

**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 TORONTO**

### **1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

#### **1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO**

Canadá es un país pequeño en población (33.5 millones de habitantes según censo del 2011), sin embargo es el segundo más grande en extensión. Su población se encuentra concentrada principalmente a lo largo de la frontera con los Estados Unidos de Norte América, desde Vancouver – British Columbia hasta Halifax – Nova Scotia. Esta situación genera costos logísticos muy elevados para el desarrollo del comercio toda vez que se debe cubrir íntegramente el país ya que, además del tamaño y ubicación de la población, no existen negocios solamente de la Costa Oeste o solo de la Costa Este.

Canadá es el cuarto destino de las exportaciones peruanas, el noveno país fuente de Inversión Extranjera Directa en el Perú y el décimo primer país emisor de turistas hacia Perú.

Cabe destacar que el comercio bilateral se ha dinamizado desde la firma del TLC Perú – Canadá. Las exportaciones de productos peruanos con mayor dinamismo han sido los no tradicionales que en el periodo 2010-2015 crecieron 198%. Los principales productos no tradicionales que actualmente Perú exporta a Canadá son: mangos y mangostanes, uvas frescas, conchas de abanico, quinua, T-Shirts, camias de punto de algodón y partes de maquinarias entre otros. Asimismo existe potencial para el desarrollo y posicionamiento de los arándanos peruanos luego de que la Canadian Food Inspection Agency aprobara los protocolos que permiten importarlos desde Perú.

Durante el periodo Enero – Diciembre del 2015, las exportaciones no tradicionales ascendieron a USD 205.60 millones, lo cual muestra un crecimiento del 15.7% respecto al mismo periodo del 2014. En este periodo destaca notoriamente las exportaciones siderometalúrgicos (+414.9%), pesquero (+20.2%) y textiles (+15.2%)

#### **AMENAZAS:**

En el mercado canadiense, Perú compite directamente con Chile, Colombia, México, Honduras y Panamá ya que todos estos países gozan de preferencias arancelarias gracias a los acuerdos de libre comercio que tienen vigentes con Canadá. El potencial ingreso de Guatemala, Nicaragua, El salvador, Republica Dominicana y el bloque de países del MERCOSUR representan una amenaza para el posicionamiento de la oferta exportable no tradicional peruana en Canadá ya que se suman competidores con ofertas exportables similares a la peruana.

Sin embargo, una amenaza potencial, para el cierre del año 2016, es el continuo proceso de devaluación del Dólar Canadiense frente al Dólar norteamericano. Que al encarecer las importaciones, afecta negativamente la demanda de productos no tradicionales peruanos.



### 1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Canadá tiene un marco regulatorio transparente respecto a la importación de productos. En tanto los productos que se desean introducir al mercado cumplan los requisitos de las entidades reguladoras tales como el de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA por sus siglas en inglés) y la Aduana Canadiense, no existen mayores complicaciones. Esto se puede apreciar en las importaciones de frutas, segmento en el cual Canadá es un gran importador ya que sus condiciones climáticas y oferta local limitada no les permite satisfacer completamente la demanda interna. Por ende, el sistema y los mecanismos que regulan las importaciones son estrictos pero a la vez ágiles a fin lograr una provisión de alimentos eficiente durante todo el año

En ese sentido, el reto que se debe superar es la aprobación de protocolos sanitarios y de importación para productos denominados noveles o aquellos que recién forman parte de la oferta exportable peruana como es el caso de los blueberries que ya pueden ingresar a Canadá y cuya promoción comercial inicio la OCEX Toronto durante el tercer trimestre del 2015.

Cabe destacar que pasados los primeros cinco meses de haberse levantado las restricciones de importación de Blueberries peruanos a Canadá, se han logrado exportaciones por valor de \$1,044,005 a enero del 2016. Con esto el Perú se coloca como el cuarto proveedor de arándanos frescos en Canadá.

Asimismo, en el marco del proceso de apertura de arándanos frescos peruanos al mercado canadiense, la Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá (CFIA) espera finalizar el período de importación de prueba en junio del 2016. La CFIA también informó que se espera retirar el requerimiento de permisos de importación en el 2017 y que la tasa de inspección de embarques que en actualidad es el 100% se irá reduciendo paulatinamente sobre la base de los resultados del período de prueba, toda vez que en los primeros cinco meses no se ha registrado ningún problema.

