

**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 ROTTERDAM

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Los Países Bajos, son la 16ta economía del mundo, cuyo PBI alcanzó US\$ 764 Billones en el 2015. Cuenta con más de 16 millones de habitantes y se caracteriza por sus relaciones laborales estables, tasas de desempleo e inflación moderada. Esta economía mantiene un superávit comercial importante y su foco estratégico es incrementar su ventaja logística y redes comerciales en la región. Para el 2016 se espera un crecimiento superior a 2%.

Al cierre del 2015 las exportaciones peruanas no tradicionales mostraron un crecimiento de 9.6%, logrando revertir la tendencia negativa mostrada en los primeros 6 meses del año, gracias a un incremento en las exportaciones de productos de los sectores agro y pesca.

En los 5 primeros meses del 2016 las exportaciones no tradicionales peruanas a este destino han crecido 18.1% respecto al mismo periodo del año anterior. Donde resaltan los sectores textil, pesca y agropecuario, muestran crecimientos de 24.8%, 67.5% y 13% respectivamente; y que son dos de los sectores promovidos intensamente por esta OCEX

En ese sentido, los productos de mejor desempeño en el sector pesca fueron conchas de abanico y Langostinos sin cabeza y sin caparazón. En el sector textil destacaron confecciones de algodón como polos para hombres y mujeres, así como medias para hombres. Mientras que en el sector agropecuario destacaron las granadas, las paltas y las bananas orgánicas. En este sector también destaca un incremento en el número de partidas comercializadas que alcanza un 6% al mes de mayo de 2016.

En comparación con otros países competidores el Perú se mantiene como el tercer proveedor de frutas y vegetales frescos de Latinoamérica después de Chile y Brasil con 5% de participación en el mercado aproximadamente.

Adicionalmente, cabe resaltar algunas oportunidades y amenazas a tener en consideración para el corto y mediano plazo:

- La economía norteamericana impulsa el precio de los productos agropecuarios peruanos al alza, perdiendo competitividad en el mercado europeo. El alto precio de nuestros productos, como es el caso de la palta, impulsa a los importadores a buscar otros orígenes como Sudáfrica que tiene oferta en la misma época del año.
- Se incrementa el requerimiento de certificaciones de sostenibilidad y de responsabilidad social en toda Europa. En el particular caso de Holanda, los principales importadores y supermercados se comprometieron a contar con un portafolio de frutas y vegetales frescos 100% sostenible para el 2020. Es necesario que la oferta peruana se adecue a este nuevo requerimiento.
- Otros países están abriendo oficinas comerciales en Europa, es el caso de Costa Rica que abrirá a mediados de Junio de 2016 su primera oficina en Rotterdam.

**1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO**

Es importante volver a resaltar que en la Unión Europea, las normas sanitarias se desarrollan en comités siguiendo un largo procedimiento de revisión y aprobación para su creación o modificación según sea el caso. Dentro de los actuales procesos de modificación, se encuentra el correspondiente al ajuste de los niveles permitidos de residuos de biocidas en las frutas y vegetales frescos. Siendo éstos los principales productos peruanos exportados a los Países Bajos, esta OCEX informó a la dirección de las oficinas comerciales y recomendó su difusión a las empresas peruanas y confirmación del seguimiento realizado por Senasa.

| | |
|--|--|
| Norma (denominación) | Regulation (EU) 528/2012 (proyecto de modificación) |
| Descripción (Qué barrera origina) | Esta regulación provee las normas para: Aprobar "Sustancias Activas" para productos biocidas Autoriza la venta y uso de productos biocidas Venta de productos tratados con biocidas. Nota: Posibles cambios de niveles residuales permitidos |
| Fecha de publicación /Entrada en vigencia | Por definir |
| Acción realizada por la OCEX | Comunicación a la Docex para que a su vez distribuya esta información a las instancias pertinentes |
| Enlace de acceso a la norma | http://ec.europa.eu/environment/chemicals/endocrine/index_en.htm |

ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES

| Actividad | N° de Exportadores Apoyados | N° de Compradores participantes | N° de Productos Promocionados |
|---------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| Seafood Expo Global | 21 | 20 | |
| PLMA | 1 | 62 | |
| Feria Peru Moda | - | 7 | |
| Misión Textil | 12 | 2 | |
| Misión Café | 8 | 8 | |
| TOTAL | 41 | 99 | |

1.1.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1: Feria Seafood ExpoGlobal**

