre:

Oportunidades:

6 restaurantes de gastronomía peruana en funcionamiento. Uno de ellos entre los mejores 10 por descubrir a nivel mundial en 2016 según CNN.

8 restaurantes de gastronomía peruana en proceso de apertura para los próximos seis meses: creciente demanda de productos peruanos.

Desarrollo del sector orgánico, con un manifiesto interés de los importadores locales por alimentos frescos y secos de esta categoría provenientes del Perú.

Selección de Lima entre los 4 destinos dentro de la estrategia de promoción de la nueva ruta aérea sin escalas Dubái – Panamá de la aerolínea Emiratos: mayor conectividad con Latinoamérica.

Amenazas:

Implementación de nuevos impuestos a ciertos productos y servicios: gasolina, agua potable, servicios de hotelería, servicios de mensajería, y otros, que encarecen el costo de vida.



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**

Regulaciones aduaneras independientes y autónomas en cada emirato.

Sistema de gobierno: al ser una monarquía absoluta, las reglamentaciones pueden cambiar de manera imprevista y sin mayor comunicación.

Conflictos bélicos en países vecinos que vienen obligando al gobierno a implementar ciertas medidas de seguridad, generando limitaciones en la importación de determinados productos.

1.2. REGULACIONES DE ACCESO

Si bien es cierto no ha habido variaciones en las regulaciones de acceso, la actual circunstancia geopolítica de la zona de Medio Oriente ha hecho que por lo menos las Autoridades de Dubái (cada Emirato es independiente y autónomo en la aplicabilidad y fiscalización de sus normas) intensifiquen la correcta aplicación de las regulaciones. Principalmente en lo referido a la presentación de certificados emitidos por las Autoridades competentes de los países emisores, llegando a aplicar multas de hasta US\$ 5 mil por incumplimiento.

1.3. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

- Chile

Participación con stand en la feria Seafex (productos del mar).

- México

Misión comercial y de inversiones realizada en la Ciudad de México con el objetivo de promover EAU como destino re-exportador y hub de la región. Misión organizada conjuntamente con FDI – Dubái.

Misión comercial dentro del marco de la misión política de avanzada liderada por el Sub-Secretario de Economía (Viceministro) con miras a la preparación de la visita Presidencial de enero 2016.

- Colombia, México, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, conjuntamente con Perú

Presentación del país, exposición de las oportunidades comerciales, oferta y capacidades exportadoras, conectividad y promoción del destino turístico a los directivos comerciales y de planificación de rutas de la aerolínea Emirates.

- Brasil

Participación con Stand en la feria Big 5.

Las demás agencias directamente competidoras no han mostrado mayor actividad.

**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****1.4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹**

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes (Empresas)	N° de Productos/ Servicios Promocionados
Misión Comercial – Productos de belleza	1	2	2
Big 5	2	58	3 **
TOTAL			

* Inversión total financiada desde el segundo trimestre por exigencias del Comité Organizador que requiere pagos anticipados para asegurar la participación.

** Se ha considerado 3 tipos de productos de acuerdo al código arancelario: sanitarios, cerámicas y productos de triplay, los cuales tienen diversas presentaciones.

1.4.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **MISIÓN COMERCIAL - PRODUCTOS DE BELLEZA**

Dubái – 21 y 22 de octubre de 2015

Gestión y seguimiento de citas para el cierre de negocios con distribuidor local.

Resultados:

Firma de un contrato para la distribución exclusiva de productos capilares con un distribuidor local reconocido en el mercado. Posibilidades latentes de, a través de Dubai, desarrollar los países del CCG e Irán.

- **BIG 5**

Dubái – 23 al 26 de noviembre de 2015

Feria de materiales de construcción más grande en el Medio Oriente.

Resultados:

Participación de 2 empresas peruanas. Presentación de maderas (triplay), cerámicos y sanitarios.