**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"***1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES<sup>1</sup>**

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
Feria SIAL Canada 2016	10	230	48
Feria CPMA 2016	5	120	12
Perú moda y Perú Gift Show 2016	250	9	6
Promoción de alimentos - SIAL 2016 *	10	6	8
Promoción de alimentos – SOFITEL *	-	15	5
Macro Rueda Centro Exporta	20	1	10
Andean Flavours 2016	6	75	9
La Noche del Pisco 2016	-	-	1
Degustación – Pusateris **			
<b>TOTAL</b>	<b>301</b>	<b>456</b>	<b>99</b>

\* Estas actividades se iniciaron en el primer trimestre pero se culminaron durante el segundo trimestre.

\*\* Esta actividad se desarrollará en el segundo semestre del presente año, sus resultados serán reportados al culminar el evento y serán incluidos en el Informe de Gestión Julio – Setiembre 2016

<sup>1</sup> 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"*

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
Feria SIAL Canada 2016	Agroindustria	10	230
Feria CPMA 2016	Agroindustria	5	120
Perú moda y Perú Gift Show 2016	Textil Confecciones	250	9
Promoción de alimentos - SIAL 2016 (degustación)	Agroindustria	10	6
Promoción de alimentos – SOFITEL	Agroindustria y Turismo	-	15
Promoción de la Macro rueda Centro Exporta	Agroindustria	20	1
Andean Flavours 2016	Transversal	6	75
Degustación – Pusateris	Agroindustria		
<b>TOTAL</b>	-	<b>301</b>	<b>456</b>

### 1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

#### A. PARTICIPACIÓN DE PERÚ EN LA FERIA SIAL CANADA 2016

La feria SIAL Canada se llevó a cabo en la ciudad de Montreal – Quebec del 13 al 15 de abril del presente año con la participación de diez (10) empresas que expusieron más de 48 productos entre los que destacaron la quinua en granos y procesada, cacao, chía y frutas frescas. Además, se exhibieron frutas secas, maca, camu camu, legumbres, jengibre, cúrcuma, vegetales en conserva y congeladas, y “toppings” para yogurts y helados.

Las diez empresas peruanas que participaron en la feria SIAL Canadá 2016, lograron compromisos de ventas y negocios por US\$ 11 millones con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), a través de la Oficina Comercial del Perú en Toronto (OCEX Toronto).

Adicionalmente a la participación en la referida feria, la OCEX Toronto coordinó con la Cámara de Comercio de Lima (CCL) una agenda de reuniones “Business to Business” (B2B) y la demostración culinaria de la comida peruana, la cual fue gratamente apreciada por los compradores asistentes al Stand Perú.



N	EMPRESAS	PRODUCTOS
1	AGRITRADE S.A.C.	Quinoa (grano, harina, hojuelas, pop), Chia (grano, harina), Kiwicha (grano, harina, hojuelas, pop), Cañihua (grano, harina), Cacao (manteca, licor, nibs, polvo), Frijol Caballero; Frijol Canario; Frijol Castilla, Frijol de Palo; Pallar Grande & Bebé. Camu Camu (Polvo), Maca (Harina cruda y Gelatinizada), Lúcuma (polvo),
2	AGRONEGOCIOS LOS ANGELES S.A.C.	Banano Orgánico y Palta Hass Convencional
3	CORPORACIÓN NATURAL GREEN S.A.C.	Jengibre orgánico y Curcuma orgánica
4	DANPER TRUJILLO S.A.C.	Vegetales en conserva: Espárragos, alcachofas, pimiento piquillo, pimiento california. Productos en conserva: Bruschettas, Tapenades, Pestos, Dips, Grillados, Marinados. Mango en conserva. Granos Secos de Quinoa, Chia y Amaranto. Preparados de quinoa
5	FYD INVERSIONES S.A.C	Cereales para desayuno. Frutas y granos andinos cubiertos con chocolate andino
6	GLOBENATURAL INTERNACIONAL S.A.	Quinoa, pallares, frijoles (Black Eye Beans), arvejas (Dry Pigeon Peas) y chia
7	MG NATURA PERU SAC	Maca, quinoa, camu camu, cacao y sachá inchi
8	QUINUA ANDINA S.A.C.	Quinoa blanca, roja y negra orgánica / convencional
9	VILLANDINA S.A.C.	Quinoa, aguaymanto, maca, cacao en polvo y algarrobo en polvo
10	WIRACCOCHA DEL PERU SAC	Quinoa, amaranto, chia y cacao

## B. PARTICIPACIÓN DE PERÚ EN LA FERIA CPMA 2016

Seis empresas peruanas participaron en la 91 edición de Canadian Produce Marketing Association (CPMA), la feria de alimentos canadiense especializada en productos frescos del agro, realizando más de 20 citas de negocios y logrando concretar acuerdos con una proyección de ventas a 12 meses por US\$ 1.3 millones.

