

**OCEX NUEVA DELHI**  
**Informe de Gestión enero – junio 2015**

**EXPORTACIONES**

**1. SECTOR TEXTIL**

**1.1 Promoción de PERUMODA y PERU GIFT SHOW 2015 (Nueva Delhi, Febrero - Marzo 2015)**

Diseñar comunicación para difundir información vía electrónica sobre estos eventos a importadores del sector confecciones. Se alcanzaron invitaciones a empresas Indias de la base de datos de la OCEX Nueva Delhi.

Resultados obtenidos: La OCEX Nueva Delhi alcanzó la invitación a 8 empresas y 4 gremios solicitando apoyo en la difusión de la información:  
Llamadas hechas/atendidas: 15; Correos enviados: 12.

**1.2 Promoción comercial de fibra de alpaca (Febrero 2015)**

Desarrollo de actividades de promoción comercial de la fibra de alpaca.

Resultados obtenidos: Se alcanzó una lista de exportadores de fibra de alpaca a un total de 7 empresas indias.

**1.3 Promoción comercial para exportación de cuero wetblue (Febrero 2015)**

Alcance de lista de exportadores de cuero wetblue a 3 empresas India. Desarrollo de conexiones entre exportadores Peruanos de cuero wetblue y compradores en India. Llamadas hechas/atendidas: 1; Correos enviados: 3.

**1.4 Prospección de feria (Nueva Delhi, Julio 2015)**

OCEX Nueva Delhi se encargará de prospectar la Feria India International Garment Fair (IIGF) de Industria Textiles.

Resultados esperados: Captar información del mercado de prendas de vestir y accesorios en India. Ampliar la de base de datos con información de las 350 empresas que exhibirán en IIGF 2015. De estas empresas se seleccionarán empresas de esta lista de 350 empresas a quienes podríamos ofrecer productos como fibra de Alpaca y vicuña y confecciones peruanas.

**2. SECTOR AGRO**

**2.1 Apoyo en las gestiones de introducción de empresa peruana comercializadora de quinua en el mercado Indio (marzo 2015)**

La OCEX Nueva Delhi coordinó 4 reuniones para exportador Peruano de Quinoa Tierra Inca Resources SAC con importadores. Llamadas hechas: 18; correos enviados: 6.

## **2.2 Apoyo en la importación de muestras de quinua (marzo 2015)**

Conseguir la certificación de exención del Ministerio de relaciones exteriores de India para mercadería (samples) de Quinua enviada por la empresa peruana Tierra Inca Resources SAC. Elaboración y presentación de todos los documentos al ministerio de RREE de India. Coordinación con la empresa logística encargada para la entrega de la mercadería. La OCEX Nueva Delhi y Tierra Inca Resources usó la mercadería para entregar a las empresas interesadas en importar Quinua en India. Estos productos de Quinua están exhibidos como muestras en el local de OCEX Nueva Delhi.

## **2.3 Promoción comercial de uvas (marzo 2015)**

Alcance de lista de exportadores de uvas a 2 importadores de uvas. Desarrollo de conexiones entre exportadores Peruanos de uvas e importadores de frutas en India. Llamadas hechas/atendidas: 2; Correos enviados: 2

## **2.4 Estudio de mercado de uvas en India (marzo 2015)**

Coordinación con la consultora encargada para el estudio de uvas: revisión del estudio entregado por la consultora y sugerir cambios a hacer. Desarrollo del estudio de uvas que se pueden revisar exportadores peruanos de uvas para entender y entrar el mercado indio. Llamadas hechas/atendidas: 5; Correos enviados: 2.

## **2.5 Promoción comercial de Quinua (marzo 2015)**

Alcance de lista de exportadores de Quinua a 2 importadores de India. Desarrollo de conexiones entre exportadores Peruanos de Quinua e importadores en India. Llamadas hechas/atendidas: 2; Correos enviados: 2

## **2.6 Promoción exportaciones de quinua (Mumbai – Marzo 2015)**

La OCEX Nueva Delhi coordinó y acompañó en 9 reuniones a exportador Peruano de Quinua Tierra Inca Resources SAC con importadores, hoteles, manufactureros de productos manufacturados del sector alimentos y bebidas. Aquellas reuniones se realizaron en la ciudad de Mumbai. Para las coordinaciones se hicieron 15 llamadas telefónicas y se enviaron 12 e-mails.

