

OCEX BRUSELAS
Informe de Gestión enero – junio 2015

EXPORTACIONES

1. SECTOR TEXTIL

1.1 PERU MODA – Lima 15 a 17 abril 2015

Participación de la empresa belga NATALE que se interesó en la fibra de alpaca, ropa de niños y maternidad. Ya han hecho contacto para recibir muestras de alpaca de la empresa MICHELL y han coordinado para una línea la empresa peruana Red Caribou.

Resultado Cuantitativo:

Nuevas compras proyectadas US \$100,000.

Se han logrado identificar 41 empresas debidamente validadas a tener en cuenta para futuras promociones. 4 empresas estuvieron muy interesadas pero no pudieron organizarse para viajar este año y lo hará el próximo.

Resultado Cualitativo:

Desde la apertura de la OCEX Bruselas se pudo verificar que las importaciones de textiles peruanos es muy reducida. Se limita a los hilados de algodón y compras muy pequeñas de alpaca. Con la presencia de NATALE y la incorporación de la alpaca a sus colecciones se inicia una nueva etapa que se debe profundizar.

Por otro lado ha iniciado una etapa de colaboración con AS Adventure, importante empresa de ropa y equipos para el turismo de aventura que tiene la marca AYACUCHO para tejidos que realizan señoras ayacuchanas.

2. SECTOR AGRO

2.1 Fruit Logistica 2015 - Berlín Febrero 2015

Resultados Cuantitativos:

46 empresas belgas contactadas, de las cuales 17 tuvieron stand propio. 25 empresas belgas se entrevistaron con proveedores peruanos, proyección de negocios por US \$2MM.

Resultado Cualitativo:

Posicionamiento de OCEX Bélgica entre los participantes.

2.2 Seafood Global Expo 2015 – Bruselas, 21 a 23 abril 2015

Resultado Cuantitativo – Se contactaron 71 empresas. Todas interesadas en la oferta peruana pero sólo 28 visitaron el stand peruano. De ellas 6 empresas concertaron negocios posibles por un monto estimado en US \$10MM.

Resultado Cualitativo – Se ha consolidado la importación de la concha de abanico en el segundo trimestre y se ha puesto en vitrina el paiche que será promocionado en el trimestre actual.

2.3 Vegetable Congress– Bruselas 7 de mayo

OCEX contactó a más de 100 compradores belgas, entre ellas importante cadena Special Fruit.

Proyección de negocios del orden de US \$2MM.

Cualitativamente, el posicionamiento de OCEX Bélgica entre los garantiza su participación en nuevos eventos de la misma organización, con quienes se ha coordinado un evento en el Perú en Noviembre del presente año en coordinación con AGAP.

2.4 Premiación del International Taste and Quality Institute (iTQi) – Bruselas - 4 de junio 2015

Apoyo a la Bodega Rivadeneyra, premiada con tres estrellas a la calidad a su pisco Mostoverde.

La OCEX ha establecido una relación de cooperación con iTQi, para la promoción de la certificación entre los productos peruanos.

TURISMO

1. KLM fam and press tour (Octubre-Noviembre 2015)

3 workshops para 100 agencias de viaje para dar a conocer en detalle los diferentes productos de la oferta del destino Perú (Octubre – diciembre 2015)

INVERSIONES

1. Cámara de Comercio Belgo – Peruana – 23 de abril de 2015

La OCEX impulsó la creación de la Cámara y en su lanzamiento en abril el CEC realizó una presentación de las principales oportunidades de inversión ante más de 100 empresas belgas vinculadas a los sectores de comercio, construcción, farmacéuticos, energía, etc.

2. BUSINESS SUMMIT – CELAC – UE – 10 de junio

Networking con principales empresas europeas interesadas en invertir en el Perú.

3. PUERTO DE AMBERES – abril 2015

Visita con 6 empresas peruanas. Reuniones con operadores logísticos interesados en invertir en el Perú.

4. Aeropuerto de Lieja – Abril 2015- Julio 2015

Visita y Conversaciones con el aeropuerto de Lieja para lograr que líneas aéreas de transporte de carga lleguen al aeropuerto Jorge Chávez lo

cual facilitará el transporte de productos frescos a Europa. Lieja es uno de los aeropuertos mejor ubicados en relación a los principales mercados europeos de frutas y pescado.

PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

- 1.** Campaña de Destino Perú: Imagen de Machu Picchu en tranvías. UN estimado conservador del impacto es de 17,000 personas que consideran visitar el Perú como consecuencia de esta campaña publicitaria realizada con Air Europa.
- 2.** Se apoyó actividad cultural MISTURITA del consulado del Perú con la asistencia de más de 3,000 personas, en su mayoría belgas quienes tuvieron oportunidad de degustar los platos peruanos en más de 20 stands.

Campaña con Air Europa dirigida a 2000 Agencias de Viaje. Se espera un incremento del 20% de las ventas de pasajes y paquetes al Perú. Comenzó el 16 de junio y termina en setiembre. Cualitativamente se consolida la cooperación con una de las principales líneas aéreas que llega al Perú directamente desde Bélgica (con una escala en Madrid) lo cual permitirá nuevas y permanentes acciones.