La Oficina Comercial del Perú en Toronto (OCEX Toronto), presente también en esta feria realizada del 12 al 14 de abril en la ciudad de Calgary, implementó el pabellón Perú, el cual albergó a las empresas nacionales participantes. Estas exhibieron productos tales como banano, jengibre, cúrcuma, limones orgánicos, paltas, mangos, granadilla, pitajaya, tamarindo y carambola entre otros.

Asimismo, tuvieron la oportunidad de participar en conferencias especializadas sobre licencias sociales, sostenibilidad, marketing, e innovación; así como en un retail tour y una recepción de networking.

La 91 edición de la feria Canadian Produce Marketing Association (CPMA) contó con la presencia de los más grandes importadores y distribuidores de alimentos frescos de Canadá. En dicha edición, participaron 231 exhibidores locales e internacionales.



Cabe destacar que la participación peruana en CPMA forma parte de las actividades de promoción que realiza la OCEX Toronto en Canadá. La edición 2017 de esta feria se realizará en la ciudad de Toronto del 9 al 11 de mayo.

<b>N</b>	<b>EMPRESAS</b>	<b>PRODUCTOS</b>
1	AGRONEGOCIOS LOS ANGELES SAC	Banano orgánico, palta convencional, palta orgánica
2	CORPORACION NATURAL GREEN SAC	Jengibre orgánico fresco y cúrcuma orgánica fresca
3	AGROFRUT PERU SAC	Palta Hass, mandarinas, arándanos y quinua
4	AGRONEGOCIOS LA GRAMA SAC	Jengibre, paltas, cúrcuma, maracuyá, granadilla y carambola
5	AGRO EXPORTACIONES PERU FOODS S.A.C	Esparrago verde

### **C. PROMOCIÓN DE LAS FERIAS PERÚ MODA Y PERÚ GIFT SHOW 2016**

Durante el segundo trimestre del presente año La OCEXC Toronto continuó con las labores de promoción de las ferias Perú Moda y Perú Gift Show 2016 con el objetivo de concretar la participación de compradores canadienses en las mencionadas ferias.

Para tal efecto se realizaron labores de información y difusión a través de correo postal personalizado, telemarketing y correo electrónico. Se contactó a 238 empresas canadienses. Como resultado se logró conformar un grupo de 09 empresas importadoras canadienses en total (05 asistieron a Perú Moda y 04 a Peru Gift Show)

<b>No</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>FERIA</b>
1	JUKASA DESIGNS	PERU MODA
2	ALPACA HOUSE CANADA	
3	NICOLE BRIDGER DESIGN INC	
4	ARITZIA	
5	ANU RAINA DESIGNS INC	
6	JAFSONS INTERNATIONAL	PERU GIFT SHOW
7	HOLT RENFREW	
8	SAAVIKA	
9	ALKASO INTERNATIONAL INC	

Cabe destacar las reuniones de trabajo organizadas por el CEC en el marco de la feria para propiciar el contacto y la generación de negocios entre los importadores canadienses y exportadores peruanos. Entre las principales podemos citar:



- Reunión ente la empresa Jukasa Designs (Canada) y Camones (Perú). Actualmente la empresa peruana está desarrollando las muestras para su cliente canadiense
- Reunión entre la empresa Aritzia (Canada) y Corceli (Peru). La empresa peruana fabricante de sweaters ya está desarrollando los productos para su cliente canadiense.

Adicionalmente, y en coordinación con la “Chambre de Commerce Perou Canada de Montreal”, se organizaron visitas y citas de negocios (en el marco de Perú Moda 2016) para la empresa canadiense “Demande Generale” con empresas exportadoras peruanas:

- Intratesa S.A.C.
- Corceli SAC
- Textil colca SAC
- Amantani Pueblo S.A.C
- Art Atlas SRL
- L. Paulet
- Alberto Julio Caceres Trelles
- Kero Design SAC
- Creditex SAC
- Grupo Michell
- Inca tops / Incalpaca

Finalmente, es importante mencionar la destacada participación de Brandtrade como expositor en Peru Gift Show para promover los productos de las cuatro primeras marcas que ha desarrollado el programa “Canadá – Peru Trade and Branding Initiative”: Inca (Cusco), Qoñi (Puno), Toquilla (Piura) y Shipibo Collective (Pucallca).

