



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”

INFORME DE GESTIÓN II TRIMESTRE 2016 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) al cierre de mayo del 2016 muestra una tendencia de crecimiento respecto al mismo periodo de análisis del año anterior.

Entre los principales productos exportados se destacan:

Granadas frescas, frijoles, mango, banano orgánico, quinua, jalapeños, espárragos, cápsulas fulminantes, preparaciones capilares, vidrios de seguridad y cofres de madera, entre otros.

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

Oportunidades:

- 7 restaurantes de gastronomía peruana en funcionamiento, y 7 restaurantes de gastronomía con influencia peruana en proceso de apertura para los próximos seis meses: creciente demanda de productos peruanos.
- Afianzamiento del sector orgánico, con una creciente demanda de los importadores locales por alimentos frescos y secos de esta categoría provenientes del Perú. Como por ejemplo el Banano Orgánico que a la fecha tiene en EAU a uno de sus 10 mayores destinos.
- Incremento de la demanda de productos frescos de países latinoamericanos, principalmente en el sector berries y cítricos.
- Incremento sostenido de las importaciones de Granada, convirtiendo a EAU en el 5to mayor mercado de las exportaciones Peruanas.
- A pesar de la caída de las exportaciones de vidrios de seguridad dadas las nuevas y más severas restricciones de importación por EAU, la propia coyuntura de la región sigue haciendo que el mercado sea el 3ro más importante para las exportaciones peruanas, siendo las perspectivas y proyecciones al alza.

Amenazas:

- Sistema de gobierno: al ser una monarquía absoluta, las reglamentaciones pueden cambiar de manera imprevista y sin mayor comunicación.
- Implementación de nuevos impuestos a ciertos productos y servicios, entre ellos el uso del aeropuerto de Dubai y la hotelería, evidencian el riesgo de nuevos impuestos a otros productos.
- Caída de la industria de transporte de bienes, con las limitaciones y demoras en el traslado de los productos que ello conlleva.
- Regulaciones aduaneras independientes y autónomas en cada emirato.
- Conflictos bélicos en países vecinos que vienen obligando al gobierno a implementar ciertas medidas de seguridad, generando limitaciones en la importación de determinados productos.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- Aumento del costo de vida, en particular en lo que respecta a educación, conllevando a que muchas familias decidan desmembrarse, quedando la cabeza de familia en EAU y el resto de los miembros en sus países de origen (recordemos que en EAU el 85% de la población es extranjera).

1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

No ha habido variaciones en las regulaciones de acceso, más allá que una nueva conducción en la institución aduanera ha impuesto mayor rigidez y control en la presentación de los certificados requeridos en tiempo y forma, con la consiguiente aplicación de multas ante las faltas respectivas.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **PROMOCION DE LA QUINUA - MAYTA**

Dubai – 3 de Abril de 2016

Promoción de la quinua en la inauguración oficial del restaurante MAYTA.

Resultados:

- ✓ Gestión de invitaciones a actuales y potenciales importadores de productos peruanos, con la consiguiente promoción de la oferta exportable y la imagen país que eso conlleva.
- ✓ A cada invitado se le entregó una muestra de quinua, y un libro de recetas, en bolsas con la Marca país.

- **AUTOMECHANIKA DUBAI**

Dubai – 8 al 10 de Mayo de 2016

Feria anual de la industria automotriz.

Resultados:

- ✓ Participación de 3 empresas peruanas, las que presentaron productos como piezas de bronce sinterizado, empaquetaduras y lubricantes.
- ✓ Primera participación del Perú en una feria del sector, con pabellón nacional, desde el año 2009.
- ✓ Las empresas que conformaron la delegación peruana (Industrias SG, Pevisa y Vistony) contaron con más de 100 citas comerciales, generando negocios por US\$ 1 Millón para los próximos doce meses.
- ✓ Más allá de los números mencionados en el cuadro (negocios orientados únicamente a EAU), se debe considerar la feria en tanto plataforma internacional, ya que las empresas han logrado contactos con clientes de diferentes países del mundo.

- **PERU MODA / PERU GIFT SHOW**

Lima, 20 al 22 de Abril de 2016

Feria especializada en prendas de vestir y artículos de decoración.

Resultados:

- ✓ Participación de dos empresas destacadas.

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

- ✓ Las expectativas de los compradores no fueron completamente satisfechas, en tanto mencionaron que la oferta de la feria es limitada.