Resultados esperados: Se estima exportación de USD 1 millón para el 2015 y de USD 1.5 millones para el 2016 por parte de Tierra Inca Resources a India.

## **2.7 Visita a feria de alimentos y bebidas (marzo 2015)**

Visita a Feria Aahar 2015 en Nueva Delhi permitió conocer nuevos importadores. El objetivo es incrementar registros en base de datos; promover Expoalimentaria 2015. Se ha conseguido identificar importadores interesados en productos alimenticios procesados (Espárragos, pimientos, alcachofas).

## **2.8 Promoción exportaciones de quinua (Nueva Delhi, Bangalore y Kolkata – Abril de 2015)**

La OCEX Nueva Delhi coordinó y acompañó en 10 reuniones a exportador Peruano de Quinua Tierra Inca Resources SAC con importadores, hoteles, manufactureros de productos manufacturados del sector alimentos y bebidas. Aquellas reuniones se realizaron en las ciudades de Nueva Delhi, Bangalore y Kolkata. Para las coordinaciones se hicieron 25 llamadas telefónicas y se enviaron 12 e-mails.

Resultados esperados: Se estima exportación de USD 1 millón para el 2015 y de USD 1.5 millones para el 2016 por parte de Tierra Inca Resources a India.

## **2.9 Reunión con Directora de Product Approvals del Food Safety Standard Authority of India – FSSAI (Nueva Delhi, Abril 2015).**

OCEX Nueva Delhi se reunió con Dra. Sandhya Kabra, Directora de Product Approvals de FSSAI. La agenda de la reunión era entender el proceso de inclusión de Quinua abajo como producto estandarizado, evitando así la gestión de un Product Approval para cada importación de este producto. Llamadas hechas: 30; Correos enviados: 3.

Resultados esperados: OCEX Nueva Delhi presentará expediente para registrar la quinua en grano en el Food Safety and Standards Regulation.

## **2.10 Promoción exportaciones de sangre de drago (Marzo – Abril 2015)**

Identificar nuevos potenciales importadores de sangre de drago en coordinación con exportadores Probosque, Saywa Export y Exportaciones Amazónicas Nativas. Comunicaciones totales 10.

## **2.11 Promoción de EXPO PERU KOREA 2015 (Nueva Delhi – Junio de 2015)**

Se alcanzaron invitaciones a 19 empresas importadoras de India (50 llamadas hechas/atendidas y 25 correos electrónicos remitidos), habiendo recibido 4 fichas de participación. El evento fue postergado hasta Setiembre 2015 por razones sanitarias inestables en Corea del Sur. Resultados esperados: Conseguir que por lo menos 4 empresas importadoras Indias asistan a este evento, una vez que se defina una nueva fecha para la realización del mismo.

## **2.12 Promoción de EXPOALIMENTARIA 2015: Nueva Delhi (Abril, Mayo y Junio de 2015)**

Se remitieron un total de 75 comunicaciones a empresas importadoras de alimentos y bebidas de India, promoviendo su participación en el evento. Adicionalmente esta OCEX tiene registradas 75 llamadas y 49 emails atendiendo consultas y promoviendo la participación de la empresa. Se recibieron un total de 20 fichas de participación, procediendo con su evaluación antes de remitirlas al comité encargado de la selección de empresas participantes.

Resultados esperados: Participación de 7 empresas importadoras indias, con invitación total o parcial. Exportaciones por US\$ 2'500,000

### **2.13 Degustación de Pisco y quinua (Junio 2015)**

En el marco del día del Idioma Español, celebrado por el Instituto Cervantes, la OCEX Nueva Delhi llevó a cabo una degustación de pisco y de quinua. Por lo menos 200 personas conocieron el pisco peruano, su origen, la forma de preparar algunas bebidas a base de pisco y, además conocieron las bondades de la quinua.

Resultados esperados: Incrementar al consumo de estos productos en el mercado indio.

### **2.14 Lanzamiento del Pisco Peruano en el mercado Indio (Nueva Delhi y Mumbai – Julio 2015)**

Se ha programado el lanzamiento del Pisco en India. Evento: "Pisco Launch". Se congrega a más de 150 personas ligadas al negocio de licores en India (importadores, bartenders, compradores de alimentos y bebidas de hoteles, bares y restaurantes). Se entregarán recetas de cocteles con productos Indios a base de Pisco habrá cobertura de medios.