#### **D. PROMOCIÓN DE ALIMENTOS EN EVENTOS GASTRONÓMICOS, FERIAS LOCALES Y ESCUELAS DE CHEF.**

- **Organización de la Degustación de alimentos en el marco de la feria SIAL Canada**

El evento se realizó del 13 al 15 de abril en la ciudad de Montreal en el marco de la feria SIAL Canada 2016 con el objetivo de promocionar, entre compradores e importadores canadienses, la oferta exportable no tradicional peruana que se exhibirá en el pabellón Perú de la referida feria.

Para esos efectos se realizaron degustaciones en el horario de 12:00 – 14:00 horas durante los días de feria. La preparación de los alimentos estar a cargo de tres Chefs locales conocedores de la cocina peruana. Estos elaboraron seis (06) propuestas de alimentos y dos (02) de bebidas

- **Degustación en cadena de hoteles SOFITEL – Montreal**

Del 05 al 09 de abril en el hotel SOFITEL Montreal Golden Mile se desarrolló el evento de degustación de gastronomía peruana. Esta actividad logró destacar Perú en su conjunto y estimular la demanda por nuestra gastronomía atrayendo la atención de ejecutivos y profesionales canadienses. Por otra parte, se fortaleció la relación con esta cadena de hoteles a fin de promover la inclusión de platos peruanos en la carta que ofrecen a sus huéspedes.

Para esta ocasión, se invitó a participar al Chef Peruano Giacomo Bocchio actual Chef Ejecutivo de la cadena Doubletree Hilton en Perú. El mencionado chef preparó las cenas de los días 5 de abril para la prensa escrita local y del 9 al 11 para el público en general. Durante esos días también se realizó la promoción del Pisco. Para ello se prepararon diferentes opciones de bebidas sobre la base del producto nacional.

Cabe destacar que la decoración de los ambientes del restaurante y el hall del hotel resaltaron nuestros destinos turísticos y productos no tradicionales. Para ello se instalaron banners, se exhibieron cerámicas y distribuirá material promocional, con lo cual se aseguró la transversalidad de este evento.

#### **E. DEGUSTACIÓN Y PROMOCIÓN DE ALIMENTOS EN ALIANZA CON CADENAS DE SUPERMERCADOS CANADIENSES: ORGANIZACIÓN DEL EVENTO EN CADENA DE TIENDAS PUSATERIS SAINT LAWRENCE MARKET, RABBA FINE FOODS Y SPECIALITY FOOD STORES**

Durante el segundo semestre se iniciaron las labores de coordinación para el desarrollo de una intensa campaña de degustación de super alimentos y blueberries peruanos en la cadena de tiendas Pusateris, Saint Lawrence Market, Rabba Fine Foods y Speciality Food Stores localizadas en la ciudad de Toronto - Canadá.

A la fecha se han realizado las coordinaciones logísticas para asegurar la realización de dicha actividad en los establecimientos antes mencionados, coordinar con el proveedor la importación de las muestras de productos e iniciar la campaña de promoción a través de medios digitales (telemarketing, e-mail y redes sociales)

*NOTA: Dado que esta actividad se culminará en el segundo semestre del presente año, sus resultados serán reportados en el Informe de Gestión Julio – Setiembre 2016*

#### **F. ANDEAN FLAVOURS 2016: ORGANIZACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE PERÚ**

Con el objetivo de promover los productos peruanos no tradicionales y nuestra gastronomía, la OCEX Toronto participó por quinto año consecutivo en el Andean Flavours. Este evento, que tuvo a Perú como país auspiciador, tiene como objetivo difundir lo mejor de la oferta exportable agroindustrial y culinaria Andina en la ciudad de Toronto. Es importante mencionar que Andean Flavours evento concita la atención de la colonia latinoamericana residente en esta ciudad, la de ejecutivos pertenecientes a las principales empresas importadoras canadienses, como también la de amantes de la buena cocina internacional.

Como en anteriores ediciones de Andean Flavours, la gastronomía peruana fue muy celebrada por los asistentes. El reconocido chef Guillermo Russo deleitó a los asistentes con exquisitos ceviches, anticuchos y empanadas. Estas dos últimas estuvieron complementadas con salsas preparadas sobre la base de ajíes amarillos, rocoto y huacatay.