Bruselas, Bélgica – del 26 al 28 de Abril de 2016

Seafood Expo Global, es el evento anual del sector pesca y acuicultura más importante de Europa. A esta feria acuden productores, importadores, proveedores de servicios, proveedores de maquinarias de rubro, empresas certificadoras, entre otros. La feria cuenta con más de 3,000 empresas expositoras de más de 140 países. En esta feria estuvo presente el Perú a través de un Stand donde participaron 21 empresas. Para este evento la OCEX Rotterdam invitó a 53 empresas holandesas. Varias de las cuáles acudieron a la feria. Cabe destacar el interés de la empresa holandesa AB BIO GROUP de reunirse con la empresa peruana FROZEN. De manera adicional se realizó la



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

prospección del stand holandés donde se tuvieron reuniones con 19 empresas holandesas.

- **ACTIVIDAD 2: Feria PLMA**

Ámsterdam – del 24 al 25 de mayo de 2016.

PLMA's World of Private Label, es la principal feria europea de carácter anual donde se representan las marcas de distribuidor de los ámbitos de alimentación y bebidas, menaje del hogar y artículos de limpieza. Con una superficie de 250,000 m² y 4,300 expositores, la feria PLMA es un evento de referencia en toda Europa (sólo se realizan otros dos en el mundo, uno en Asia y otro en Estados Unidos). La empresa "INKA CROPS", fue la única empresa peruana participante a la cual dimos nuestro apoyo en el proceso de "matchmaking". Además de ayudar a Inka Crops se realizó una prospección del evento, ya que esta Ocex tiene como objetivo participar con un stand peruano en la siguiente edición, y se buscaron empresas holandesas para contactar y establecer relaciones con las empresas peruanas del sector indicado. De esta actividad se lograron contactar a 62 empresas holandesas presentes en la feria.

- **ACTIVIDAD 3: Feria Peru Moda y Peru Gift Show**

Lima – del 20 al 22 de abril de 2016.

Perú Moda es el evento principal de la industria textil peruana. Perú Moda promueve el contacto directo entre empresas peruanas exportadoras y compradores internacionales. Para 7 empresas holandesas, 2 de ellas pertenecientes a la categoría Home Deco y por tanto más relacionadas con Perú Gift Show, aunque visitaron ambas ferias. Con una programación de 3 días con distintas exhibiciones y seminarios, los comentarios de la feria fueron en general positivos en cuanto a la organización se refiere, aunque remarcaron el mal funcionamiento del matchmaking. En cuanto a la feria en general remarcaron la falta de variedad de productos presentes y algunos remarcaron que no había novedad en los productos encontrados, y echaron en falta una variedad más alta de empresas con producción sostenible y más proveedores de Alpaca con sus diferentes combinaciones. De esta feria el volumen de ventas esperado fue de

- **ACTIVIDAD 4: Misión Textil 2016**

Lima – 25 al 31 de Mayo de 2016

La Ocex Rotterdam ayudó a la empresa social textil holandesa "By WorldGranny". Esta empresa desea expandir sus productos al rubro de accesorios femenino (actualmente se encuentran trabajando en el rubro de home deco), para ello la Ocex les facilitó una serie de reuniones y contactos de nuevos proveedores, además de identificar otras asociaciones de productos potenciales que les ayuden a potenciar sus ventas en el mercado holandés. Para ello se agendaron reuniones con las siguientes empresas y/o asociaciones: Itessa, Royal Knit, Michell Group, Peruvian y Naturex, Asociación Santa Teresa Cuzco, INKASIGN Peruvian Textures, Kero Design y Asociación de artesanas Makys.

De manera adicional se ayudó a la empresa Aymara Alpaca contactándola con la asociación Sumaq Maki, con la cual ya realizó un pedido de muestra por valor de €10,000. Por último, la Ocex Rotterdam recibió la solicitud de Helen Hamann directora de Helenhamann.net (empresa productora prendas ya confeccionadas) buscando un socio para exportar sus productos en Holanda, se le contactó con la fundadora de By WorldGranny, la Sra. Carolina van Dullemen. Actualmente trabajan conjuntamente: Helen controlando la calidad de los productos que son enviados a Holanda y By WorldGranny con la adquisición de pedidos provenientes de Holanda.