Resultados esperados: Difusión del Pisco Peruano. Establecer relación entre importadores indios y exportadores peruanos. Se entregará lista de exportadores peruanos. Incrementar la importación de pisco en por lo menos un 100%.

### **2.15 Promoción del World Avocado Congress (Julio 2015)**

Difundir información sobre el evento a importadores de frutas y verdura en India.

Resultados esperados: Por lo menos dos importadores de India asistirán al evento. Aumentar la base de datos de importadores del sector.

### **2.16 Apoyo para exportación de sangre de drago.**

Resultados esperados: Se espera que la empresa SIAGRO Agroexportación pueda cerrar operaciones con la empresa India Glenmark Pharmaceuticals, importadora de sangre de drago usada como materia prima para la producción de su producto Crofelemer, con acceso a USA y Europa. Seguimiento pendiente.

## **3. SECTOR MANUFACTURAS DIVERSAS**

### **3.1 Promoción de exportaciones del sector cuero (Marzo a Junio 2015)**

Empresas exportadoras peruanas participarán en el Buyer Seller Meet (BSM), orgnizado por la Cámara de Comercio de Lima y el Consejo del Cuero de Gobierno de India (*Council for Leather Exports - CLE*). Evento se realizará entre el 23 y 24 de Julio.

Se realizaron 20 llamadas telefónicas y se emitieron 25 e-mails.

Resultados obtenidos: Empresas peruanas buscarán ofrecer productos peruanos utilizados en el proceso de producción de cuero. Se espera participación de proveedores de cuero Wetblue, taninos, entre otros.

Resultados esperados: Pendiente conocer el número de empresas exportadoras peruanas que participarán en estas reuniones. Se espera la participación de 14 empresas indias interesadas en adquirir cuero Wetblue, harina de tara y otros productos para la curtiembre del cuero. Se estima exportación adicional de USD 2 millones, en cuero Wetblue desde Perú a India como resultado de las negociaciones en esta misión comercial India.

Se espera generar nuevas alianzas comerciales entre exportadores peruanos del sector cuero y compradores en India.

El Consejo del Cuero de India, ha ofrecido alcanzar a sus socios información de productos Wetblue y productos para la industria de la curtiembre (tara en polvo por ejemplo). También publicarán un artículo sobre sector cuero de Perú en su revista Leather News India.

### **3.2 Promoción de PERUMIN 2015 – difusión de información al sector minería en India (Nueva Delhi - Mayo y Junio de 2015)**

Alcance de información sobre PERUMIN 2015 a 20 empresas de minería de India. Se atendieron consultas a 3 empresas Indias.

Resultados esperados: Por lo menos, 2 empresas Indias asistirán a PERUMIN 2015. Las empresas son: a. PP Jewellers; b. VNS Marketing.

### **3.3 Promoción de PERUMIN 2015 – publicación de un anuncio en medio electrónico especializado (Nueva Delhi – en la tercera y cuarta semana de Mayo de 2015).**

- Diseño de comunicación y flyer para promover PERUMIN 2015 en India.  
- Se alcanzó información sobre PERUMIN 2015 a 20 empresas del sector minería en India por correo electrónico.

- Se realizaron coordinaciones para publicación de un anuncio en página web de eventos trade shows y conferencias [www.10times.com](http://www.10times.com). Se solicitó cotización y detalles sobre el tráfico de varias páginas del sitio web para evaluar y decidir la mejor página dentro del sitio web donde se puede publicar el anuncio.

- Coordinamos la publicación de un anuncio en la revista Bullion Bulletin, solicitando cotización y detalles sobre la circulación de la revista, diseñando el anuncio a publicar.

- Coordinaciones para publicación de un anuncio en la revista IIM Metal News, pidiendo cotización y detalles sobre la circulación de la revista, diseñando el anuncio a publicar. Se redactaron los términos de referencias del contrato para la publicación del anuncio.

- Número de llamadas hechas/atendidas: 20; correos enviados: 10.

Resultados esperados: Por lo menos tres empresas del sector minero indio asistirán a PERUMIN 2015.

### **3.4 Promoción de exportaciones de alambre de Cobre - Junio de 2015**

Búsqueda de compradores indios de alambre de cobre para empresa peruana Tecnofil, encontrando información de 2 compradores indios de este producto. En total se realizaron 5 llamadas y se enviaron un total de 6 e-mails. Tecnofil ya está en conversaciones con estas empresas.

