

OCEX SAU PAULO
Informe de Gestión enero – junio 2015

EXPORTACIONES

1. SECTOR TEXTIL

1.1 Feria FENIN 2015 Sector confecciones (Bento Goncalves, Río Grande do Sul/Brasil, Del 20 al 23 de enero de 2015)

- Objetivo: Promocionar exportaciones de empresas medianas para el mercado brasileiro en la principal feria del Brasil en el segmento de confecciones de tejido de punto de algodón.
- Conto con la participación de 10 empresas peruanas en la feria.
- Se contactaron 120 compradoras brasileiras;
- Logro: Se proyectaron ventas por US\$ 34.5 millones.

1.2 Feria Première Visión São Paulo 2015 Sector Textil y confecciones (Sao Paulo, 12 y 13 de mayo de 2015)

- Objetivo: Promocionar exportaciones de empresas medianas para el mercado brasileiro de confecciones de tejido de algodón y alpaca.
- Participaron 04 empresas peruanas de algodón y alpaca
- Se contactaron 80 compradores del sector de Confecciones
- Logro: Se proyectan ventas por US\$ 2 millones en los próximos 12 meses

1.3 Feria FIT 0/16 Sector Niños/Jóvenes (Sao Paulo, 31 de mayo de 2015)

- Objetivo: Promocionar exportaciones de pequeñas y medianas empresas de confecciones del segmento Infante-Juvenil y de bebés.
- Participaron 04 empresas de confecciones de tejido plano y tejido de punto.
- SE contactaron 120 compradores brasileiros del sector Confecciones Infante - Juvenil.
- Se proyectaron ventas por US\$ 2millones.

1.4 Misión de Compradores brasileiros Sector textil y confecciones (Hotel Sheraton Lima-Perú, del 14 al 17 de abril de 2015)

- Objetivo: Incrementar el número de nuevos compradores brasileiros participando de las compras de confecciones peruanas. Expandir el mercado de la confección peruana en Brasil.
- Participaron 45 empresas brasieras compradores de ropa masculina, femenina, bebes e infanto - juvenil.

- Se contactaron 200 pequeñas y medianas empresas exportadoras de confecciones peruanas
- Logro: Estimación de exportaciones al Brasil de US\$ 10 millones.

1.5 Perú Moda 2015 - Misión de Compradores brasileiros Sector textil y confecciones (Lima 27 al 29 de mayo 2015)

- Objetivo: Incrementar el número de nuevos compradores brasileiros participando de las compras de confecciones peruanas. Expandir el mercado de la confección peruana en Brasil. Incrementar exportaciones de confecciones de punto.
- Participación de una delegación de 80 empresas brasileiras, representando 4 de las 5 regiones de Brasil en distintos segmentos del mercado textil. Entre los compradores brasileiros estuvieron marcas importantes del mercado como Riachuelo, Brookfield, Dudalina, Cia. Hering, Ricardo Almeida, Malwee, Mundo do Enxoval, Trousseau, ernambucanas, Centauro, Havaianas, Rubinella, entre otras.
- Se contactaron 120 pequeñas y medianas empresas exportadoras de confecciones peruana.
- Logro: Estimación de exportaciones al Brasil de US\$ 15 millones. Las empresas peruanas expositoras han logrado incrementar el volumen y variedad de productos exportados al mercado brasileiro en el sector Confecciones, consolidando Brasil como el 2do mercado principal de las exportaciones textiles peruanas.

1.6 Misión de Exportadores Opera 2015 / FIT 0/16 Sector confecciones de ropa de bebes y niños

(Sao Paulo 30 de mayo al 05 de junio 2015)

- Objetivo: Introducción en el mercado brasileiros confecciones de ropa de bebe, y niños. Incrementar el número de nuevos compradores brasileiros. Expandir el mercado de la confección peruana en Brasil.
- Participaron 06 empresas confeccionistas de ropa de bebe y ropa de niños.
- Se contactaron 18 compradores del sector bebe - infante - juvenil
- Logro: Estimación de ventas de US\$ 200 mil.

1.7 Programa de Internacionalización del Sector Confecciones (Sao Paulo, 2015)

- Objetivo: Internacionalización de las pequeñas y medianas empresas peruanas del sector confecciones, particularmente de Gamarra. Instalación de puntos de venta y distribución con el fin de atender la demanda de los compradores brasileiros que no importan directamente. Vnta de confecciones peruanas, a través de puntos de venta y distribución en los principales polos comerciales del sector confecciones en Brasil, con prendas adecuadas a las tendencias,

tamaños y diseños de mandados por los consumidores brasileños. Coordinación y seguimiento de la instalación, proceso de importación y comercialización de Las Confecciones elaboradas por las empresas consorciadas en Brasil.