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

- **ACTIVIDAD 5: CBI Misión Café**

Ámsterdam – del 19 al 25 de junio de 2016

El Centro de Promoción para Importaciones de Países en Desarrollo en los Países Bajos (CBI) organizó la "Misión de Orientación para exportaciones" para las empresas peruanas de cafés especiales. El evento tuvo lugar en el Hotel Park Plaza Vondelpark, en Ámsterdam. La OCEX Rotterdam se contactó con 21 empresas holandesas del sector de café para la realización de una sesión de matchmaking con las cooperativas peruanas – el cual tuvo lugar el día lunes 20 de junio 2016. Durante esta sesión las empresas holandesas tuvieron la oportunidad de interactuar y establecer una red de relaciones con las ocho empresas peruanas de café especial y cooperativas (APROAFCH, COOPCHEBI, CENFROCAFE, COPAEVIN, CAC Perené, caecos, Central Café y Cacao, CAC Mateo Pumacahua). Las compañías cafetaleras representaban las diferentes regiones del Perú (tales como Cajamarca, Junín, Pasco, Puno, Cusco y otros). Destacan entre ellos el compromiso por la producción de café sostenible y de alta calidad cumpliendo así con las certificaciones y estándares internacionales de sostenibilidad. Cabe destacar la participación activa de las empresas holandesas: Illimani, 7 Grams y Moyee Coffee que realizaron una presentación sobre su propia experiencia haciendo negocios con empresas de todo el mundo, además de dar información sobre el mercado de café de especialidad en Holanda. Este evento no tuvo costo para la OCEX Rotterdam ya que participó con la convocatoria de empresas holandesas al evento de matchmaking, fruto de la cual se esperan negociaciones a largo plazo por \$900,000.

1.2 OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS¹

| Actividad | Nº de Compradores Participantes | Nº de Exportadores Participantes |
|-----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| Centro Exporta | 3 | 0 |
| Norte Exporta Pesca | 2 | 0 |
| Seminario Expo Alimentaria | 30 | 0 |
| Convocatoria: Peru Service Summit | 0 | 0 |
| Convocatoria expo amazónica | 3 | 0 |
| TOTAL | 38 | 0 |

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1: Convocatoria Centro Exporta.**

Peru– Mayo de 2016

Se realizó convocatoria de tres potenciales empresas para que asistan a la Macro Rueda de negocios Centro Exporta. Esta convocatoria se realizó con base en las necesidades de los potenciales asistentes y la oferta peruana presentada. De esta forma se procedió a invitar a Eosta, interesada en granadilla y aguaymanto orgánicos, Viento Sur, interesada en cítricos, y Nico de Jong, con interés en palta. La convocatoria se realizó focalizada y telefónicamente con el objetivo de evitar saturación por parte de los compradores. Adicionalmente se consideró futuras actividades con la rueda de

¹ 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 Turismo

Despacho
Ministerial

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

negocios de noviembre en Amsterdam y la feria Expoalimentaria cuya promoción comenzó en mayo del presente año.

- **ACTIVIDAD 2: Convocatoria Norte Exporta Pesca**

Perú– Mayo de 2016

Igual que en el caso anterior, se realizó convocatoria de tres potenciales empresas para que asistan a la Macro Rueda de negocios Norte Exporta Pesca. Esta convocatoria se realizó con base en las necesidades de los potenciales asistentes y la oferta peruana presentada. De esta forma se procedió a invitar a Amacore, interesada en paiche, Fish Partners, interesada en pota y calamar. La convocatoria se realizó focalizada y telefónicamente con el objetivo de evitar saturación por parte de los compradores. En este caso recientemente se les había convocado a Seafood Expo Global.

- **ACTIVIDAD 3: Seminario Expoalimentaria**

Rotterdam – 19 de mayo de 2016

La OCEX Rotterdam organizó el 19 de mayo del 2016 la segunda edición del Seminario Expoalimentaria, con el fin de informarles a las empresas holandesas de la importancia de inscribirse en la ExpoAlimentaria para estar al tanto del sector alimentos y hacer negocios en el Perú. En esta ocasión, se invitaron a 89 empresas holandesas, de las cuales finalmente 30 se registraron y atendieron el evento. El seminario empezó con presentaciones a cargo del consejero Erick García, quien explicó las actividades y la tendencia del mercado peruano. Seguidamente, se tuvo presentaciones a cargo de empresas holandesas del sector alimentos y logística, las cuales contaron sus experiencias personales sobre cómo hacer negocios con el Perú. Finalmente, se realizó una sesión de networking, acompañados por platos y bebidas típicas del Perú. Cabe resaltar que de las 30 empresas que asistieron el seminario, 9 se registraron para la Feria ExpoAlimentaria.

