

**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”**INFORME DE GESTIÓN II TRIMESTRE 2016**
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. Los productos que tienen una demanda sostenida son el cacao, el cinc y las frutas y hortalizas los cuales tienen un peso específico.

Se ha identificado un interés en nuevos sectores como el de lacas y colorantes que debemos intensificar. Definitivamente la tendencia BIO viene creciendo a altas tasas y se están desarrollando estudios de mercado por regiones con el fin de mejor enfocar las características de los productos orgánicos peruanos con valor agregado

1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO**- DG SANTE – UNIÓN EUROPEA**

Moluscos Bivalvos sin Eviscerar – En evaluación

Novel Foods – Se espera nueva legislación que simplificará ingreso

DISRUPTORES ENDOCRINOS – En evaluación la consulta Pública sobre mínimos

Acciones realizadas: Coordinaciones con las siguientes instituciones:

- DG SANTE
- SANIPES
- EFSA
- Misiones Diplomáticas en Bruselas
- Asociaciones de Importadores y Productores europeas

Análisis

Hasta el mes de mayo 2016 se encuentra una caída de 23% de las XNT a Bélgica como consecuencia de una menor adquisición de Zinc por parte de las empresas belgas. Dichas exportaciones pasaron de US \$50 MM a US \$28MM, es decir un descenso del orden del 44%. En este sector la promoción comercial no tiene mayor impacto debido a que las adquisiciones están sujetas a la capacidad industrial de Bélgica. Siendo este material entre un 45% y 50% del monto histórico del total de las XNT a Bélgica el descenso al mes de mayo 2016 del 23% significa que por lo menos un 50% de la caída del Zinc ha sido compensado por una mejora general de otros productos, especialmente del sector Agro.

Se puede apreciar que las exportaciones de VOTORANTIM METAIS – CAJAMARQUILLA S.A., empresa de origen belga cuyas ventas están ligadas directamente a los importadores de este país, cayeron en la misma proporción que la caída del cinc a este país. Sin embargo se espera una recuperación en los próximos meses o cuando se tengan las cifras de junio que aún no están disponibles.

AGRO - Se ha podido observar crecimientos importantes en el sector AGRO con incremento particularmente importante con los plátanos (125%), cacao en grano (15,558%), paltas (46%) y la malta sin tostar. Igualmente el cacao crudo se mantiene firme con un incremento del 3%. Debemos insistir en

el “fenómeno Rotterdam”, de las frutas que se descargan por ese puerto pero que en un 80% son destinadas a otros países europeos, una gran parte a Bélgica.

PESCA – Hasta el mes de mayo 2016 sigue pronunciándose las importaciones de anchoas en conserva un producto que se ha logrado introducir como consecuencia de una campaña d promoción de la OCEX BRUSELAS en particular con la empresa Charlier Bravo, que reemplazó sus compras originarias de Marruecos por producto peruano con alto valor agregado. Además dicha empresa ha comenzado a adquirir productos agrícolas como alcachofa y espárrago. Justamente, con referencia a este producto se está registrando una menor adquisición por las empresas belgas pero aquí también se tiene que tener en cuenta la distorsión que presenta las compras realizadas por el puerto de Rotterdam Uno de nuestros principales colaboradores es la empresa Special Fruit que nos manifiesta que sus compras de este producto son normales, lo cual no se muestra en las estadísticas de PROMPERU/SUNAT como consecuencia de dicha distorsión. Se registra un importante descenso en la importación de conchas de abanico pero hay que esperar los meses venideros pues la presencia de este producto es notoria en los supermercados. En este caso también existe una distorsión referente al puerto d destino pues la cadena Carrefour compra y distribuye sus productos importados desde Francia.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Cuadro Resumen

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
SEAFOOD	PESCA	30	13
PERU MODA –GIFT SHOW	TEXTIL		5
PERU MODA LONDRES	TEXTIL/AGRO		2
Convocatorias Ferias Emblemáticas	AGRO		131
EXPOALIMENTARIA	ALIMENTOS		
Promoción Textiles	TEXTIL- DISEÑADORES	N.A	N.A
TOTAL			211

SEAFOOD EXPO GLOBAL

Los exportadores peruanos realizaron en conjunto 1,092 contactos y concretaron negocios por US\$ 80, 000,000. Los principales productos comercializados fueron las conchas de abanico, los langostinos y la trucha. También se resalta en esta edición la presentación de productos con valor agregado, presentándose por primera vez los nuggets de pota a base de harina de quínoa. Este evento contó con la participación de una delegación de 30 empresas peruanas incluyendo 7 pymes, de las cuales dos tuvieron su primera experiencia en feria internacional.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

También cabe resaltar la participación de representantes del Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES) quienes tuvieron la oportunidad de estrechar relaciones con sus pares internacionales.

