

**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 LISBOA

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

La República de Portugal (Portugal) situada al sur de Europa posee 92 210 Km² de superficie y 10,5 millones de habitantes (CIA-World Factbook, 2014). El idioma oficial es el portugués y la moneda es el euro. Lisboa, capital y la ciudad más poblada, cuenta con dos millones de habitantes.

Portugal registró una tasa negativa de crecimiento económico de 1,8% el 2013. Sin embargo, en el 2014 se recuperó creciendo 0.8%. La característica más relevante de la estructura económica portuguesa es el elevado peso del sector servicios, que significó más del 79 % del Producto Bruto Interno (PBI) para el año 2014. (Fondo Monetario Internacional - FMI). En este año, se prevén elecciones legislativas, siendo los favoritos el actual partido del Gobierno PSD-CDS, y por otro lado, el partido de PS, en donde el líder del partido es el ex alcalde de Lisboa.

Dada esta coyuntura política – económica en Portugal, el año 2015, las exportaciones peruanas hacia Portugal ascendieron 27.293 millones de dólares, lo que representó un crecimiento de 27% respecto al 2014. En lo que respecta, al período Octubre – Diciembre, las exportaciones peruanas alcanzaron el valor de 7 millones de dólares, menor en 500 mil dólares que en el 2014, debido principalmente a una caída en la oferta peruana en el sector pesquero, principal sector exportado a Portugal.

El mercado portugués es un mercado que recién empieza a conocer los productos peruanos, a pesar de ser parte de la Unión Europea, Portugal vira más las ex colonias portuguesas, sea el caso de Brasil, o los países africanos.

Este desconocimiento del mercado peruano, se presenta como una oportunidad para las empresas portuguesas, al encontrar que los productos que se les puede ofrecer, proviene de un país exótico.

En el segundo trimestre del 2016, los productos peruanos que han tenido mayor interés a los importadores portugueses son: Atún, conservas de atún, langostinos, pulpo, por el lado pesquero. Por el lado agrícola, palta, banano orgánico, quinua café, cacao y maca. Por el lado de manufacturas diversas, los mármoles y travertinos, además de los derivados de cobre para fertilizantes son los productos más demandados. En cuanto a la labor diaria, cabe resaltar que se han iniciado con las preparaciones de oportunidades comerciales basados en las compras públicas del gobierno portugués, así como la elaboración de un manual dirigido a las empresas peruanas, sobre como participar en estos concursos. De la misma manera, se han iniciado con la elaboración de los perfiles productos mercado, con el fin de poder difundir mejor las oportunidades comerciales para las empresas peruanas.

1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Las regulaciones y restricciones de acceso a mercado en el mercado portugués dependen de lo tratado en Bruselas – Bélgica.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Participación y elaboración de agendas en el marco de la feria Expo Global Seafood Show**

Lugar de realización: Bruselas

Fecha de realización: de 26 al 28 de Abril de 2016

Comentarios sobre la actividad: Se elaboraron 280 agendas de negocios entre los importadores portugueses y las empresas peruanas. Se concretaron 221 reuniones de los cuales se concretaron compras reales durante los 3 días de la feria por el monto de USD 160,000 dólares. De la misma forma se proyectaron negocios para los próximos 12 meses por el valor de 1,2 millones de dólares. Los productos más demandados fueron pota, pulpo, langostinos, jurel, caballa, atún congelado y en conserva. Cabe resaltar que en las compras realizadas durante la feria, se logró que por primera vez, ingresen 2 productos al mercado portugués, estos fueron pulpo y conservas de atún.

- **Fiesta de pisco en el mercado de Alges**

Lugar de realización: Lisboa

Fecha de realización: 29 de abril de 2016

Comentarios sobre la actividad: El mercado de Alges es uno de los mercados gastronómicos más emblemáticos de Lisboa, logrando promocionarse cockteles en base al pisco. Asistieron al evento más de 8,000 personas que pudieron degustar pisco sour y chilcano. Este trabajo se hizo junto al distribuidor Drinks Nation & Co, principal distribuidor de Pisco en Portugal.

- **Agendamiento de reuniones para la visita de la empresa Sogenave al Perú**

Lugar de realización: Lima

Fecha de realización: de 05 al 07 de Mayo de 2016

Comentarios sobre la actividad: Se agendaron reuniones a 24 empresas peruanas. Cabe resaltar que la empresa Sogenave es líder en Portugal con ventas anuales por más de 150 millones de euros, siendo su principal rubro la distribución en el canal Horeca en Portugal. El interés de la empresa pasa principalmente por congelados pesqueros, así como café, menestras, y alimentos procesados. Se estima que la empresa empezará a comprar del Perú, montos por encima de 1,2 millones de euros, para los próximos 12 meses.