- **ACTIVIDAD 4: Convocatoria Perú Service Summit**

Lima – Junio de 2016

Evento especializado que reúne a lo mejor de la oferta de contenidos y soluciones empresariales del sector de servicios, convirtiéndola en la principal plataforma de negocios para el comercio en la región Latinoamericana. OCEX Rotterdam invitó por correo electrónico a 143 empresas holandesas de las cuáles 4 empresas mostraron especial interés holandesas tenían interés (Sellyshopping.com, aceview.nl, tomtom.com, 1001 webwinkels.nl), aunque finalmente no pudieron participar.

- **ACTIVIDAD 5: Convocatoria Expo Amazónica**

Rotterdam – Junio de 2016

Aprovechando la convocatoria para la Misión de Café del CBI en la semana del 20 al 25 de junio 2016, invitamos algunas empresas holandesas no sólo para el Buyers Session de la Misión de Café pero también para la Expo Amazónica y la Ruta de Café. La Expo Amazónica tiene lugar del 14 al 16 de julio del 2016, de la cual el 15 de julio son las sesiones de business matchmaking en Tingo María. El 16 de julio hay visitas a zonas de producción. La Ruta de Café es del 13 de julio al 20 de julio donde las empresas internacionales pueden visitar diferentes plantaciones y probar diferentes cafés. Tres empresas holandesas que participaron en la Misión de Café del CBI se apuntaron para Expo Amazonica: Illimani, Trabocca y Moyee Coffee. Estas empresas tienen un interés muy específico en conocer los cafés especiales del Perú o en crear una cadena justa para pequeños productores de café especial y con certificación sostenible.

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 | | 1 | | |
| Agro | | 5 | | 15 |
| Pesca | | 2 | | 2 |
| Otros | | | | |
| TOTAL | | 8 | | 17 |

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

INDICADORES

| Actividades | Número de Actividades | Número de Personas alcanzadas |
|---|-----------------------|-------------------------------|
| Campaña Medios Digitales | 1 | 5,247 |
| Workshop Turismo con especialistas del sector | 1 | 60 |
| | 1 | 170 |
| Total | 3 | 5,477 |

ACTIVIDADES REALIZADAS (2do trimestre)

2.1 Actividad 1: Workshop Turismo con especialistas del Sector.

Heerhugowaard, 19 de abril de 2016 y Ámsterdam, 17 de Abril, Países Bajos.

El 19 de abril se organizó por primera vez una capacitación para agentes de viajes en la localidad de Heerhugowaard donde la agencia de PR de Promperú "Tourism Consultancy" presentó el destino Perú, además de facilitar información concreta de cómo vender a través del sistema "Travel Counsellor", este evento fue patrocinado por Zonvaart Reizen (plataforma holandesa donde se pueden adquirir viajes de manera directa). En esta ocasión la Oceg Rotterdam contribuyó al evento con la donación de un libro de Martín Morales "Ceviche" que la agencia de PR utilizó para la realización de un sorteo entre los profesionales asistentes, en este evento participaron alrededor de 60 profesionales del sector.

El segundo evento, fue organizado por Sawadee, en esta ocasión el evento estaba dirigido a consumidor y la asistencia al mismo fue de 170 personas. Durante este evento la agencia de PR de Promperú realizó dos presentaciones del destino Perú y la OCEX Rotterdam participó cediendo banners para la decoración del stand dedicado al destino Perú.

2.2 Actividad 2: Campaña de Promoción del Destino Peru en Medios digitales.

La campaña de medios digitales promocionando el destino Perú continúa en el website "Dromplekken", (medio especializado para turismo en destinos lejanos en los Países Bajos).

La campaña consta de un especial en el que se colocará al Perú como "El lugar soñado" en la página principal de su página web. Cabe destacar ha sido la primera vez que ésta página web realiza una promoción de un país sudamericano. Este especial ya ha sido visualizado por 5,247 usuarios. Dicho especial contiene los siguientes destinos peruanos:

- El Amazonas



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- El lago Titicaca y el altiplano de los Andes
- El mágico mundo de los Incas, Machu Pichu y Huayna Picchu
- La ruta inca y Salcantay Trek
- Líneas de Nazca
- Gastronomía

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El segundo trimestre del año ha sido más activo de lo esperado. En lo que respecta a frutas y vegetales frescos, la demanda por productos peruanos se ha mantenido y la respuesta de parte de los exportadores peruanos ha sido excelente, a pesar de los problemas en algunos productos como espárragos. Completando el trabajo en sector agropecuario, durante este segundo trimestre la OCEX Rotterdam ha enfocado sus esfuerzos en la promoción de cafés especiales y cacao de alta calidad. Por otro lado, los sectores pesca y textil también han respondido bien la promoción realizada mostrando crecimiento vs. el mismo periodo del año anterior. Este año se ha logrado alta convocatoria por parte de la OCEX Rotterdam para las ferias y misiones vinculadas a estos sectores.

