

OCEX LONDRES

EXPORTACIONES

1. SECTOR TEXTIL

1.1 **Participación en Feria Bubble. Londres, 1-2 de Febrero 2015**

Descripción: Se contó con la participación de 5 empresas peruanas en la feria Bubble, feria que se especializa en vestimenta para bebés y niños. Las empresas mostraron sus productos hechos en alpaca algodón pima y algodón orgánico.

Resultados: Las empresas reportaron haber establecido en conjunto más de 80 nuevos contactos y más de US\$ 35,000 en ventas en el corto plazo; así como una expectativa de venta en el plazo de un año superior a los US\$ 200,000 dólares.

1.2 **Feria PURE Londres, 8-10 de Febrero 2015**

Descripción: PURE feria que muestra lo mejor de la moda británica, con especial énfasis en diseños independientes para damas así como accesorios y calzado. La participación peruana estuvo conformada por 4 importantes marcas, las cuales mostraron productos hechos principalmente con alpaca y mezclas, destacándose por sus diseños y por un alto contenido de adaptación al mercado británico.

Resultados: La presencia de la delegación peruana, que reportó más de 30 contactos comerciales con potencial para ventas futuras por cerca de US\$ 400,000 y sirvió además para promover la marca "Alpaca del Perú", que resalta el origen y calidad única de esta valiosa fibra.

1.3 **Perú Moda 2015 Lima, 27-29 de Mayo 2015**

Descripción: Dada la priorización de productos establecida en coordinación con Promperu para el mercado británico, se sostuvieron reuniones, con varios de los expositores presentes en la feria, de confecciones y accesorios de alpaca, ropa para infantes, pijamería, artículos para el hogar y joyería. Resultados: Se calcula que la participación de los representantes británicos en Perú Moda permitirá cifras de exportación a este mercado cercanas a los USD 1.2 Millones en los próximos 12 meses.

Misión Comercial y Rueda de Negocios en Perú Moda. Previo a la participación peruana en Perú Moda, la OCEX Londres trabajó en la difusión del evento, lo que permitió tomar contacto con más de 40 empresas británicas interesadas en la oferta exportable peruana, logrando participar del evento un total de 21 representantes del Reino Unido, entre empresarios y prensa especializada.

Resultados: Se registraron cerca de 140 citas con empresas británicas durante el evento, siendo los productos de mayor interés para el mercado del Reino Unido son las prendas de alpaca, las camisas y blusas de punto de algodón y las prendas y complementos de algodón para bebés. A los participantes les gustó la mezcla de exhibiciones (moda y hogar) y consideran que el evento estuvo muy bien organizado. Quedaron muy impresionados con el colorido de los diseños y el 80% de los asistentes mencionaron tener intenciones de regresar el próximo año.

2. SECTOR AGRO

2.1 Feria Fruit Logistica Berlín, 4-6 DE Febrero 2015

Resultados: De acuerdo a los resultados de las encuestas elaboradas con PROMPERU, se hicieron ventas por cerca de USD 3 Millones durante los días de feria con un total que superan los USD 90 Millones para embarques en los próximos 12 meses.

Se estima que los compromisos de compra-venta que se establecieron en esta oportunidad con empresas británicas bordea los USD 10 Millones.

Misión Comercial a Fruit Logistica. Previo a la participación peruana en esta feria, la OCEX Londres trabajó en la difusión de la participación de la delegación peruana en el evento, lo que permitió tomar contacto con más de 70 empresas británicas interesadas en la oferta exportable peruana, 50 de las cuales acudieron al evento y participaron de reuniones B2B con empresarios peruanos.

Resultados: Se calcula que se concertaron cerca de 150 citas entre empresas británicas y peruanas, siendo los productos de mayor interés para el mercado del Reino Unido las diferentes variedades de cítricos, específicamente mandarinas y toronjas, uvas espárragos, bananos, granadas, mangos, paltas y arándanos. La reunión sostenida con representantes de AGAP y los gremios que reúne posibilitó definir con mayor claridad el soporte que necesita el sector privado del sistema de promoción comercial, en particular de las Oficinas Comerciales en el Exterior

2.2 Participación en Feria International Food & Drink Event: Londres, 22-25 de Marzo 2015

La delegación peruana mostró una interesante oferta de este rubro, dentro de la cual destacan productos energizantes elaborados con maca, quinua, café y cacao, conservas de espárrago, pimientos, y alcachofas, así como productos marinados, salsas, tapenades y chocolate.