- Participación de 41 empresas de confecciones de Gamarra y Villa El Salvador agrupadas en 11 consorcios, instalados en Brasil.
- Se contactaron 180 empresas brasileñas compradoras de confecciones.
- Logro: Establecimiento de un Centro de ventas "Emporio de confecciones peruanas" en el Shopping Fashion Bras ubicado en el Barrio Bras en Sao Paulo. Con proyecciones de ventas en el mercado local de US\$ 1 millón en doce meses.

2. SECTOR AGRO

2.1 Feria APAS 2015 Sector alimentos agro/pesca (São Paulo, del 04 al 07 de mayo de 2015)

- Objetivo: Promocionar exportaciones de alimentos de agro y pesca. Tomar contacto con importadores y supermercados. Programa de visitas con empresarios peruanos en centros comerciales, supermercados y centros de distribución.
- Conto con la participación de 12 empresas peruanas de Alimentos participantes
- Se contactaron 240 compradores mayoristas y distribuidores del sector Agro y Pesca
- Logro: Se estimaron US\$ 29,5 millones de ventas en los próximos 12 meses.

2.2 Campaña de Promoción de la Aceituna (Sao Paulo, 2do semestre 2015)

- Objetivo: Establecer una relación directa entre la aceituna peruana y su denominación de origen, fomentando el incremento de su consumo y las exportaciones directas, promoviendo la industrialización a través del fraccionamiento en origen, la promoción de la marca Perú;
- Consolidación del Perú como mayor proveedor de aceituna botija en Brasil.
- Difusión en Expoceviche Sao Paulo, Expo ceviche Rio de Janeiro, Apas, etc
- Puntos de degustación del producto en los principales centros de expendio;
- Fortalecimiento de marca de la aceituna peruana, apoyo a las exportaciones de 20 empresas peruanas productores de aceitunas.

- Se busca establecer una relación directa entre la aceituna negra botija peruana, ampliamente consumida en Brasil, y su denominación de origen, fomentando el incremento de las exportaciones con este destino y promoviendo la marca PERU. Con un impacto en 100 distribuidores y 40 mil consumidores en los puntos de venta. Con una proyección en el incremento de las exportaciones de aceituna en US\$ 2 millones.

2.3 Campaña de Promoción de la Quinua (Sao Paulo, 2do semestre 2015)

- Objetivo: Dar a conocer al consumidor las diferentes formas de preparación de la quinua y de sus propiedades como alimento nutracéutico. El desconocimiento sobre métodos de preparación es la principal restricción para ampliar su consumo en los canales no especializados de productos naturales.
- Puntos de degustación del producto en los principales centros de expendio.
- Difusión en Expoceviche Sao Paulo, Expo ceviche Rio de Janeiro, Apas, etc
- Fortalecimiento de marca de la quinua peruana. Apoyo a las exportaciones de 10 empresas peruanas productores de quinua.
- Se busca establecer una relación directa entre este producto y los consumidores del sector de productos naturales denominados "superalimentos". Se espera un impacto en 20 distribuidores y 20 mil consumidores. Con una proyección en el incremento de las exportaciones de quinua en US\$ 2 millones

2.4 Campaña de Promoción del Pisco (Sao Paulo, 2do semestre 2015)

- Objetivo: Dar a conocer al consumidor las diferentes formas de preparación y degustación del Pisco.
- Puntos de degustación del producto en los principales centros de expendio. Difusion en Expoceviche Sao Paulo, Expo ceviche Rio de Janeiro, Apas, etc
- Fortalecimiento de marca del pisco peruano.
- Se busca llegar al consumidor final para incrementar la demanda de compra del Pisco en puntos de venta como discotecas restaurantes, playas, etc.. Se espera impactar en 10 distribuidores y mas de 40 mil consumidores. Con una proyección en el incremento de las exportaciones de pisco en US\$ 0,3 millones

2.5 Campaña de Promocion del esparrago Sao Paulo, 1er semestre)

- Objetivo: Dar a conocer al consumidor las diferentes formas de preparación y degustación del esparrago peruano.
- Puntos de degustación del producto en la Feria APAS realizado en Sao paulo en mayo.

- Se busco llegar al consumidor final para incrementar la demanda de compra del esparrag peruano. Se espera impactar en 40 distribuidores y mas de 1 mil consumidores. Con una proyección en el incremento de las exportaciones de esparragos de US\$ 1,0 millon.

2.6 Programa de Internacionalización del Sector Agro Emporio Agro Peruano (Sao Paulo, 2015)

- Objetivo: Internacionalización de los consorcios agroperuanos de aceitunas, quinua, orégano, cebollas, ajos y otros, en el mercado brasilero. Instalar empresas en Brasil para el ejercicio del comercio local directo. Conformación de un conglomerado empresarial que se constituya como empresa importadora tipo trading en el Brasil.
- Participación de 25 organizaciones de productores agrarios, agrupados en 04 consorcios.
- Se contactaron 100 compradores brasileros de los productos vinculados a los consorcios.
- Logro: Establecimiento de un punto de ventas en la Zona Cerealista ubicada en el Estado de Sao Paulo, con una proyección de ventas de US\$ 2 millones de dólares en los proximos 12 meses.