Las actividades realizadas y los resultados obtenidos a la fecha han llamado la atención de las instituciones de promoción gobierno holandés y durante este trimestre se han producido reuniones para realizar actividades conjuntas con CBI (Agencia de promoción de las exportaciones de los países en desarrollo), RVO (Agencia de promoción exportaciones e inversiones de Holanda) y la Embajada de los Países Bajos en el Perú para incrementar el impacto de los eventos. Esto redundará en un incremento de las exportaciones peruanas a este destino.

- En el caso del sector pesca, el Perú empieza a ser conocido como proveedor de colas de langostino peladas, donde el origen sudamericano está dominado por Ecuador. En línea con las actividades realizadas de apoyo al sector y con los resultados obtenidos la OCEX está invitando importadores de este sector a ExpoAlimentaria 2016. Con el objetivo de seguir promoviendo el portafolio priorizado: langostinos, conchas de abanico, calamar/pota, conservas de pescado y paiche.
- La presencia del Perú en Seafood Expo Global refuerza el posicionamiento que nuestro país está ganando como origen de marinos y, en muchos casos, sostenibles. Productos como langostinos, paiche y conchas de abanico son los que han tenido mejor aceptación de los importadores holandeses. Esta oferta se complementa con conservas de pescado.
- El sector textil ha respondido muy bien a las actividades realizadas, Peru Moda 2016 le dio continuidad a la promoción realizada previamente para ExpoPeru Londres donde se enviaron importadores medianos y pequeños que buscan diferenciación en lugar de precio. Cabe recordar que el sector textil europeo cuenta con proveedores sólidos, competitivos en precio, geográficamente cercanos y/o con larga trayectoria de negocios. Recordemos que el 71% de importaciones textiles de Europa viene de Asia y el 24% es suplido por Portugal y Turquía.

Finalmente, se desprenden algunas recomendaciones importantes:

- Se debe seguir impulsando las frutas y vegetales frescos para mantener el liderazgo alcanzado, para evitar el ingreso de nuevos proveedores de frutas frescas. Al respecto, se necesita conocer las proyecciones de producción por producto para mejorar la eficiencia en la promoción del sector.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- Es necesario incrementar la oferta de servicios logísticos hacia Holanda, en busca de precios más competitivos, y promover nuevas tecnologías en el cultivo y tratamiento post-cosecha con el objetivo de incrementar nuestra competitividad.
- Es necesario considerar que la certificación sostenible es el siguiente paso para poder seguir vigente como proveedor del mercado holandés.
- En los recientes eventos y procesos de matchmaking, el Peru ha demostrado que también puede ser fuente café y cacao. En este sentido, además de continuar con la estrategia de diferenciación por sostenibilidad, es necesario mantener interacción de esta OCEX con los programas de apoyo holandeses a estos sectores (CBI) y participar en eventos vinculados a los mismos, tal como se ha desarrollado en la misión de café de Junio 2016 y en promoción de ExpoAmazónica.
- En el caso de productos textiles, es necesario desarrollar una estrategia de promoción diferente, desarrollar productos con características diferenciadas que justifiquen el acercamiento al Perú como fuente de textiles y acercarnos a empresas que busquen esta diferenciación; estas empresas generalmente son medianas y en crecimiento.
- También en el sector textil, se recomienda mantener la estrategia de promover el formato sourcing, pero es necesario organizar eventos en el mercado europeo y/o realizar misiones de acercamiento al país para presentar la oferta peruana. Adicionalmente, se debe complementar estas estrategias con un enfoque sostenible, de responsabilidad social y de transparencia de procesos.
- Finalmente, es necesario seguir trabajando intensamente en actividades B2B, dado que son las que tienen un mayor impacto en el mercado holandés al tratarse de un mercado de intermediación, particularmente en el caso de los sectores y productos priorizados por Promperú y esta OCEX.