Reuniones en conjunto dentro de la feria con 58 compradores locales, los cuales mostraron interés principalmente en los artículos de cerámica y los sanitarios.

Seguimiento y apoyo en la coordinación de reuniones adicionales surgidas en la feria.

Una de las empresas participantes evalúa la posibilidad de la apertura de una sede en Dubái para trabajar tanto el mercado local como los países del CCG.

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 Consolidación del Mar de Grau****1.5. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS²**

Actividad	Nº de Compradores Participantes	Nº de Exportadores Participantes
Fidelización de distribuidores/ proveedores	10	N/A*
Promoción de productos peruanos	6**	14
Servicios Editoriales	100	1
TOTAL		

* En la fidelización de distribuidores/proveedores se promueve el consumo de productos peruanos con base a las necesidades del mercado. El número de empresas peruanas que serían beneficiadas no resulta definible.

** 4 chefs candidatos a la premiación de mejor chef del año, quienes son decisores de compra, 2 importadores locales, y número de compradores individuales no medible.

1.5.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **FIDELIZACIÓN DE DISTRIBUIDORES**

Dubái – octubre a diciembre de 2015

Reuniones con los principales distribuidores locales del sector alimentos y bebidas para promover el consumo de productos peruanos, dando a conocer la demanda del mercado y presentando potenciales fuentes de consumo mediante la interacción entre restaurantes, chefs peruanos e importadores locales.

- **CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS PERUANOS**

Dubái – octubre a diciembre de 2015

Promoción de productos peruanos mediante participación en eventos conjuntos con las revistas BBC Goodfood y Pro Chef, y principal patrocinador de la “Competencia anual entre los mejores Chefs de Medio Oriente”.

La actividad promocional constó de 3 acciones:

La participación de la OCEX en el evento “The Pro Chef Middle East Awards 2015”, ceremonia de premiación de la industria de restaurantes. En la misma se entregaron galardones a los mejores restaurantes de 4 y 5 estrellas, chefs y bar tenders, entre otros. En esta ceremonia el restaurante peruano Coya Dubái ganó en la categoría de “mejor restaurant”.

Los asistentes fueron 500 personas de la industria, en su mayoría Chefs y representantes de restaurantes. La ODXB participó en este evento mediante un stand del Perú, en el que se presentó gran parte de la gama de productos peruanos que actualmente se comercializan en Dubái, y se entregó material promocional. Asimismo, desde el stand, se ofreció a los asistentes ceviche como aperitivo.

“Competencia entre chefs”: 4 chefs de restaurantes de Dubái, pre-seleccionados por la revista BBC Good Food como los 4 mejores de Medio Oriente, participaron de este evento en el cual se presentó a los mismos una caja sorpresa conteniendo productos peruanos diversos.

² Son aquellas actividades en donde el impacto en ventas no puede ser fácilmente determinado, como seminarios, campañas de promoción en puntos de venta, apoyo a la internacionalización de marcas, 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 Consolidación del Mar de Grau**

El buen uso de los productos peruanos en la elaboración de platos creativos era el criterio de evaluación del jurado de expertos.

Participación de la OCEX en el evento de premiación “BBC Good Food Awards”, ceremonia de premiación en la cual se anuncia el ganador del punto II. La oferta exportable peruana, la gastronomía y la Marca País fueron promocionadas en el evento, al que asistieron medios y representantes de la industria.

Cabe mencionar que los tres eventos contaron con publicidad en distintos medios locales.

- **SERVICIOS EDITORIALES**

Dubái – Noviembre de 2015

Primera participación de la editorial peruana “Los libros más pequeños del mundo” en la feria del libro de Sharjah, EAU.

Resultados: Ventas efectivas realizadas en la feria estimadas en US\$ 18,000. Perspectiva de negocios editoriales en traducción e impresión.