Resultados esperados: Se espera que estas empresas concreten pedidos con empresa exportadora peruana.

### **3.5 Apoyo exportaciones de cámaras hiperbáricas**

Se apoya directamente las gestiones de la empresa Hyperbaric SAC y su representante en India para la venta de hasta 15 Cámaras Hiperbáricas a este mercado. Ya se está cerrando una primera compra en este año, exportación que se hace a la empresa STEMRX Bio Science Solutions Pvt. Ltd. (US\$ 51 mil). Intervención directa de esta OCEX apoyando esta gestión. Se espera que para fines de julio, la policía de Chennai pueda comprar hasta 14 unidades adicionales, lo que representará US\$ 714 mil adicionales de exportación. Pendiente que importador en India coordine una reunión con sus clientes, reunión en la que participaremos para apoyar la gestión. El grupo Reliance está interesado en adquirir más de US\$ 300 mil en estos equipos. Coordinaremos apoyo para conseguir esta exportación.

## **4. OTROS**

- 4.1** Elaborar nota dirigida a autoridades Agrícolas del Gobierno de la India en relación a la nota emitida por dicho país sobre "Relajación de la fumigación con Bromuro de Metilo" de acuerdo a la información que SENASA-PERÚ ha presentado.

Resultados esperados

Obtener comunicación de respuesta por parte del Gobierno de la India dando conformidad y conocimiento que en el Perú el uso del Bromuro de Metilo se encuentra discontinuado y por lo tanto ya no se hace uso del mismo.

Mediante esta conformidad, se exoneraría a los productos peruanos de ser fumigados en origen (para aquellos productos cuyo requisito sea la fumigación pre-embarque con Bromuro de Metilo), y en cambio de ello se aplicaría la fumigación en los puertos de entrada de la India, beneficiando a los exportadores peruanos.

- 4.2** Coordinar con SENASA y elaborar respuesta del Perú en relación al tema de los requisitos propuestos por la India para la exportación de la palta peruana variedad "Hass" manteniendo la posición del Perú en relación a las 3 plagas reguladas.

Resultados esperados

Se espera mejorar las condiciones de acceso al mercado para la variedad "Hass" reduciendo los requisitos establecidos y exonerando así de la fumigación con Bromuro de metilo, lo que permitiría darle más tiempo de vida en anaquel mejorando la competitividad del producto peruano, lo cual beneficiaría a los exportadores de palta.

Se espera que la India en el caso de la plaga *Stenoma catenifer* cambie su regulación de fumigación con Bromuro de metilo por la certificación

de "lugar de producción libre de *Stenoma catenifer*" y obtener conformidad o una especificación al respecto.

Retirar de la regulación para la variedad "Hass" las otras 2 plagas por no estar técnicamente justificado.

**4.3** Desarrollo de Información requerida para la presentación de expediente a la FSSAI para el registro de la quinua dentro del Food Safety Standard Regulation (Nueva Delhi, Julio 2015).

Resultados proyectados: Presentar el expediente para el registro de la quinua peruana dentro del Food Safety Standard Regulations de India.

## **TURISMO**

**1.** Prospección Feria de Turismo SATTE [Nueva Delhi – Enero 2015]

Resultados: Networking con 50 empresas.

**2.** Prospección Feria "India International Travel and Tourism - IITT 2015" [Mumbai, Enero 2015]

Resultados: Networking con 40 empresas.

**3.** Participación con Stand Turismo de Perú en la Feria de Libros 2015 (Kolkata – Enero , Febrero 2015)

Resultados: Stand fue visitado por 5,000 personas. Se difundió información de Perú y sus atractivos como destino turístico directamente a potenciales viajeros. Feria congregó a millones de visitantes.

**4.** Prospección feria de turismo OTM (Mumbai – Febrero 2015)

Resultados: Networking con 50 empresas.

**5.** Prospección feria de turismo OTM (Mumbai – Febrero 2015)

Resultados: Networking con 2 empresas.

**6.** Participación con stand Perú feria "Global Exhibition on Services 2015" (Nueva Delhi, Abril 2015)

Resultados: Convocatoria e invitaciones cursadas: 30; E-Mails enviados: 40. Atención de consultas: 58. Número de operadores de turismo que visitaron el stand: 15

Resultados en común en todas las actividades antes descritas: Promoción Perú como destino turístico. Ampliar base de datos de tours operadores, medios y empresas dedicadas a marketing en el sector. Empresas formarán parte de invitados para convocatoria de próximas capacitaciones, FAM Trips y requerimientos de ofertas por servicios de marketing para próximas campañas de difusión y capacitaciones.