La OCEXBRUSELAS contactó 53 empresas belgas informándolos de la oferta exportable peruana presente en el stand del Perú. Se les facilitó folletos con el detalle de dicha oferta. 17 empresas mostraron interés de visitar el stand de Perú y de concertar una cita de negocio si así lo creían conveniente.

Las empresas peruanas que realizaron reuniones con empresas belgas son las siguientes:

- Acuacultivos del Pacífico
- Acuicultura Técnica Integrada del Perú
- Inversiones Prisco
- Inversiones Perú Pacífico
- Refrigerados Fisholg & Hijos
- Provedora de Productos Marinos
- Amazon Harvest

Como resultado de esta feria se logró la visita al Perú de la empresa Klaas Puul cuya Gerente visitó el Perú en el mes de mayo y visitó las plantas de producción de langostinos de las siguientes empresas:

- Marina Azul/Iny/Camposol
- Ecosac
- Seafrost
- Altamar
- Spring Valley Fruit
- PRISCO
- ATISA

Según el informe de la visita que recibí de la empresa hay grandes probabilidades que inicie pedidos a algunas de las empresas visitadas con lo cual se sustituirán parcialmente las compras que realizan en Asia. Sin embargo debemos llamar la atención del problema suscitado cuando la compañía de taxis recomendada por PROMPERU en Piura asignó un vehículo que se quedó botado en Talara generándole un problema a los visitantes. Creo que se debe perfeccionar la lista de empresas proveedoras de servicio pues todo el esfuerzo realizado por la OCEX BRUSELAS puede perderse debido a un evento de esta naturaleza. En estos momentos aún se espera que la empresa de taxi devuelva el dinero recibido para lo cual se vienen realizando coordinaciones.

Importante mencionar también el contacto que se ha establecido con el Jefe de Compras de SETRACO, señor Dirk Lems, una de las empresas belgas más importantes de Bélgica con knowhow que les permite vender comidas preparadas con acento internacional y está interesado en evaluar la incorporación de recetas peruanas a su oferta. SETRACO compra mayormente productos originarios de Asia pero han mostrado interés en considerar los productos peruanos en el futuro. Se está coordinando una posible visita del Sr. Lems al Perú para el mes de setiembre.

Información del mercado obtenida en la actividad

Se identificó una tendencia para darle valor agregado a los productos marinos en presentación “Listos para comer”; “fáciles de preparar” y “tendencias Bio”.

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

La empresa Amazon Harvest destacó por la promoción del Paiche. Un medio de TV grabó una entrevista a su representante y la OCEX BRUSELAS está realizando el seguimiento respectivo para obtener copia de dicho video. Por otro lado, fue novedoso observar que esta empresa ha agregado a su empresa la piel o cuero del Paiche que puede ser transformado en lujosos artículos como carteras y zapatos.

Resultados y valoración de la actividad

Se ha registrado una reducción de la previsión de ventas respecto a las ferias Seafood de los dos años anteriores. Esto se debe al impacto que ha tenido el fenómeno del Niño que ha limitado sustancialmente la oferta, esperándose una fuerte recuperación para el próximo año.

PROMPERU reconoció el apoyo recibido de esta oficina a lo largo del evento así como el apoyo logístico prestado a algunas de las empresas.

Finalmente comentar que se notó el impacto de recientes atentados que causaron una disminución de visitantes al evento respecto a ediciones anteriores. Sin embargo, considerando dos hechos que han impactado en la edición de la SEAFOOD EXPO BRUELAS 2016, como han sido los atentados y el fenómeno del Niño, las expectativas de negocios registradas por los expositores en la encuesta así como sus comentarios permiten afirmar que el resultado es sumamente positivo. Por otro lado la participación de siete pymes peruanas durante estos tres días de feria cumple y favorece el objetivo de MINCETUR de internalización de pymes peruanas en el mercado europeo.

Es necesario continuar en el camino de agregar valor a la producción nacional del sector pesca y mejorar los estándares de calidad y de tipo sanitario.

Perú Moda 2016

A pesar del corto tiempo que se tuvo desde que PROMPERU nos envió la información pertinente, la convocatoria realizada por la OCEX BRUSELAS le permitió cubrir la cuota de empresas autorizada por PROMPERU.

OXFAM/MAGASINS DU MONDE

Fue un logro especial que una representante de la gerencia de OXFAM/Magasins du Monde asistiera a la feria pues ella tomará decisiones de compras. Los productos serán distribuidos a través de su red de más de 200 tiendas solamente en Bélgica pero podría también utilizarse su red alemana y francesas. En el 2017 se verá un significativo aumento de compras a Perú a través de sus representantes locales gracias a nuevos pedidos de Bélgica, según nos ha informado su representante. Además de la envergadura importante de esta institución ONG, es de resaltar el impacto que ella tiene en el desarrollo de las PYMES especializadas. Magasins du Monde distribuye una enorme gama de productos no solo textiles.