1.6. 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	1	1
Agro	39	38	57	49
Manufacturas diversas	11	11	17	17
Pesca	3	3	1	1
Servicios	2	2	2	2
Tradicionales	1	1	3	3
TOTAL	58	57	81	73

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

Las visas emitidas por el Consulado General del Perú en Dubái durante el año 2015, ascienden a 268. Cabe resaltar que gran parte del 85% de extranjeros residentes en el país no requieren visa para viajar al Perú.

Reiteramos la necesidad de medición certera consultando país de residencia (y no solo nacionalidad) en el momento de paso por el control migratorio a fin de obtener datos precisos respecto a los turistas de EAU viajando al Perú.

**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**

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Atención por mail	1	1
Misión Comercial	1	7
TOTAL	2	8

2.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- **MISIÓN COMERCIAL – OPERADOR DE DESTINO**

Dubái – Octubre de 2015

Gestión y acompañamiento a citas para la promoción de servicios turísticos en destino.

- **PRESENTACION DEL DESTINO – EMIRATES AIRLINE**

Dubái – Diciembre de 2015

Presentación del destino Perú – estrategias de conectividad.

Durante el cuarto trimestre, y gracias a las gestiones realizadas por la OCEX en pos de lograr una mayor conectividad aérea, el Perú fue seleccionado para participar de una cumbre organizada por la aerolínea líder Emirates Airlines, con el fin de potenciar la ruta Dubái – Panamá próxima a inaugurarse el mes de marzo.

La presentación del Perú destacó a nuestro país como socio clave de la región de Medio Oriente y Asia a través de estadísticas que mostraron nuestro lugar como segundo destino de inversiones de EAU en América Latina, la amplia gama de productos que requieren una mejor conectividad aérea y datos clave sobre ventajas competitivas como la presencia de DP World en el puerto de Callao, que se ubica a menos de 10 KM del principal aeropuerto del país.

Resultados: Dado el impacto generado por la presentación, sumado al trabajo continuo que desde el año 2012 realiza la OCEX, Lima es una de las 4 rutas seleccionada por Emirates dentro de la promoción mundial de las rutas de conexión a través de Panamá, conjuntamente con Ciudad de México, Cancún y Bogotá.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES**3.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Durante el cuarto trimestre se confirmó la reciente inversión conjunta realizada por ADIA (2do fondo soberano más grande del mundo), con una participación de US\$ 280 Millones, y el fondo de inversiones peruano Sigma en el sector energético. Sigma tuvo su primer contacto con los fondos de EAU gracias a las gestiones de esta OCEX durante su participación en InPeru (Dubái, Mayo de 2013).

El total de la inversión tripartita realizada entre Colbun, ADIA y Sigma, se estima supera los US\$ 700 Millones, incluyendo los pasivos de la operación.

**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****4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS****4.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Gastronomía	8	24
Arte/Cultura/ Otros	1	4
TOTAL	9	28

4.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

El aumento del número de establecimientos que sirven comida peruana se ha visto reflejado en la prensa local, la cual ha cubierto positivamente nuestra gastronomía en diversas publicaciones.

Las actividades del trimestre respecto a la promoción de la imagen se han centrado en el asesoramiento a los establecimientos, a los envíos postales y al contacto con los medios.

**APOYO EN EL LANZAMIENTO DE NUEVOS RESTAURANTES PERUANOS - WAKA
Dubái – Diciembre de 2015**

Siendo la gastronomía peruana parte importante de la imagen país, se apoyó al Director de Operaciones y Chef del restaurante WAKA en la conceptualización del mismo: asesoramiento en la selección de espacio y presentación a socios estratégicos.

Coordinación de reuniones con distribuidores locales para el abastecimiento de insumos.

ENVIOS POSTALES

Dubái –Diciembre de 2015

Envío postal saludo por inicio de año 2016 (Marca País).

Envío postal en ocasión del ofrecimiento de asistencia a potenciales participantes de la cumbre del FMI-Banco Mundial.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados positivos registrados a noviembre de 2015 muestran un crecimiento acumulado del 21% en las exportaciones no tradicionales respecto al mismo periodo del año anterior, evidenciando la lectura correcta de las oportunidades del mercado y la posición creciente del Perú como socio comercial.