**7.** Desarrollo de consultoría para realizar estudio sobre el perfil de viajero

Indio al Perú, tomando como fuente de información, las solicitudes de visa presentadas a la Sección Consular de la Embajada del Perú en India. Elaboración de términos de referencia, convocatoria, selección de consultores, consultas legales a dos estudios de abogados, redacción de contrato y supervisión de actividad, que aún se viene ejecutando. (Actividad de Junio a Julio 2015).

Resultados: Llamadas telefónicas para convocatoria y coordinaciones: 23; E-mails enviados: 10; Consultores contratados: 2; actividad aún en ejecución.

Resultados esperados: Contar con información cualitativa y cuantitativa de los pasajeros que han solicitado y se les ha otorgado visa de turismo o de negocios en la Embajada del Perú en India. Se elabora una hoja de datos con toda la información.

- 8.** Desarrollo de reuniones con medios de prensa escritos/ digitales con el fin de presentarnos, conocer servicios y solicitar cotizaciones de los mismos.

Reuniones sostenidas desde abril a junio del 2015.

Resultados: Llamadas telefónicas para coordinaciones e intercambio de información: 47; E-mails enviados: 40. Total número de reuniones y empresas: 14.

Resultados esperados: Realizar informe con propuesta para llevar a cabo publicaciones periódicas promoviendo al Perú como destino turístico en India.

- 9.** Desarrollo de reuniones con representantes de ferias de turismo

Para conseguir cotizaciones para la participación de Perú en principales ferias de turismo en India, así como conocer las estrategias utilizadas por otras oficinas de turismo presentes en India.

Resultados: Llamadas telefónicas para coordinaciones e intercambio de información: 13; E-mails enviados: 20. Total número de reuniones y empresas: 3.

Resultados esperados: Participación con stand Perú en Ferias Satte (Delhi) y OTM (Mumbai) en 2016.

- 10.** Seguimiento a actividades AVIAREPS.

Luego del contrato con PROMPERU, a partir de marzo del 2015 se sostuvo reunión con esta empresa contratada como PR para Perú y se desarrolló seguimiento a las actividades realizadas

Resultados: Llamadas telefónicas para coordinaciones e intercambio de información: 20; E-mails enviados: 30. Dos reuniones en Mumbai (Febrero y Abril 2015).

Resultados esperados: Culminado el período de vigencia del contrato, desarrollar un informe sobre el resultado de las actividades identificadas por la OCEX Nueva Delhi y realizadas por esta empresa.

- 11.** Filmación de película "The Ghost of Che"

Viaje de autor de libro con el mismo nombre al Perú. Se coordinaron reuniones y elaboró agenda de trabajo en Perú durante visita.



Resultados: Llamadas telefónicas para coordinaciones e intercambio de información (plan de trabajo, presentación de película): 20; E-mails enviados: 25. Una reunión en Mumbai. Se elaboró una agenda de trabajo para el autor y su guionista. Se consiguió auspicio de Peruvian Airlines para traslados internos en Perú; marca de motocicletas Hero entregará unidades para ser utilizadas durante el rodaje de la película.

Resultados esperados: Conseguir auspicio de línea aérea internacional para traslado de equipo de filmación; gestionar y conseguir auspicio de marca de motocicletas Royal Enfield; conseguir apoyo de cadena de hoteles en Perú para integrantes equipo de filmación. Apoyar en agendar reuniones para próximo viaje de director de película al Perú (diciembre 2015). Inicio del rodaje de la película en los primeros meses 2016.

## **12. Expo Perú Korea 2015.**

Se realizaron gestiones para convocar operadores de turismo e invitarlos a participar de este evento, con miras a generar negocios con expositores peruanos.

Resultados: Llamadas telefónicas para coordinar y convocar: 45; E-mails enviados: 45. Número de empresas interesadas en asistir: 10.

Resultados esperados: Participación de por lo menos 4 empresas Indias en evento postergado para setiembre 2015.

## **13. Seminario de capacitación LAN-TAM.**

Reuniones y coordinaciones para participar como expositores en seminario dirigido a operadores de turismo organizado por la aerolínea LAN- TAM.