CHLOÉ

Se trata de una casa de alta moda flamenco que tiene un enorme interés en nuestros productos y que ya viene produciendo sus diseños en el Perú. Su gerente está trabajando elementos en baby alpaca y ha aumentado sus requerimientos. Sí se debe observar que no estuvo muy satisfecha con el sistema de ronda de negocios pues no llegaron tres empresas con las que tenía cita.

Por otro lado ella ya desarrolló su colección de verano con algodón Pima peruano como consecuencia de su visita. Y además ha incluido a su línea de productos zapatos de manufactura peruana. Está muy

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

entusiasmada y ha indicado poner todo su esfuerzo para incrementar las exportaciones peruanas a Bélgica y a través de su marca al resto de Europa.

Ferias Emblemáticas – Convocatorias

Durante el segundo trimestre del año la OCEX BRUSELAS ha realizado una intensa campaña de convocatoria para las siguientes ferias emblemáticas:

Fruit Logística
Seafood Global
Perú Service Summit

Norte Exporta
BIOFACH
PERU MODA LONDRES

Peru Moda – Gift show
EXPOALIMENTARIA 2016

Es necesario que el CEC participe en todas las ferias emblemáticas europeas y en aquellas peruanas en las que la promoción tenga un impacto importante, como será este año con la EXPOALIMENTARIA. Al no asistir se genera un desempoderamiento de la función y genera extrañeza de las empresas con las que se ha venido coordinando agendas y prospectos.

EXPOALIMENTARIA 2016

Se considera conveniente resaltar el resultado del esfuerzo realizado por la OCEX BRUSELAS en el trabajo de convocatoria para EXPOALIMENTARIA 2016. Por primera vez se ha logrado la presencia de al menos 10 empresas, mayormente del sector chocolatero y de frutas. Además la presencia de BIOVITA una empresa del nicho de alimentos energéticos ó “power foods”, que está con mucho interés en incrementar sus compras del Perú. Tanto así que está viajando su propietario con sus propios medios y además nos ha consultado para obtener asesoría para viajes de incentivos para sus trabajadores, la cual estamos proporcionando.

PROMOCION TEXTILES – 1ª. ETAPA – Escuela de Diseño IFAPME (Chateau Massart de Lieja)

La OCEX BRUSELAS logró el cumplimiento de la primera etapa del proyecto de Promoción de Textiles peruanos en Bélgica. El instituto de alto diseño de Lieja decidió utilizar la lana de alpaca peruana y el algodón Pima en el curso del último año en el que se desarrollan diseños de la mayor complejidad que permitirán a los estudiantes del tercer año mostrarlos en su presentación ante el público y casas de moda belgas y europeas en general, como tarjeta de presentación, si se quiere. La OCEX proporcionó suficiente material de cada producto y, bajo nuestro auspicio también se autorizó la participación de expertos en tejido en lana y del jersey de algodón quienes proporcionaron la enseñanza necesaria en estas técnicas, en forma previa a la elaboración de los diseños.

Se logró los siguientes objetivos:

- Familiarizar a los futuros diseñadores belgas con las nobles materias primas textiles del Perú.
- Visibilidad - Lograr que la población, consumidores y, en particular el sector profesional textil tenga presente y comente sobre los textiles peruanos y sobre el Perú en general
- Asociar o vincular los textiles tradicionales peruanos a una imagen contemporánea europea, avant garde.
- Asociar estos textiles a eventos concretos del mundo belga de la moda.
- A través de los jóvenes diseñadores belgas que son reclutados por el resto de Europa por su creatividad y profesionalismo, profundizar el conocimiento y uso de nuestros productos textiles, alpaca y algodón Pima.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- Comprobar el éxito de esta colaboración con el IFAPME de Lieja a manera de plan piloto que pueda servir para consolidar futuras acciones con otras escuelas de alto diseño belgas.
- Finalmente, pero no menos importante, el desarrollo de mejores prácticas en este formato que pueda ser aprovechado en otros países a través de nuestras OCEX.

I. Desarrollo Cronológico de la Actividad

Mayo 2016	<ul style="list-style-type: none">- Conclusión de diseños por los estudiantes.- Coordinaciones de OCEX con colaboradores técnicos.
Junio 2016	<ul style="list-style-type: none">- Evaluación de colecciones por jurado IFAPME.- Desfile en Le Cadran de Lieja con presencia de más de 600 asistentes y autoridades de Bruselas y Lieja. 21/6/16.- Premiación: Srta. Natacha Ciampitti por su colección « Deus ex machina ».