- **Centro Exporta**

Lugar de realización: Ica

Fecha de realización: 25 de Mayo de 2016

Comentarios sobre la actividad: Participación de la empresa Dalifal interesada en productos naturales, principalmente quinua, maca y lúcuma en polvo. La empresa mostró montos negociados por UDS 150,000 dólares para los próximos 12 meses.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- **NORTE EXPORTA PESCA**
Lugar de realización: Piura
Fecha de realización: 26 de Mayo de 2016
Comentarios sobre la actividad: Participación de la empresa Ibergloria en la rueda de negocios Norte Exporta. Su principal interés es por Langostinos, pota y pulpo. Los montos negociados por la empresa para los próximos 12 meses, por 1 millón de dólares, principalmente en langostinos.
- **Oportunidad de negocios para el sector servicios. Perú Service Summit 2016**
Lugar de realización: Lisboa
Fecha de realización: de 10 de Junio de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se realizó la presentación del evento Peru Service SUMMIT, con el fin de identificar empresas que puedan tener interés en subcontratar servicios, principalmente en los sectores de software, editoriales e imprentas y marketing digital. Se identificaron 3 potenciales contratantes que participarán en la rueda en el mes de Julio.
- **Elaboración de agenda para la empresa Segundo Muelle**
Lugar de realización: Lisboa
Fecha de realización: de 23 al 30 de Junio de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se inició con la elaboración de plan de comunicación para el lanzamiento del restaurante segundo Muelle. De igual forma, se tuvo contacto con potenciales empresas interesadas en importar insumos para restaurantes peruanos.
- **Campañas de promoción de productos pesqueros**
Lugar de realización: Portugal
Fecha de realización: de 01 de Abril al 30 de Junio de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se realizaron 9 campañas con 3 importadores portugueses. Se concretaron ventas por USD 385,840 dólares.
- **Campaña de promoción de productos agroindustriales**
Lugar de realización: Lisboa - Portugal
Fecha de realización: de 01 de Mayo al 30 de Junio de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se realizó una campaña para la banana orgánica del Perú. Primera vez que ingresa el producto al mercado portugués, la demanda prevista va de 8 a 10 contenedores por semana.

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

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
Feria Expo Global Seafood Show	Pesca	16	25
Fiesta de Pisco en el mercado de Alges	Agroindustria	1	1
Visita de empresa Sogenave al Perú	Agroindustria y Pesca	24	1
Rueda de Negocios Centro Exporta	Agroindustria	ND	1
Norte Exporta Pesca	Pesca	ND	1
Convocatoria Perú Service Summit	Servicios	ND	3
Elaboración de agenda para empresa Segundo Muelle	Servicios	1	1
Campañas de promoción para productos pequeros	Pesca	6	3
Campañas de promoción para productos agroindustriales	Agroindustria	1	1
TOTAL		49	37

* Completar cuando la actividad es feria, misión, Expo Perú, rueda de negocios.

- (1) Montos de compras reales durante la feria
- (2) Montos de compras reales durante las campañas
- (3) Montos estimados para los próximos 12 meses

1.3 ATENCIÓN DE CONSULTAS

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas
Textil				
Agro	14	6	16	6
Manufacturas diversas				
Pesca			34	11
Servicios	4	1	7	2
Turismo	7	2	11	2
Inversiones			7	4
TOTAL	25	9	75	25

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

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Feria Mundo Abreu**
Lugar de realización: Porto
Fecha de realización: Del 09 al 10 de Abril
Comentarios sobre la actividad: Participó el operador peruano Viajes Pacífico, al ser el operador de la mayor agencia de viajes de Portugal, Abreu. Las reservas al Perú se incrementaron en 250%, con referencia al mismo período del año anterior.
- **Capacitación door to door en la ciudad de Porto**
Lugar de realización: Porto
Fecha de realización: 02 de Junio
Comentarios sobre la actividad: En coorganización con el operador Quadrante, se contó con la participación de 40 agencias de viaje.

Cuadro resumen de actividades realizadas

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Feria Mundo Abreu	1	1
Door to Door Porto	1	40
TOTAL	2	41

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Perú en la ruta de expansión de las empresas portuguesas**
Lugar de realización: Lisboa
Fecha de realización: 25 de Mayo del 2016
Comentarios sobre la actividad:
El evento tuvo como propósito dar a conocer las oportunidades y beneficios que ofrece el Perú a los inversionistas extranjeros. Asistieron 75 empresarios interesados en el mercado peruano, principalmente de los sectores de turismo, servicios de ingeniería, tecnologías de información, construcción civil, energía, comunicación y marketing, transportes, entre otros. Se estiman que las empresas presentaban capacidad de inversión desde los USD \$ 200,000 hasta los USD \$ 10 millones de euros.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

Cuadro resumen de actividades realizadas

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos
Perú en la ruta de expansión de las empresas portuguesas	75
TOTAL	75

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- El mercado portugués ha crecido en cuanto a las compras desde el Perú, en 12.3% en el período de enero a Mayo del 2016, con respecto al mismo período del año anterior, siendo los principales productos, los productos químicos, pesqueros, agroindustriales.
- La feria de Bruselas fue el evento más resaltante en el segundo trimestre del 2016, logrando concretar 221 citas de negocios entre empresas portuguesas y peruanas, en el marco de la feria desarrollada en Bruselas, además de concretar negocios reales por USD 160,000 dólares durante los 3 días de la feria y montos proyectados de compras por 1.2 millones para los próximos 12 meses.
- Las campañas de promoción con los importadores portugueses, son las actividades más efectivas de la oficina, al lograr ventas concretas y no estimadas.

4.2 RECOMENDACIONES

- Continuar con las actividades de campañas de promoción, que podrían extrapolarse a otras oficinas, logrando resultados concretos en cuanto a ventas y retorno en función al presupuesto destinado.
- La OCEX Lisboa, sugiere crear un portafolio de servicios dirigidos al importador, tour operador e inversionistas que permitan estandarizar las labores de las OCEX
- Contar con un portafolio de proyectos de inversión detallados para potenciales inversionistas.