3. SECTOR MANUFACTURAS DIVERSAS

3.1 Punto de Venta Manufacturas Diversas (equipos mineros, ferreteros, materiales de construcción) (Belo Horizonte, Minas Gerais, 2015)

Objetivo: Internacionalización de empresas exportadoras de bienes y servicios para el sector minero y electrico. Se espera que las empresas peruanas de los sectores de Manufacturas Diversas y Línea Eléctrica participantes consigan crear un Punto de venta y desarrollar ventas en el mercado interno. Crecimiento de las exportaciones de los sectores metal-mecánico y siderometalúrgico para Brasil. Desarrollo logístico entre Perú y Brasil para insumos de minería, industria minera y línea eléctrica.

En su face inicial, se cuenta con la participación de 06 empresas exportadoras del sector metalmeccanico y sidermetalurgico.

Se generaron 40 contactos comerciales con importadores brasileros.

Logro: Implementación del punto de Venta de Manufacturas Diversas para el sector de minería y linea electrica, en Belo Horizonte en el estado de Minas Gerais, con ventas estimadas en US\$ 1 millon en los proximos 12 meses.

4. SECTOR SERVICIOS

4.1. Feria ABF FRANCHISING EXPO Sector Franquicias (São Paulo, del 24 al 27 de junio de 2015)

Objetivo: Promover exportaciones de franquicias, participando en la mayor feria del sector, organizada por la Asociación Brasileira de Franquicias – ABF. Identificación de inversionistas brasileiros para las franquicias gastronómicas peruanas.

Participaron 04 Restaurantes peruanos con franquicias definidas

Se contactaron 120 inversionistas franquiciadores.

Logro: Con la experiencia de la participación en ABF Franchising, los empresarios peruanos tomaron la decisión de instalarse directamente en São Paulo para iniciar su proceso de expansión a partir de una base local. Expectativa de inversiones para los primeros 12 meses de USD 500 mil.

1.2 Programa de Internacionalización en los Estados de Frontera Fortalecimiento comercio ruta Interoceánica. CEMUS. (Río Branco, Acre-Brasil, 2015)

Objetivo: Internacionalización de empresas peruanas en los estados de frontera del Brasil. Conversión de la Carretera Interoceánica en un eje integrador de la Macro Región Sur del Perú con los Estados de Frontera del Brasil. Consolidar un Centro Promotor y de Distribución de productos peruanos, denominado CEMUS. Destruir los trámites y obstáculos que se presentan en la aduanas de los dos países. Intensificar la promoción de productos frescos, alimentos industrializados, materiales de construcción y manufacturas diversas. Incrementar las exportaciones por vía terrestre de productos frescos, industrializados y manufacturas diversas a los Estados de frontera del Brasil, por la carretera Interoceánica.

Atención de 70 empresas peruanas,

Se contactaron 350 compradores de la region de frontera.

Logro: Implementación de un Centro Promotor y de Distribución de productos peruanos en la frontera nor occidental de Brasil en la ciudad de Rio Branco estado de Acre (Area de influencia, Estados de Acre, Rondonia, Amazonia y Mato Grosso). Apoyo a la generacion de US\$ 4 millones de dólares de exportaciones por frontera, via la carretera interoceanica.

1.3 Centro Perú-Software Punto de Venta Software - PERU TECH (Sao Paulo, 2015)

Objetivo: Internacionalización de empresas del sector de servicios: software, en el mercado brasileiro. Identificar oportunidades comerciales en el mercado brasileiro, para las empresas peruanas exportadoras de software, diseñándose el modelo de gestión empresarial que permita la internacionalización de las empresas. Promover su internacionalización mediante el establecimiento de alianzas estratégicas u oficinas de representación y venta en Brasil.

En su fase inicial se incorporaron 07 empresas de software

Se contactaron 60 compradores de servicios de software.

Logro: Conformación del grupo empresarial para la constitución de la empresa PERUTECH, en Sao Paulo, con una proyección de ventas de US\$ 0,4 millones en 12 meses.

5. OTROS

5.1 Asistencia Técnica y Capacitaciones en Barreras Técnicas (Sao Paulo, 2015)

- Objetivo: Mantener actualizadas las informaciones técnicas y científicas disponibles, para liberar barreras técnicas impuestas a productos con gran oportunidad de mercado en Brasil, y que el Perú puede proveer en función de las ventanas comerciales.
- Se dio Asesoría Técnica de 48 Empresas Peruanas enfocadas en los mercados de Alimentos y Pesca, para gestiones en el DIPOA y MAPA.
- Logro: Priorización de la liberación de importaciones de Granadilla, Pimiento, Alcachofa, Maíz y langostinos y apoyo en la obtención de Rotulados para exportaciones del sector pesquero.