El Andean Flavours contó con un espacio dedicado a la exhibición de productos de países andinos. Gracias a ello, los asistentes pudieron apreciar y degustar productos



peruanos tales como el café, chicha morada, sacha Inchi, quinua orgánica y chocolate entre otros, que actualmente se comercializan en Canada.

### 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	1	1	1
Agro	8	8	4	4
Manufacturas diversas	3	3	3	3
Pesca	0	0	0	0
Servicios	0	0	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>13</b>

## 2. PROMOCIÓN DE TURISMO

Las actividades de promoción desarrolladas por la OCEX Toronto son de carácter transversal. La participación en ferias locales especializadas es aprovechada para realizar no solo la promoción de oferta exportable sino también para promover la imagen país y los destinos turísticos peruanos. Tal es el caso de las ferias SIAL y CPMA, así como La Noche del Pisco y Andean Flavours 2016 entre otros.

## 3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

### 3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	Nº de participantes / personas atendidas	Nº de notas / publicaciones en medios
Conferencia en la universidad de Montreal (HEC)	36.00	1
Día Empresarial Latinoamericano en Toronto	250	2
<b>TOTAL</b>	<b>32.00</b>	<b>3</b>

### 3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

#### A. Conferencia en la escuela de negocios de la universidad de Montreal (HEC)

El 26 de mayo del 2016 la OCEX Toronto realizó una presentación en la escuela de negocios de la Universidad de Montreal sobre “Oportunidades comerciales, de inversión y turismo en el Perú”. El auditorio estuvo integrado por 36 alumnos de dicha casa de estudios.

Cabe destacar que la directora del departamento de Negocios Internacionales de dicha universidad esta organización una misión de estudio a Latinoamérica, y ha manifestado su interés en viajar a Perú con una delegación de estudiantes. La OCEX Toronto brindara el apoyo necesario cuando dicha actividad se haya confirmado.

Como resultado de las labores de promoción, alumnos de la escuela de negocios de esta casa de estudios formaron la empresa FC Distribution dedicada a la importación de productos orgánicos. El Gerente de la empresa, Sr. Frederick Benhamron viajara a Perú el 21 de julio para contactar proveedores.

#### B. Participación en la primera edición del Día Empresarial Latinoamericano en Toronto

El 22 de junio del presente año se realizó el 1er Día Empresarial Latinoamericano en Toronto. Este evento auspiciado por “The City of Toronto” tuvo como objetivo promover el desarrollo empresarial entre la comunidad empresarial de esta ciudad y los países latinoamericanos.

La OCEX Toronto participo en este evento y brindo, a los 250 asistentes, información sobre las oportunidades comerciales y de inversión que ofrece Perú, así como también sobre los destinos turísticos de nuestro país.

## 4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

Las actividades de promoción desarrolladas por la OCEX Toronto son de carácter transversal. La participación en ferias locales especializadas es aprovechada para realizar no solo la promoción de oferta exportable sino también para promover la imagen país y los destinos turísticos peruanos.

### 4.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
La noche del Pisco 2016	250	4
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>4</b>

## 4.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

### A. LA NOCHE DEL PISCO 2016

Como en la edición anterior del Andean Flavours, la OCEX Toronto la aprovechó para realizar la Noche del Pisco. Los bármanes del Restaurante Pisco 1641 fueron los encargados de preparar nuestro tradicional “Pisco Sour” así como diversas presentaciones de “Chilcano” con los cuales se celebraron el premio otorgado a Perú como “Mejor Destino Culinario en el Mundo 2015, y el nuevo servicio de carga directo entre Toronto y Lima operado por la Air Canada Cargo que entrara en servicio el 9 de junio del presente año.

La Noche del Pisco sirvió de escenario para el desarrollo de un desfile de modas donde se exhibieron prendas de vestir femeninas de fibra de alpaca elaboradas por Makyss, asociación de mujeres artesanas del distrito de Cochaccasa en el departamento de Huancavelica. Este evento de promoción transversal fue resaltado las notas y ritmo de nuestra Marinera Norteña a cargo de la Escuela de Folklore Ritmos y Danzas del Perú.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A fin de continuar posicionando la oferta no exportable peruana en Canada, es preciso fortalecer las actividades de promoción emprendidas desde el 2013.

Especial atención merecen las ferias en las cuales es vital participar el próximo año. Tal es el caso del PDAC, SIAL y CPMA que ya están siendo promocionadas y cuyos espacios para la instalación de stands están siendo vendidos.

En tal sentido recomendamos autorizar el pago anticipado de piso en feria a fin de garantizar la participación en dichos eventos.