Resultados: Las empresas peruanas recibieron, según encuesta, 333 visitas en los 4 días del evento, de las cuales 66 generaron iniciativas comerciales que podrían generar negocios de USD 560 Mil en los próximos 3 meses y USD 2.86 Millones en los próximos 12 meses. Como parte de la promoción del Perú y sus productos, aprovechando el reconocimiento que la gastronomía peruana en Londres, se programó una clase maestra para la prensa especializada donde el Chef principal del restaurante Lima Londres, Roberto Ortiz, se lució en la preparación de un excelente ceviche de conchas.

2.3 Participación en Feria London Produce Show: Londres, 3-5 de Junio 2015

OCEX Londres presentó una ponencia titulada "Exportaciones Peruanas de Alimentos Frescos, nuevas y mejores oportunidades de abastecimiento", la cual fue acompañada por un panel de expertos formado por 2 importantes empresas británicas que importan desde hace más de 10 años diferentes productos desde el Perú. Durante el evento se pudo además entablar relaciones con representantes de 5 empresas peruanas que visitaban la feria por primera vez y quienes mostraron su interés por participar con un stand en la siguiente edición de la feria.

Resultados: Contactos con más de 50 empresas británicas, desde importadores, distribuidores, mayoristas, minoristas y prensa especializada. Las compañías británicas mostraron interés no sólo en los productos agrícolas consolidados, sino también por los aún desconocidos en el mercado o aquellos en los que el Perú tiene aún una participación menor tales como los camotes,

zapallos, nuevas variedades de pimientos y ajíes, granos andinos como quinua, cañihua y kiwicha, kión, entre otros. La diversificación es la estrategia de la OCEX Londres para impulsar las exportaciones agrícolas, lo que significará exportaciones por más de US\$ 220 millones de dólares al Reino Unido durante el 2015.

2.4 Feria Seafood Expo Global: Bruselas, 21-23 de Abril 2015

Resultados: La participación de 5 Consejeros Económicos Comerciales (CEC) de las Oficinas Comerciales en Europa (Bruselas, Estambul, Hamburgo, Lisboa y Londres) y la coordinación previa con las otras Oficinas en la región, permitieron concretar alrededor de 1,750 citas de negocios. De acuerdo a los resultados de las encuestas elaboradas con PROMPERU, se hicieron ventas por cerca de USD 3 Millones durante los días de feria con un total que superan los USD 90 Millones para embarques en los próximos 12 meses.

Misión Comercial a Seafood Expo Global Previo a la participación peruana en el Seafood Expo Global, la OCEX Londres trabajó en la difusión de la participación de la delegación peruana en el evento, lo que permitió tomar contacto con más de 20 empresas británicas interesadas en la oferta exportable peruana, 13 de las cuales acudieron al evento y participaron de reuniones B2B con empresarios peruanos.

Resultados: Se registraron cerca de 50 citas con empresas británicas durante el evento, siendo los productos de mayor interés para el mercado del Reino Unido las conchas de abanico, el calamar lóligo entero, los langostinos, filetes de mahi-mahi, anguila, ovas de pez volador, erizos y pulpo. Se estima que como producto de estas reuniones se generaron ventas por cerca de los USD 2 Millones para ser atendidas en los próximos 12 meses.

2.5 London Pisco Sour Week.: Londres, 1-8 de Febrero 2015

Resultados: El evento permitió elevar en más de 80% el consumo promedio de Pisco Sour en los restaurantes peruanos durante esa semana. La campaña de difusión implementada de manera conjunta con los restaurantes peruanos participantes obtuvo más de 50,000 vistas en Facebook, además de rebote en la prensa local, llegando a importantes medios como Londonist, The Independent, The Drink Business, The Spirit Business, London Evening Standard que en forma conjunta alcanzan una audiencia total de más de 3 Millones de personas. De la misma manera, el London Pisco Sour Week fue difundido en más de 20 publicaciones digitales además de redes sociales.