TURISMO

1. DOOR TO DOOR Frontera (Viaje de Prospección) – Río Branco/Acre, Porto Velho/Rondonia y Cuiabá/Mato Grosso, del 31 de enero al 09 de febrero de 2015)

Organizado Promperu en conjunto con OCEX São Paulo.

Recabar información del Mercado; percepción del destino Perú; Expectativas o limitaciones de su comercialización; perfil del turista proveniente de las regiones de frontera de Brasil-Perú.

Se sostuvieron 50 reuniones de trabajo con el *trade* de turismo y gremios locales del sector.

Manifestaron interés en trabajar con el destino Perú a través de la carretera interoceánica: 20 empresas, 30% a más en relación a 2014.

2. ESFE - Encuentro del Sector de Ferias y Eventos – São Paulo/SP, 10 de febrero de 2015

Organizado por el Grupo Radar, empresa multimedia especializada en el sector de turismo, ferias de negocios y eventos. Compuesto por 8 paneles de debate y participación de 1,000 empresarios, líderes y profesionales del sector.

Participación institucional de Perú con stand de 12m y marca Perú en piezas promocionales y distribución de material promocional.

Colocar al Perú dentro del segmento MICE de Brasil (turismo de reuniones, viajes de incentivos, congresos y eventos). Se espera incremento del 5%

3. LACTE 10 – Latin American Corporate Travel Experience - Sao Paulo/SP, del 22 al 24 de febrero de 2015

Asistir al evento para conocer las tendencias del sector MICE: turismo de reuniones, viajes de incentive, congresos y eventos internacionales. Networking con los empresarios del sector.

4. Viaje de celebridades – Lima y Cusco/Perú, 22 de febrero a 01 de marzo de 2015

Organizado por OCEX São Paulo con el apoyo de Promperu, Avianca, Hoteles Belmond, tour Operadora Viajes de Pacifico (Perú) y Agaxtur (Brasil).

Artistas de la TV Globo, Bruna Lombardi y Carlos Riccelli. Promoter de celebridades de la TV Rede, Caio Fischer
Programa de visitas a las ciudades de Lima, Cusco, Valle Sagrado y Machu Picchu.

Importante impacto mediático: Revista QUEM de la editora Globo (impresa y virtual), redes sociales de los artistas y prensa del trade.

5. Viaje de líderes de opinión – Lima y Cusco/Perú, 22 de febrero a 01 de marzo de 2015

Organizado por OCEX São Paulo con el apoyo de Promperu, Avianca, Hoteles Belmond, tour Operadora Viajes de Pacifico (Perú) y Agaxtur (Brasil). CEO del Experience Club, Ricardo Natale e equipo.

Experience Club es una importante plataforma de networking empresarial
Programa de visitas a las ciudades de Lima, Cusco, Valle Sagrado y Machu Picchu.

Importante impacto mediático: Revista EXPERIENCE CLUB (impresa y virtual) y prensa del trade.

6. Foro PANROTAS - São Paulo/SP, 24 y 25 de marzo de 2015

Organizado por uno de los principales medios de comunicación del trade de turismo.

Asistir al evento para acompañar las tendencias y comportamiento del sector de turismo.

Importante networking con los tour operadores, agencias de viajes y líderes empresariales.

Aproximadamente 1.200 participantes.

7. EBS – Feria de destinos y proveedores para eventos - São Paulo/SP, 26 y 27 de marzo de 2015

Organizado por el Grupo Evento Fácil, especialista en el segmento de ferias de negocios, eventos de relacionamiento, medios impresos/digitales y portales de contenido.

Reúne 150 expositores, 4.000 mil visitantes y asociados del EBS Buyers Club.

Visita a la feria para reuniones con empresas del trade MICE.

Perú presente en la Revista EBS dentro del artículo "Destinos MICE América Latina" (10 mil ejemplares y alcance digital a 100 mil profesionales).

8. Foro eventos - São Paulo/SP, 30 y 31 de marzo de 2015

Organizado por la Expo Eventos Editora, productora de guías especializados en planificación de eventos y producción de showcases.

Foro compuesto por 37 charlas técnicas y participación de 1.000 empresarios del sector.

Participación institucional de Perú con stand de 6m2. Marca Perú en las piezas promocionales, video institucional de Lima y distribución de material promocional.

Encuentro de profesionales de eventos, agencias de viajes de incentivos y meeting planners.

9. AVIESP Expo de Negocios en Turismo – Campinas/SP, 10 y 11 de abril de 2015)

Organizado por la Asociación de Agencias de Viajes del Interior de São Paulo (AVIESP).

5.100 participantes (3.700 agencias de viajes, 1.200 expositores y 300 invitados).

Visitar la feria para estrechar relacionamiento con los tour operadores y las agencias de viajes del interior de São Paulo.

Incrementar el número de vacacionistas brasileños del interior de São Paulo a Perú.

10. HRG Latin Global America Exchanging Ideas - Sao Paulo/SP, 13 de Abril 2015

Organizado por el Instituto ALATUR, líder del Mercado de Viajes corporativas de Brasil (TMC's – Travel Management Companies).