- **MISION COMERCIAL ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Perú – 12 al 16 Junio de 2016

Gestión de citas comerciales para el Gerente General, Bar Manager y Chefs del restaurante COYA, principal consumidor de Pisco de EAU a la fecha y uno de los que cuenta con mayor diversidad de productos peruanos en el canal Horeca.

Resultados:

- ✓ Citas comerciales con exportadores de bebidas alcohólicas y visita a viñedos: posible negociación para la importación de vinos.
- ✓ Reunión de presentación con CENFOTUR: posibles pasantías y selección de personal.

- **FIDELIZACION DE COMPRADORES Y DISTRIBUIDORES – IFTAR PERUANO**

Dubai, 30 de Junio de 2016

Evento de fidelización y capacitación de importadores y distribuidores locales con el fin de garantizar la efectiva comercialización de los productos peruanos.

Resultados:

- ✓ Interacción entre compradores y distribuidores locales.
- ✓ Incorporación de la gastronomía peruana a las costumbres emiratíes, al realizar dentro del formato de Iftar (principal comida con la que rompen el ayuno los musulmanes dentro del mes de Ramadán) un menú con platos peruanos.
- ✓ Participación de 30 importadores y distribuidores de los distintos sectores, generándose una plataforma de intercambio valiosa para proyectos futuros.

Cuadro resumen de actividades realizadas

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
Promoción de la quinua Mayta	Agro	N/D	100
Automechanika	Manufacturas	3	100 empresas
Peru Moda / Peru Gift Show	Manufacturas	40	2
Misión Comercial Alimentos y Bebidas	Agro	4	1 empresa
Fidelización: Iftar Peruano	Varios Sectores	N/D	30
TOTAL		7	101 empresas

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

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	22	19	12	10
Agro	60	51	64	58
Manufacturas diversas	20	17	30	27
Pesca	3	3	1	1
Servicios	-	-	2	2
Tradicional	4	4	5	5
TOTAL	109	94	114	103

2 PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Debido a las restricciones presupuestarias para el uso de presupuesto durante el 1 semestre, y considerando que lamentablemente EAU no es considerado un mercado estratégico para el Perú a la fecha, se procedió a cancelar la participación del Perú en la feria ATM (Arabian Travel Market) en beneficio de otras actividades con resultados corroborarles. Importante notar que el 2016 hubiese marcado la 4ta participación consecutiva con un promedio de 6 empresas peruanas participantes.

Atención de Consultas

Actividad	Nº de empresas / operadores atendidos	Nº de participantes / personas atendidas
Atención por mail	1	1
TOTAL		

3 PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Cuadro resumen de consultas realizadas

Actividad	Nº de inversionistas (empresas / personas) atendidos
Reuniones – comunicaciones por mail	7
TOTAL	7



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El primer semestre de 2016 marca en su conjunto el mejor resultado respecto a las exportaciones totales a los EAU, las que ascienden a un monto mayor a US\$ 185 Millones (cabe resaltar que al momento de la apertura de la OCEX, en el año 2011, las exportaciones totales ascendían a US\$ 6.8 Millones).

Esto nos posiciona como el 4to socio comercial más importante de UAE en América Latina – siguiendo a Brasil, México y Argentina.

A su vez hemos llegado a ubicarnos como el segundo mayor destino de inversiones en Sudamérica (con inversiones estimadas por US\$ 1.7 Mil Millones).

Entre las principales recomendaciones para facilitar el logro de los objetivos planteados, reiteramos la importancia de:

- 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 antes del ingreso a su mercado destino.
- Inclusión de las ferias presentadas en el POI por cada oficina en el calendario de ferias de PromPeru. En este sentido, resulta necesaria una mejor y mayor promoción de las ferias de cada mercado entre las empresas peruanas con la finalidad de lograr mayor participación y oferta diversificada.
- Recibir información oportuna sobre la oferta exportable y capacidad exportadora.
- Medición certera de turistas ingresando al país mediante el registro por país de residencia en el momento de paso por el control migratorio. Recordar que en EAU el 85% de los residentes no es emirati, por lo que la información obtenida de flujo de turistas a través de la medición por nacionalidad no es representativa.
- Reclasificar a los países emisores de turistas no solo por su capacidad emisora sino también como plataforma mundial de conectividad de cara a la consideración de actividades globales. Considerar la capacidad de gasto más allá del número emisor por país.
- En el caso particular de la OCEX Dubai, 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 de levantamiento de sanciones.
- Aprovechar de manera más amplia las actuales oportunidades que brinda y que se proyecta brindará el hecho de que Dubai 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.