



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 I 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.

Para este año, los productos que presentan mayor demanda para el mercado son: caballa, jurel, atún, pota, pulpo, meluza, pez espada, y langostinos congelados. En el sector agroalimentario, las uvas son el principal producto que ingresa al mercado portugués, sin embargo, este año hay interés por mango, tangerina, palta, granada, banano orgánico. Por el lado de alimentos procesados, las importaciones de superalimentos peruanos, está en crecimiento, como quinua, camu camu, cacao, lúcuma y maca. Otro producto que muestra tendencia de crecimiento es el café, aunque es necesario que éste tenga certificación orgánica y fair trade, para diferenciarlo del café



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

de Timor Este, Brasil y Angola. En el sector de manufacturas diversas, los químicos para la agricultura, como los materiales de construcción, también se encuentran en crecimiento. Por último, en el sector servicios, las franquicias gastronómicas, están siendo evaluadas por potenciales inversionistas portugueses para ingresar al mercado.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Elaboración de agenda Grupo Segundo Muelle**
Lugar de realización: Lisboa
Fecha de realización: de 18 al 22 de Enero de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se le elaboró una agenda a medida, con diversas áreas del Grupo Portugalia, con proveedores de insumos peruanos, con cocineros de comida peruana, con la institución de registro de marca en Portugal. Se firmó el pre acuerdo de contrato de franquicia, entre el Grupo Portugalia con el Restaurante Segundo Muelle, se prevé que el restaurante abra entre la última semana de Junio a la segunda semana de Julio
- **Feria Chocolate en Lisboa 2016**
Lugar de realización: Lisboa
Fecha de realización: de 04 al 07 de Febrero de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se logró que el Peru, sea país invitado en esta feria emblemática en Lisboa. El rebote en prensa que tuvo el evento asciende a casi 3 millones de euros.
- **Elaboración de agendas para empresas portuguesas en la feria Fruit Logistica en Alemania**
Lugar de realización: Berlín
Fecha de realización: de 08 al 10 de Febrero de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se agendó reuniones a 8 empresas portuguesas, que tuvieron reuniones con 30 empresas peruanas. Según los empresarios portugueses.
- **Elaboración de agendas para empresas portuguesas en la feria Biofach en Alemania**
Lugar de realización: Nuremberg
Fecha de realización: de 10 al 13 de Febrero de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se agendó reuniones a 5 empresas portuguesas, que tuvieron reuniones con 25 empresas peruanas. Según los empresarios portugueses.



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

- **EXPO PERU en Londres**
Lugar de realización: Londres
Fecha de realización: de 16 al 17 de Marzo de 2016
Comentarios sobre la actividad: Participaron 3 importadores portugueses, que tuvieron reuniones con 39 empresas peruanas. Consultando con las empresas portuguesas.
- **Prospección de potenciales productos alimenticios en supermercados**
Lugar de realización: Lisboa
Fecha de realización: de 10 al 20 de Marzo de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se elaboró un informe de precios de productos alimenticios, agroindustriales y pesqueros en los tres principales supermercados portugueses: Supermercado Continente, supermercado Pingo Doce y Supermercado Lidl. La prospección se realizó con el fin de determinar los precios actuales de la competencia en potenciales productos peruanos que podrían ingresar al mercado portugués
- **Rueda de negocios Norte Exporta - Trujillo**
Lugar de realización: La Libertad
Fecha de realización: de 30 al 31 de Marzo de 2016
Comentarios sobre la actividad: Participaron 2 importadores. La relación de agendas la tiene actualmente la dirección de Exportaciones de PROMPERU. Siendo los principales productos, espárragos y banano orgánico.
- **Campañas de promoción de productos pesqueros**
Lugar de realización: Portugal
Fecha de realización: de 01 de Enero al 31 de Marzo de 2016
Comentarios sobre la actividad: Se realizaron 6 campañas con 5 importadores.
- **Feria Franchising en Lisboa**
Lugar de realización: Lisboa - Portugal
Fecha de realización: de 18 – 19 de 2016
Comentarios sobre la actividad: Primera vez que se participa en este evento. Se lograron 24 contactos y se pudo difundir la oferta en el sector de franquicias que tiene el Perú.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
ExteriorDecenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**Cuadro resumen de actividades realizadas**

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
Elaboración de agenda a Segundo Muelle	Servicios	1	1
Feria de Chocolate en Lisboa	Agroindustria	2	86
Fruit Logistica 2016	Agroindustria	24	10
Biofach	Agroindustria	21	18
EXPO PERU en Londres	Agroindustria y textiles	ND	3
NORTE EXPORTA Trujillo	Agroindustria	ND	2
Campaña de promoción de productos pesqueros	Pesca	4	4
Feria Franchising en Lisboa	Servicios	0	24
TOTAL		52	124

1.3 ATENCIÓN DE CONSULTAS

Sector	Exportadores		Compradores	
	N° de Consultas atendidas	N° de empresas atendidas	N° de Consultas atendidas	N° de empresas atendidas
Textil	3	1		
Agro	38	11	18	7
Manufacturas diversas				
Pesca	5	4	12	4
Servicios	11	1	7	1
Turismo	13	2		
Inversiones			1	1
TOTAL	70	19	38	14

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
ExteriorDecenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Feria BTL**

Lugar de realización: Lisboa

Fecha de realización: 02 al 06 de Marzo

Comentarios sobre la actividad: Se contó con la participación de la empresa Condor Travel, que participó por primera vez en esta feria. Las reservas hechas durante la feria sobre el destino Perú crecieron en 240% con respecto al año 2015

Cuadro resumen de actividades realizadas

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Feria BTL	1	1
TOTAL	1	1

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1 CONCLUSIONES

- El mercado portugués ha crecido en cuanto a las compras desde el Perú, en 26% en el primer trimestre del 2016, siendo los principales productos, los productos químicos, pesqueros, agroindustriales.
- La feria de chocolate en Lisboa, fue la actividad más resaltante de la OCEX Lisboa, no solo por los montos negociados, sino principalmente por el impacto mediático que tuvo el evento, que se valorizó en casi 3 millones de euros
- Las campañas de promoción con los importadores portugueses, son las actividades más efectivas de la oficina, al lograr ventas concretas y no estimadas.

3.2 RECOMENDACIONES

- Continuar con las actividades de campañas de promoción, que podrían extrapolarse a otras oficinas, logrando resultados concretos en cuanto a ventas.
- La OCEX Lisboa, sugiere crear un portafolio de servicios dirigidos al importador, tour operador e inversionistas que permitan estandarizar las labores de las OCEX.