Evento con foco en la gestión regional y global de Viajes, eventos y movilización corporativa.

Debates sobre las mejores prácticas, desafíos, tendencias y herramientas para una gestión con más control y seguridad para viajes corporativas.

Asistir al evento, importante networking empresarial con 300 empresas líderes del sector.

11. Festival de gastronomía de montaña - Campos do Jordão/SP – 14 y 15 de abril de 2015

Organizado por el Convention Bureau de Campos do Jordão con el apoyo del SESC.

Mesa Redonda "Turismo Gastronómico – estrategia de suceso para destinos turísticos".

Perú, país invitado en la Mesa Redonda, presentación a cargo de la Especialista de Turismo de OCEX São Paulo: "Perú, turismo case de suceso". Público presente de aproximadamente 300 personas.

Incrementar el número de vacacionistas brasileños de ciudades del interior de São Paulo. Promocionar Perú a través de eventos dirigidos al consumidor final.

12. WTM – World Travel Mart Latin America - Sao Paulo/SP, 22 al 24 abril de 2015

Feria organizada por Reed Exhibition y Braztoa.

Participación institucional de Perú con stand Perú de 200m2, Promperu con 15 co-expositores peruanos.

Fortalecer la promoción del turismo con los tour operadores y las agencias de viajes de todo Brasil. Atención en el stand y reuniones de trabajo con el trade de turismo.

En 3 días de feria se realizaron 372 contactos comerciales, de los cuales 59% (221 empresas) son considerados como nuevos clientes potenciales. Se estiman 16.000 asistentes.

13. Visita a Brasil de CAdena Hotelera Aranwa, São Paulo/SP, 04 de mayo de 2015

La importante cadena peruana Aranwa visitó São Paulo con el objetivo de divulgar los diversos hoteles localizados en el Perú (Cusco, Valle Sagrado, Paracas, etc)

Elaboración de agenda de reuniones con 12 tour operadores brasileños.

14. Libro “The Travel Celebrations and Experiences 2015” – São Paulo/SP, 04 de mayo de 2015

Libro editado por la tour operadora PRIMETUR, especializada en lujo y miembro “Virtuoso”.

Imágenes y contenido sobre principales destinos, incluyendo Perú por primera vez, con foco en segmento lujo y experiencias fascinantes.

Evento de lanzamiento del libro durante el SP Travel Week de São Paulo.

Tiraje de 10 mil ejemplares, distribuidos a los CEOs, CFOs, Presidentes y Directores de sus clientes.

Divulgación de Perú en sus redes sociales y news semanales hasta diciembre 2015.

15. Feria São Paulo Travel Week - São Paulo/SP, del 05 al 08 Mayo de 2015

Organizada por Reed Exhibitions, especializada en segmento de lujo.

Visita a la Feria Travel Week y acompañar tendencias del sector. Fortalecer la promoción del turismo con los tour operadores y las agencias de viajes segmento lujo. Más de 2.000 visitantes.

Incrementar el número de vacacionistas brasileños de lujo a Perú.

16. PTM – Perú Travel Mart – Perú, 15 a 17 de Mayo 2015

Evento organizado por la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) y PROMPERU.

Se realizó una amplia divulgación a los tour operadores de los 27 estados brasileños.

El resultado de la convocatoria fue la participación de 28 empresas brasileñas de turismo, 30% más en relación a 2014, siendo 22 empresas nuevas.

Se concretaron más de 500 reuniones de trabajo con empresas peruanas durante el PTM 2015.

Conocieron el potencial del mercado peruano turístico, mostrándoles la oferta de servicios del Perú.

17. FAM TRIP Frontera - Perú, 07 a 18 de mayo de 2015

Organizado por Promperu con el apoyo de la OCEX Brasil.

Como resultado del Door to Door Frontera, se identificaron 12 tour empresas turísticas, siendo 04 de Acre y 08 de Rondonia, para fortalecer la tour operación a través de la carretera interoceánica y potencializar el flujo del turismo fronterizo.

El FAM Trip refuerza el conocimiento del destino visitando las principales ciudades; capacitándolas sobre la oferta turística y hotelera, para iniciar contactos con tour operadores peruanos y elaborar los paquetes turísticos y establecer estrategias de comercialización.

18. FAM TRIP Rio Grande de Sur – Perú, 11 a 17 de Mayo de 2015

Organizado por Promperu con el apoyo de la OCEX Brasil.

Con el objetivo de fortalecer la conectividad aérea Porto Alegre-Lima (Avianca) se identificaron 06 tour operadores de Rio Grande del Sur para participar del FAM Trip al Perú.

El FAM Trip refuerza el conocimiento del destino visitando las principales ciudades; capacitándolas sobre la oferta turística y hotelera, para iniciar

contactos con tour operadores peruanos y elaborar los paquetes turísticos y establecer estrategias de comercialización.
Incrementar el número de vacacionistas del sur de Brasil al Perú.