6. RECOMENDACIONES

Entre las principales recomendaciones para facilitar el logro de los objetivos planteados resaltamos:

Revisar el proceso completo, desde la evaluación y aprobación de compradores hasta la emisión de los tickets para las ferias realizadas en Lima. A pesar de presentar en tiempo y forma 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**

información requerida para la evaluación respectiva, no se cuenta con respuesta oportuna que permita el avance en la gestión de citas y perspectiva del viaje, manteniendo el suspenso de disponibilidad hasta el último momento, lo cual debilita nuestra imagen ante terceros.

Mejor y mayor promoción de las ferias de cada mercado entre las empresas peruanas con la finalidad de lograr mayor participación y oferta diversificada.

Establecer un correcto filtro de las empresas exportadoras que solicitan apoyo informativo o comercial con el objetivo de canalizar una oferta exportable concreta, consistente y coherente.

Recibir información oportuna sobre la oferta exportable y capacidad exportadora a tiempo.

Planificación de sesiones informativas sobre las oportunidades y facilidades que brinda cada mercado dentro de la comunidad exportadora peruana.

Verificar el registro de las exportaciones peruanas, a fin de asegurar la clasificación exacta y completa de las mismas: según datos de las autoridades locales se estima en promedio cifras de ingreso de productos peruanos tres veces mayores a las mostradas por la SUNAT, provenientes de centros de acopio en España, EE.UU y Países Bajos.

En la misma nota, facilitar herramientas que permitan visualizar la ruta completa de las exportaciones previa al ingreso a su mercado destino.

Manejar formatos uniformes, que se mantengan en el tiempo y que especifiquen con claridad la información que debe contener, a fin de que todos los reportes sean consecuentes con lo requerido y mantengan la uniformidad.

Medición certera de turistas ingresando al país mediante el registro por país de residencia (y no solo nacionalidad) en el momento de paso por el control migratorio. Recordar que en EAU el 85% de los residentes no es Emirato, por lo que la información de flujo de turistas desde este destino no es certera.

Catalogar a los países emisores de turistas no solo por su capacidad emisora sino que a su vez como plataforma mundial de conectividad de cara a la consideración de actividades globales. En consecuencia considerar la capacidad de gasto más allá del número emisor por país.

Canalizar las comunicaciones entre los interlocutores a través de la OCEX con el fin de evitar un doble discurso y disparidad de mensajes.

En las sedes donde existan OCEX, evitar alcanzar comunicaciones que incentiven a la promoción de ferias como PM, PGS, EA entra otras, a través de canales ajenos a las OCEX.

Oficializar que en todo país donde existan OCEX estas sean los únicos organismos con la potestad de realizar y coordinar actividades de promoción en materia comercial, de turismo, imagen e inversiones con el objetivo de mantener una sostenibilidad, consistencia y coherencia, además de evitar posible duplicidad de funciones.



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 el caso particular de la OCEX Dubái, se reitera las ventajas que ofrecería el contar con una jurisdicción ampliada a los países del Consejo de Cooperación del Golfo, así como la consideración de ampliar la misma a la República Islámica de Irán, dado el paulatino proceso del levantamiento de sanciones.

Proporcionar los recursos, espacio físico adecuado y herramientas necesarias para el logro de los objetivos planteados.

Aprovechar de manera más amplia las actuales oportunidades que brinda y que se proyecta brindará el hecho que Dubái sea sede de la Expo Universal 2020.

Finalización de la firma del tratado de Cielos Abiertos de cara a profundizar las acciones de gestión para incrementar la conectividad aérea.

Considerar el establecer equipos de trabajo para evaluar la firma de los Tratados de Protección de Inversiones y Doble Tributación con los EAU, o como parte de un TLC con los países del CCG.