Resultados: Capacitaciones se llevarán a cabo el 29/07 en Nueva Delhi y el 31/07 en Mumbai.

Resultados esperados: 150 operadores de turismo recibirán información y serán capacitados sobre el Perú y sus beneficios como destino turístico para el mercado Indio.

## **14. Informar sobre artículos publicados en medios comunicando a Perú como destino turístico para el mercado Indio.**

Resultados: Se ha informado a Promperú y DOCEX sobre 14 artículos publicados en diferentes medios de comunicación en India.

## **15. Reuniones con empresas de marketing para coordinar futuras actividades de promoción de Perú como destino turístico.**

Resultados: reuniones con 6 empresas dedicadas al marketing en el sector turismo. Se recibieron cotizaciones e información sobre potenciales actividades de promoción a llevarse a cabo.

Resultados esperados: Llevar a cabo, por lo menos una presentación dirigida a 50 operadores de turismo.

# **INVERSIONES**

## **1. Promoción Inversiones a Adytia Birla Group (Mumbai, Marzo 2015)**

Se visitó oficina de Adytia Birla Group, buscando promover inversiones de este grupo en nuestro país. Se nos ha informado que está evaluando la posibilidad de concretar inversiones en el sector minero, específicamente en la producción de cobre. Para lograr esta reunión, fue necesario remitir hasta 5 comunicaciones.

Resultados esperados: Inversiones de este grupo por US\$ 500 millones.

## **2. Coordinaciones para Roadshow de Proinversión en Mayo 2015**

OCEX Nueva Delhi se encargó de organizar dos eventos de promociones de inversiones, tanto en Nueva Delhi como en Mumbai. Se solicitaron cotizaciones a dos organizaciones gremiales (CII y FICCI) para que se encarguen de todos los servicios en hoteles

La participación de Proinversión ha sido postergada, esperando la visita de una delegación de esta institución para Setiembre del 2015.

Se realizaron hasta 20 comunicaciones de coordinación.

## **3. Promoción de Inversiones: Reuniones con empresa de joyería (Mayo y Junio 2015)**

OCEX Nueva Delhi reunió con empresa de joyería PP Jewellers en dos oportunidades y aconsejó a PP Jewellers a viajar a Perú con el fin de importar oro desde India e invertir en Perú. Se explicó a PP Jewellers sobre el sector minería y el ambiente de inversión en Perú.

OCEX Nueva Delhi coordinó una agenda de reuniones para PP Jewellers a ser realizadas durante su viaje a Lima. En total sostuvieron 3 reuniones:

- i. Gerens – empresa consultoría
- ii. Estudio Muñoz – abogados
- iii. Sr. Carlos Herrera - Proinversión

A esta empresa, además se le proporcionó una lista de exportadores de oro, así como y guías de inversiones en el Perú. Asimismo fueron informados sobre PERUMIN.

Resultados esperados: Inversiones de esta empresa en el Perú oscilarán entre USD 6 y 20 millones. Buscan establecer una refinería de oro en el Perú. Confirmado, P.P. Jewellers asistirá a PERUMIN en Setiembre de 2015.

## **4. Presentación en Seminario Oportunidades de Negocios en Países de América Latina, organizado por EEPC India a fines de Junio del 2015.**

Exposición sobre el marco de inversiones en el Perú, frente a 90 asistentes.

Resultados esperados: Delegación de empresarios viajarán al Perú en Agosto de este año, para investigar posibilidades de inversión en nuestro país.

## **PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS**

### **1. Difundir de manera permanente la imagen de la marca país.**

Todas las comunicaciones escritas y electrónicas, el formato de las presentaciones en Power Point, los folletos elaborados, publicaciones

realizadas, es decir, todos los instrumentos de comunicación empleados por la OCEX Nueva Delhi, llevan el logotipo de la marca país.  
Resultados esperados: Todas las personas que reciben comunicaciones emitidas por la OCEX Nueva Delhi, identifican la marca Perú, como marca país.

**2. Decorar las instalaciones de la OCEX Nueva Delhi con el diseño de promoción de la marca país.**

Todas las instalaciones de la OCEX Nueva Delhi, cuentan con una adecuada presentación, mostrando la imagen de la marca país.  
Resultados esperados: Todas las personas que visitan las instalaciones de la OCEX Nueva Delhi, identifican la marca Perú, como marca país.