19. Lanzamiento del Catalogo de Moda/Turismo - Sao Paulo/SP, 20 de Mayo de 2015

Organizado en conjunto con la marca de moda brasileña Mundo do Enxoval, fotografió su catálogo de colección de invierno (algodón pima y alpaca) en locaciones de Lima y Cusco.

Impresión de 70 mil catálogos y distribución a principales clientes.

Fortalecer la promoción del turismo, principalmente el segmento de lujo y de compras.

Evento de lanzamiento de la colección en la tienda del shopping Cidade Jardim, con gastronomía Peruana y trajes típicos de Cusco. Transmisión del video making off en la TV". Impacto mediático en la prensa.

20. Visita a Brasil de Mountain Lodges Peru - São Paulo/SP, 26 de mayo de 2015

La importante empresa hotelera Mountain Lodge visitó São Paulo con el objetivo de divulgar los diversos hoteles localizados en Cusco y los programas especializados: Lares y Salkantay. Elaboración de agenda de reuniones con 20 tour operadores brasileños.

Crecimiento de ventas de orden de 30% en 2014.

21. Mostra Viajar – São Paulo/SP, 29 al 31 de mayo de 2015

Organizado por la empresa Promo Inteligencia con el apoyo del Ministerio de Turismo de Brasil para divulgar los destinos nacionales e internacionales con foco en viajes de experiencias.

Visita al evento para conocer participación de algunos destinos internacionales como expositores, como México, Republica Dominicana, USA, etc.

Las tour operadoras brasileñas expositoras podían comercializar sus paquetes.

Público presente de aproximadamente 5.000 personas.

22. Fiexpo Latinoamerica – Perú, 01 a 03 Junio 2015

Edición latinoamericana de la FIEPO internacional. Perú sede periodo 2014-2016.

Se realizó una amplia divulgación a los tour operadores y agencias de viajes de Brasil.

La convocatoria se dirigió al segmento MICE.

23. Congreso Brasileño de Guías de Turismo - Cuiabá/Mato Grosso, 03 a 05 de junio de 2015

Organizado por la Asociación Brasileña de Guías de Turismo, se realiza anualmente en una ciudad diferente.

Perú, país invitado en el panel de charlas del congreso, presentación a cargo de la Especialista de Turismo de OCEX São Paulo: "Perú, país de tesoros escondidos".

Público presente de aproximadamente 1.000 personas.

Participación institucional de Perú con stand de 6m2, Promperu. Atención al trade y público final durante los 3 días de evento.

24. Bazar de Arte Popular Peruano – São Paulo/SP, 09 a 12 de junio de 2015

Organizado por el Comité de Señoras Peruanas en São Paulo con el apoyo del Consulado General del Perú.

Exposición-venta de artesanía, textiles y gastronomía peruana.

Distribución de material promocional y recepcionistas con trajes típicos.

Público presente de aproximadamente 1.000 personas.

Promocionar Perú a través de eventos dirigidos al consumidor final.

25. FATEC “Redescubrimiento de Las Americas” - São Paulo/SP, 10 de junio de 2015

Organizado por la Facultad de Tecnología – FATEC, unidad norte de São Paulo, curso de “Gestión de Eventos” en español.

El grupo de estudiantes presenta stand contando la historia, cultura, arte, gastronomía, turismo y comercio del Perú, así como de otros países.

Distribución de material promocional, transmisión de videos y banner de Machu Picchu.

Público presente de aproximadamente 200 personas.

Promocionar Perú a través de eventos dirigidos al consumidor final.

26. Festival Cultural Expo Hispanica – Poá/SP, 12 a 14 de junio de 2015

Organizado por la Municipalidad de Poa del Estado de São Paulo.

Restaurantes y grupos culturales hispánicos (incluyendo Perú) presentan, gastronomía, artesanía, danzas, música, pinturas y otras manifestaciones artísticas.

Público presente de aproximadamente 800 personas.

Promocionar Perú a través de eventos dirigidos al consumidor final.

27. Lanzamiento “Gourmet Mistura” de Nova Operadora – São Paulo/SP, 15 de junio de 2015

Organizado por la tour operadora Nova Operadora del Grupo Forma con el apoyo del restaurante peruano Killa, Avianca, Belmond y la tour operadora peruana Condor Travel.

Durante el evento se lanzaron más de 12 paquetes turísticos al Perú, principalmente el de gastronomía para conocer “Mistura 2015”.

Participaron aproximadamente 80 agencias de viajes y prensa especializada.

Se espera formar un grupo de más de 60 personas.

28. Lanzamiento “Año Nuevo Paracas 2016” de turismo consciente operadora – São Paulo/SP, 25 de Junio de 2015

Organizado por la tour operadora Turismo Consciente, especializada en elaborar paquetes turísticos para celebrar Año Nuevo en destinos nacionales y el primero destino internacional escogido será Perú, el desierto de Paracas/Ica. Apoyo de la tour operadora peruana PTS Turismo.