Información del mercado obtenida en la actividad

El interés mostrado por la Directora de la institución IFAPME, el Director del Curso y los profesores de tejido y manejo del algodón y también de la Presidenta de maGriffe rescatando siempre el valor de nuestra noble fibra de alpaca, la respuesta masiva de asistentes al desfile y el interés que ha causado este evento en el Instituto de Arte Moderno de Bruselas, Le MAD, que nos permitirá desarrollar en colaboración con ellos la segunda etapa; todo esto nos muestra que hay un enorme potencial a desarrollar para nuestras fibras y textiles en Bélgica; son productos apreciados

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

Conclusiones

El éxito de esta primera etapa de la actividad consistente en el entrenamiento de los estudiantes del último año de Diseño de Modas IFAPME de Lieja, ha permitido concretar la realización de la segunda etapa de la actividad en el mes de octubre/noviembre con la exhibición artística en colaboración con Le MAD. La visibilidad que se logrará en la segunda etapa se espera que sea masiva en el mundo de la moda de Bélgica y con repercusiones en toda Europa como consecuencia de la extensa red de contactos y prestigio de dicha institución.

Recomendaciones

Se repetirá esta actividad el año 2017, sea con IFAPME en Lieja o con otra institución de la Región Bruselas o de Amberes.

Se recomienda incorporar este modelo de promoción como ejemplo de Mejores Prácticas al sistema de promoción de las OCEX con el apoyo formal y programático de PROMPERU. De esta manera se podrá contar con los elementos (léase fibras textiles) necesarios de manera oportuna.

1.1 ATENCIÓN DE CONSULTAS

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas
Textil	5		5	
Agro	15		5	
Manufacturas diversas				
Pesca	3		3	
Turismo	2		2	
TOTAL	25		25	

PROMOCIÓN DE TURISMO

Comentario sobre la cantidad de turistas belgas – Se ha informado en repetidas oportunidades que las cifras contabilizadas en el Perú no coinciden con la información IATA que hemos obtenido de empresas que las obtienen para sus estrategias de mercado. Reitero la necesidad de contrastar los registros oficiales del Perú que parece que están equivocados.

Turismo Surf

Se ha realizado una intensa campaña promocionando con el turismo de personas que practican diferentes modalidades de surf. Se ha concluido la actividad la primera quincena julio 2016 y creemos que esta campaña permitirá un mayor arribo de turistas belgas interesados en kite, SUP y wave surfing en los próximos meses.

Además, en el segundo trimestre, se logró interesar la participación de importantes sponsors que han permitido en la primera quincena de julio llevar el evento con éxito, según se podrá observar en el informe correspondiente:

- Air Europa
- Chicama Boutique Hotel
- DUKELVOLK
- ZAN SURFBOARDS

2. CONCLUSIONES

4.1 Conclusiones y Recomendaciones

Evidentemente nos enfrentamos a una situación complicada de carácter mundial con la desaceleración de la economía pero se prevé ya la recuperación europea aunque de manera aún muy precaria. El BREXIT introduce nuevas incertidumbres que habrá que observar cuidadosamente. Pero Bélgica es uno de los países europeos que mejor está atravesando esta difícil coyuntura. Las compras renovadas de cacao y la dinámica de frutas como los mangos o los berries muestran una evolución positiva. Además se ha notado un creciente interés de inversionistas belgas que se debe aprovechar.

En el sector Turismo, es necesario una mayor inversión y aprovechamiento de las oportunidades locales, tanto de la Región de Flandes como de Wallonia y de Bruselas. Son públicos objetivo diferentes. Por otro lado consideramos indispensable que la OCEX PARTICIPE EN EL Salon des Vacances 2017 con stand propio. Se trata de la principal feria de turismo del BENELUX con más de 100,000 participantes cada año de los cuales una importante presencia profesional con quienes debemos mantener un contacto. Se ha podido apreciar que se están autorizando participaciones oficiales en las ferias de turismo de otros países europeos con mucho menor cantidad de visitantes, lo cual me parece muy bien por lo que se debe revalorar el Salon de Vacances, como ya se ha manifestado con anterioridad. El incremento marginal de turistas debe priorizarse en países como Bélgica cuyos viajeros tienen una alta capacidad adquisitiva. Es necesario que se revise el tema de las estadísticas de pasajeros belgas que llegan al Perú pues hay una discrepancia demasiado notoria entre las cifras de Migraciones y aquellas que el CEC ha conseguido de IATA proporcionadas por un colaborador de manera oficiosa.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

Finalmente la OCEX BRUSELAS debe tomar las medidas necesarias para optimizar sistema de información estadística. Se requiere mejorar y ampliar las fuentes de consulta a proveedores de bases de datos profesionales peruanas y europeas que se encuentran disponibles en el mercado.

Luis Olivares Pflücker
CEC OCEX BRUSELAS