2.6 Conferencia Althelia: Londres, 2 de junio de 2015

Descripción: Conferencia Althelia sobre potencial del Perú para desarrollar negocios sostenibles, con base medioambiental y usos sostenible de los recursos naturales trabajando especialmente con sistemas agroforestales con cacao en zonas de amortiguamiento de áreas naturales protegidas.

Resultados: 70 invitados que degustaron pisco y diferentes platillos peruanos, entre ellos un quinotto con quinua de diferentes colores.

TURISMO

1. Descripción: Capacitación a personal de Intrepid. (Londres/15.01.15)

Actividad desarrollada en las oficinas de Intrepid en conjunto con Hills & Balfour con la presencia de 10 ejecutivos de la empresa

Resultados: 10 ejecutivos capacitados en nuevos y tradicionales productos turísticos, que mejoraron su conocimiento sobre los productos turísticos que promocionan.

2. Taller con presencia de agencias de viaje y personas interesadas (Islington – Londres/21.01.15)

En colaboración con Hills & Balfour e Intrepid se organizó un taller en las oficinas de estos últimos en Islington donde se realizó presentación de los atractivos turísticos de Perú, acompañada de testimonios por parte de ejecutivos de Intrepid. Resultados: Alrededor de 20 representantes de agencias de viaje y otros 20 interesados en visitar Perú capacitados.

3. Feria Experience Latin America – ELA (Londres, 15-18.06.15)

Evento organizado por la Latin America Tourism con características B2B, que reúne los principales proveedores de América Latina con los compradores del Reino Unido y Europa en Londres.

Resultados: En coordinación con Promperu y alrededor de 8 empresas peruanas presentes se sostuvieron más de 100 reuniones de trabajo con clientes del Reino Unido y el resto de Europa. Las cifras de ventas no fueron reveladas.

4. Conferencia Althelia (Londres, 02.06.15)

Sobre potencial del Perú para desarrollar negocios sostenibles con base medioambiental y uso sostenible de los recursos naturales, incluyendo eco-turismo

Resultados: 70 invitados informados sobre turismo de naturaleza en la zona de amortiguamiento de la Reserva Nacional Tambopata

5. LAIF – 2015 (Londres, 15.06.15)

Seminario sobre inversiones en América Latina que se aprovechó para distribuir información turística del país.

Resultados: Alrededor de 160 de los invitados informados sobre productos turísticos.

6. Reunión con operadores turísticos que trabajan con los países de la Alianza del Pacífico (Londres, 12.03.1)

Se coordinó con 10 de los principales operadores turísticos en Londres que trabajan en América Latina

Resultado: Compromiso de desarrollar actividades en conjunto durante el segundo semestre del año en curso, en particular en el marco de la WTM

7. Capacitación y entrega de información a Sras. Edith Ataucusi y Katy Vilchez para su difusión en Kent y Edimburgo (Marzo – Abril 2015)

Taller de capacitación con presentación país y atractivos turísticos

Resultado: 2 personas capacitadas directamente, alrededor de 100 individuos informados

INVERSIONES

- 1. Participación en Latin America Business Forum** organizado por London Business School como expositor y panelista

Resultados: Más de 30 empresarios informados de proyectos de inversión en infraestructura productiva e infraestructura social, además de proyectos de inversión en el agro.

2. Promoción de inversiones con entrega de información sobre proyectos de inversión y como hacer negocios con Perú en el marco del Latin America Investment Forum organizado por la Latin America Trade and Investment Association

Resultados: Más de 100 potenciales inversionistas, manejadores de fondos de inversión y consultores recibieron información sobre inversiones y el clima empresarial de Perú.

3. Conferencia sobre potencial del Perú para desarrollar negocios sostenibles con base medioambiental, uso sostenible de los recursos naturales, conservación de bosques y bonos de carbono

Resultados: Alrededor de 30 inversionistas en servicios ambientales

4. Participación en mesa redonda en el marco de la instalación del Latin America Interest Group – British Expertise, haciendo presentación de los atractivos que Perú ofrece a la inversión extranjera en particular en el área de construcción de infraestructura social.

Resultados: 10 empresarios informados sobre cómo invertir en Perú y proyectos en cartera.