Durante el evento se lanzó el paquete “Reveillon 2016”, que incluye Tambopata (Madre de Dios); Cusco, Machu Picchu, Lima, Paracas y la fiesta de Año Nuevo en el Desierto de Paracas.

Participaron aproximadamente 300 agencias de viajes y prensa especializada.

Se espera formar un grupo de más de 100 personas.

29. Feria Latina “Virada Cultural” – São Paulo/SP, 20 y 21 de junio de 2015

Feria Latina organizada por la revista “El Guía Latino” y por primera vez forma parte del mega evento “Virada Cultural” realizada por la Municipalidad de São Paulo.

Restaurantes y grupos culturales latinos (incluyendo Perú) se presentan con gastronomía, artesanía, danzas, música y otras manifestaciones artísticas.

Se apoyó con material promocional para distribución a los visitantes del evento.

Público presente de aproximadamente 5.000 personas.

Promocionar Perú a través de eventos dirigidos al consumidor final.

30. Fiesta Inti Raymi en São Paulo - São Paulo/SP, 25 de Junio de 2015

Organizada por la casa nocturna de espectáculos Rey Castro, especializada en eventos latinoamericanos.

Se gestionó el apoyo de Promperu (trajes típicos Inti Raymi), Avianca (sorteo de boletos), Turismo Consciente (paquete turístico), Restaurante Huaco (Estación de Ceviche), Pisco Vargas (Estación Pisco) y hoteles Aranwa (hospedaje en Valle Sagrado Cusco).

Las mejores caracterizaciones de los invitados ganaron premios de los apoyadores.

Distribución de material promocional y recepcionistas con trajes típicos.

Público presente de aproximadamente 500 personas.

Promocionar el Perú a través de eventos dirigidos al consumidor final.

31. Mountain Do “Vale Sagrado Dos Incas” - Florianopolis/Santa Catarina, 26 a 28 de Junio de 2015

Organizada por Sport Do Marketing Ltda., empresa especializada en organizar eventos deportivos, principalmente maratonas desde 2004.

Las maratonas se realizan en circuitos nacionales e internacionales, como Desierto de Atacama (Chile) y Ushuaia (Argentina).

Se ha incluido la maratona en el Perú para mayo de 2016 en el Vale Sagrado de los Incas, Cusco, considerado el primer evento brasileño de este segmento en nuestro país. Se espera que participen y viajen más de 1000 personas.

La Especialista en Turismo de nuestra OCEX São Paulo fue invitada a la ciudad de Florianopolis, Estado de Santa Catarina para el pre-lanzamiento del circuito “Mountain Do Valle Sagrado dos Incas” y realizó una presentación del Destino Perú para aproximadamente 1.200 personas.

Se apoyó con material promocional para distribución a los visitantes del evento y trajes típicos de la región de Cusco.

INVERSIONES

1. Roadshow de Inversiones Perú – Brasil – Sao Paulo 18 y 19 de Marzo

Objetivo: Presentar las oportunidades en la construcción de infraestructura en transporte, energía, saneamiento, zonas logísticas, puertos, aeropuertos, inversión en tierras, etc.

En el marco de “InPERU Brazil Road Show 2015”, se presentaron los proyectos de inversión en infraestructura, encargados para su promoción a PROINVERSION.

Logro: Participaron 180 inversionistas brasileiros y se logró el interés de los inversionistas de participar en los siguientes proyectos: Zona Logística del Callao, Hidrovia Amazónica, Suministro de energía de centrales hidroeléctricas, Línea 3 y 4 del Metro, Monorriel Arequipa, Obras de cabecera de abastecimiento de agua potable para Lima, Sub estación eléctrica Carapongo, Central Térmica de Quillabamba, Gran Acuario de Lima, Anillo vial periférico de Lima, Teleférico Choquequirao, entre otros. Proyectos que requieren inversiones de US\$ 3,719 millones aproximadamente.

2. Oportunidades de Comercio Turismo e Inversiones / Ribeirão Preto 11 Junio

Objetivo: Informar a los empresarios brasileiros sobre las oportunidades comerciales, proyectos de infraestructura.

Logro: Participaron 60 empresarios brasileiros, se logró el interés de inversionistas para los proyectos de sub estación Carapongo, Línea de Transmisión 220 kV Montalvo - Los Héroes y Subestaciones Asociadas y Termoeléctrica de Quillabamba estimados en US\$ 253,2 millones de inversión requerida.

3. Oportunidades de inversión en construcción de hospitales – Sao Paulo 17 de Junio

Objetivo: Informar a inversionistas brasileiros de oportunidades para invertir en el Perú en proyectos de infraestructura para hospitales.

Logro: Participaron 18 empresas especializadas en desarrollar infraestructura para hospitales. Interés de los inversionistas brasileiros de participar de los siguientes proyectos en los proyectos: 1. Diseño, construcción, equipamiento, operación y mantenimiento de los servicios complementarios que permitan brindar servicios de alta complejidad a la población de 0 a 17 años de edad a nivel nacional del Instituto del Niño y el Adolescente del Seguro Social, 2. Diseño, construcción, equipamiento, operación y mantenimiento de los servicios complementarios que permitan brindar servicios de alta complejidad a la población asegurada en el Departamento de Ancash del Nuevo Hospital de Chimbote. 3. Diseño, construcción, equipamiento, operación y mantenimiento de los servicios complementarios del Nuevo Hospital de Alta complejidad de Piura. Proyectos estimados en inversiones aproximadas de US\$ 400 millones

PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

1. VIAJE DE CELEBRIDADES – Lima y Cusco/Perú, 22 de febrero a 01 de marzo de 2015

Organizado por OCEX São Paulo con el apoyo de Promperu, Avianca, Hoteles Belmond, tour Operadora Viajes de Pacifico (Perú) y Agaxtur (Brasil).

Artistas de la TV Globo, Bruna Lombardi y Carlos Riccelli. *Promoter* de celebridades de la TV Rede, Caio Fischer

Programa de visitas a las ciudades de Lima, Cusco, Valle Sagrado y Machu Picchu.

Importante impacto mediático: Revista QUEM de la editora Globo (impresa y virtual), redes sociales de los artistas y prensa del *trade*.

Alcance: 100mil personas. Valoración US\$ 178.000
Redes sociales: más de 1 millón de likes en la página y 21 mil likes en las fotos de Perú. Más de 1.500 compartieron la foto y 1.000 comentarios

2. VIAJE DE LIDERES DE OPINION – Lima y Cusco/Perú, 22 de febrero a 01 de marzo de 2015

Organizado por OCEX São Paulo con el apoyo de Promperu, Avianca, Hoteles Belmond, tour Operadora Viajes de Pacifico (Perú) y Agaxtur (Brasil).

CEO del *Experience Club*, Ricardo Natale e equipo.

Experience Club es una importante plataforma de networking empresarial Programa de visitas a las ciudades de Lima, Cusco, Valle Sagrado y Machu Picchu.

Importante impacto mediático: Revista EXPERIENCE CLUB (impresa y virtual) y prensa del *trade*.

3. LANZAMIENTO DEL CATALOGO DE MODA/TURISMO - Sao Paulo/SP, 20 de Mayo de 2015

Organizado en conjunto con la marca de moda brasileña Mundo do Enxoval, fotografió su catálogo de colección de invierno (algodón pima y alpaca) en locaciones de Lima y Cusco.

Impresión de 70 mil catálogos y distribución a principales clientes.

Fortalecer la promoción del turismo, principalmente el segmento de lujo y de compras.

Evento de lanzamiento de la colección en la tienda del shopping Cidade Jardim, con gastronomía Peruana y trajes típicos de Cusco. Transmisión del video making off en la TV".

Impacto mediático en la prensa.

4. FIESTA INTI RAYMI EN SÃO PAULO - São Paulo/SP, 25 de Junio de 2015

Organizada por la casa nocturna de espectáculos Rey Castro, especializada en eventos latinoamericanos.

Se gestionó el apoyo de Promperu (trajes típicos Inti Raymi), Avianca (sorteo de boletos), Turismo Consciente (paquete turístico), Restaurante Huaco (Estación de Ceviche), Pisco Vargas (Estación Pisco) y hoteles Aranwa (hospedaje en Valle Sagrado Cusco).

Las mejores caracterizaciones de los invitados ganaron premios de los apoyadores.

Distribución de material promocional y recepcionistas con trajes típicos.

Público presente de aproximadamente 500 personas.

Promocionar el Perú a través de eventos dirigidos al consumidor final.

Alcance: 710mil personas (9 notas) y valoración US\$ 112.920,12

5. MOUNTAIN DO “VALE SAGRADO DOS INCAS” - Florianopolis/Santa Catarina, 26 a 28 de Junio de 2015

Organizada por Sport Do Marketing Ltda., empresa especializada en organizar eventos deportivos, principalmente maratonas desde 2004.

Las maratonas se realizan en circuitos nacionales e internacionales, como Desierto de Atacama (Chile) y Ushuaia (Argentina).

Se ha incluido la maratona en el Perú para mayo de 2016 en el Vale Sagrado de los Incas, Cusco, considerado el primer evento brasileño de este segmento en nuestro país. Se espera que participen y viajen más de 1000 personas.

La Especialista en Turismo de nuestra OCEX São Paulo fue invitada a la ciudad de Florianopolis, Estado de Santa Catarina para el pre-lanzamiento del circuito "Mountain Do Valle Sagrado dos Incas" y realizó una presentación del Destino Perú para aproximadamente 1.200 personas.

Se apoyó con material promocional para distribución a los visitantes del evento y trajes típicos de la región de Cusco.

Los organizadores viajarán a Perú en agosto para sostener reuniones con Promperu Turismo.