5. Coordinación de reunión entre Proinversion y Altra Capital para la capacitación de personal en proyectos APP.

Resultado: 40 + funcionarios capacitados

6. Participación como expositor y panelista en el Latin America Business Forum organizado por LBS con información sobre el clima de inversión en Perú y proyectos de infraestructura en agenda.

Resultado: 50 + empresarios, académicos y estudiantes informados

7. Múltiples reuniones de coordinación con Starcrop, empresa británica dedicada a promover, estructurar y evaluar oportunidades de inversión en proyectos agrícolas en mercados emergentes, con especial interés en proyectos “brownfield” de espárragos y cacao.

Resultados: Evaluación de 2 + proyectos en Perú

8. Varias reuniones con Altra Capital y Proinversion para convocar y seleccionar empresas británicas para misión empresarial a Perú en coordinación con UKTI.

Resultado: Alrededor de 30 empresas que acompañarán al Lord Mayor en Misión Empresarial a Brasil, Colombia y Perú.

9. Reunión con ejecutivos del HSBC para informarlos sobre proyectos de inversión en Perú.

Resultado: 5 ejecutivos capacitados

10. Reunión de coordinación con Dr. Eduardo Benavides, Vicepresidente de la Cámara de Comercio Peruano-Británica sobre la visita a Lima de Misión Empresarial Británica encabezada por el Lord Mayor.

Resultado: Incorporación de 5 nuevas empresas y posibilidad abierta para visita a la Sra. Ministra de Comercio Exterior y Turismo.

11. Participación en foro “Natural Resources” sobre minería.

Resultado: Distribución de material y 9 nuevos contactos.

PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

1. Organización y coordinación del viaje de Rafael Estefanía para elaboración de artículos sobre Perú para ser publicados en el Reino Unido, España, Portugal y a nivel internacional a través de BBC International

Resultado: Audiencia de 80 Millones de personas

2. Seguimiento a video Luxury Trains, con Jonathan Pang, difundido a través de Travel Channel en el Reino Unido y otros 140 territorios.

Resultado: 56 millones de hogares

3. Reuniones con Christian Ravina para la producción de publicación en línea INCA MAGAZINE

Resultado: En proceso con ajustes recomendados por el área de Comunicaciones de Promperu.

4. London Pisco Sour Week en cooperación con 7 restaurantes peruanos

Resultado: Más de 50 Mil visitas en Facebook, además de rebote en la prensa local, llegando a importantes medios como Londonist, The Independent, The Drink Business, The Spirit Business, London Evening Standard que en forma conjunta alcanzan una audiencia total de más de 3 Millones de personas. De la misma manera, el London Pisco Sour Week fue difundido en más de 20 publicaciones digitales además de redes sociales

5. Difusión de industria textil/moda, gastronomía, pisco, alimentos a través de medios virtuales.

Resultado: 1,300 likes en FB

6. Organización de demostración culinaria en el marco de la Internacional Food and Drink Event conducida por Roberto Ortiz, cocinero principal del Lima Floral de Vrgilio Martinez.

Resultado: 50 + participantes se familiarizaron con arte culinario peruano

7. Lanzamiento de café de origen peruano en Starbucks en EMEA

Resultado: 2,500 establecimientos Starbucks en EMEA vendiendo café peruano

- 8. Reuniones varias con Richard Lapper, Director FT Latam Confidential y Lucinda Elliott, reportera, para discutir material e información con vista a publicación sobre Perú, incluyendo artículo sobre quínoa.**

Resultado: En proceso, con la posibilidad de llegar a 600 mil suscriptores.

- 9. Apoyo en la organización del lanzamiento de la publicación “Peru, The Cookbook” de Gastón Acurio por Phaidon Press.**

Resultado: Más de mil libros en manos de prensa especializada y distribuidos para su venta

- 10. Apoyo a la Superintendencia del Mercado de Valores en su participación en evento IOSCO, atendiendo stand de promoción de imagen país y turismo**

Resultado: Más de 500 delegados informados sobre Lima, ciudad sede de la próxima cumbre.

- 11. Coordinaciones con el MINCETUR para la realización de la cumbre de instituciones reguladoras de juegos en Lima**

Resultado: Lima como sede de la cumbre 2015 con participación de delegados de más de 100 países.