

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

INFORME DE GESTIÓN III TRIMESTRE OCEX MÉXICO

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Este trimestre, se presenta igual que los períodos anteriores frente al desafío que deben afrontar las empresas peruanas ante un ambiente con alta volatilidad, turbulencia en los mercados, incertidumbre económica mundial y por supuesto local, en México como mercado de destino, así como una diversidad de eventos económicos internos que hacen que la estrategia de negocio deba reevaluarse y aplicar nuevas iniciativas.

Las exportaciones totales peruanas a México en el periodo enero-agosto del 2015 disminuyeron 23.3 % con respecto al periodo enero – agosto del 2014 al pasar de \$ 470 millones de dólares a \$360 millones en el 2015 o sea \$110 millones menos en el periodo enero-agosto del 2015 que en el mismo periodo del 2014.

Esta disminución se explica por la caída en las exportaciones de gas natural y derivados de petróleo. Los otros dos sectores que sufrieron disminuciones importantes fueron el café con una disminución del 80.5% con 2 millones de dólares y el sector textil que disminuyó en 31% u 8 millones de dólares al pasar de \$25 a \$17 millones de dólares.

En lo que respecta a las exportaciones No Tradicionales del Perú a México, acción de promoción de las Oficinas Comerciales en el exterior, en el período enero-agosto del 2015 comparadas con el mismo periodo del 2014, estas muestran un incremento 21 millones de dólares americanos al pasar de \$147 millones de dólares a \$168 millones de dólares americanos

IDENTIFICACIÓN DE NUEVAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS REGISTRADAS EN EL TRIMESTRE DE EVALUACIÓN

Acciones implementadas por OCEX MÉXICO:

Se habló con algunas de las empresas que han mostrado reducciones significativas en sus exportaciones a México. Se analizara las causas de la reducción de algunas exportaciones de Perú a México en el primer semestre del 2015 comparado con el mismo periodo del 2014

Muestreo con sectores en caída

Café

Se habló con Fabricio Paredes de la empresa Compañía Internacional del Café, S.A.C (Tel:536-8900) quien nos informó que la razón de la reducción de sus exportaciones es debido a la caída de la producción de café en el Perú que bajo 60% por el problema de la roya. Esperan que el problema se solucione hasta el 2017.

Químicos



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

Iberoamericana de Plásticos:

Se habló con la empresa Iberoamericana de Plásticos, S.A.C. Con Elsa Aranguren elsa.aranguren@sinea.com . Tel: 00-511-430-0061

Ellos llevan exportando más de 10 años a México sacos de polipropileno. Exportaron 2,609,000 dólares en el primer semestre del 2014 y su exportación cayó a 1,897,000 dólares en el mismo periodo de este año.

Nos comentan que la razón es principalmente debido a la devaluación del peso mexicano que los ha sacado de competencia.

Adicionalmente, sufrieron retrasos este año debido a que importadores tardaron en registrarse en el padrón sectorial para importar, tema que ya está solucionado.

Espera que sus exportaciones puedan mejorar en el segundo semestre del año.

También les ha afectado la fluctuación que ha habido en el precio de sus materias primas.

Sector textil y confecciones

Devanlay Peru, S.A.C.

Se habló con Daniel Ordonez, Director de Logística de Devanlay. Tel: 00-511-315-2230

Esta empresa exportó 2,609,000 dólares en el primer semestre del 2014 y bajo a 565 mil dólares en el mismo periodo del 2015.

La reducción en sus exportaciones se debe a decisiones estratégicas de la empresa que consideran se revertirán en el mediano plazo. Es una decisión comercial que tiene que ver con el cambio en la estructura de sus clientes en México. Han formado una joint venture con un socio mexicano.

Consideran el mercado mexicano como interesante área para su empresa.

El tipo de cambio no les ha afectado a ellos ya que sus cotizaciones son en dólares.

Quedó de enviarnos un mail con un tema de clasificación arancelaria que están viendo con la Cámara de Comercio de Lima.

Sector Alimentos

Corporacion Perunor, S.A.C.

Son exportadores de Paprika a México. En el primer semestre del 2014 ellos exportaron 1,339,000 dólares y en el mismo periodo de este año exportaron 360,000 dólares.

La razón de la baja en sus exportadores es que ellos son comercializadores. Ellos compran de productores y luego exportan. El problema que tuvieron este año es una falta de capital de trabajo para financiar a los productores por lo que les tendría que pagar de contado.

El contacto es Erick Dioces edioces@salvatierragroup.com Tel: 00 511-238-9858

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación***1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO**

Norma	<p>AJO PERUANO EN MÉXICO</p> <p>La DGSV de SENASICA indica que no se tiene algún registro de tratamiento de bromuro de metilo en puntos de ingreso a México a productos vegetales "AJO" de origen peruano, que la hoja de requisitos sanitarios 1056-101-3077-PER-PER - señala lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Certificado fitosanitario emitido por SENASA 2.- El certificado deberá indicar el Folio (número) de los precintos (tipo candado sanitario) de SENASA 3.- Inspección fitosanitaria en el punto de entrada a México (toma de muestra para envío a laboratorio para: micología, entomología, y libres de suelo).
Descripción	<p>Se realizó una consulta con nuestros compañeros de la agregaduría agrícola de la embajada de Chile para conocer experiencias de ellos en el tratamiento cuarentenario de sus productos agrícolas en puntos de ingreso en México con bromuro de metilo; nos comentan, los productos chilenos tienen ingreso por la aduana de manzanillo y la infraestructura de la aduana no cuentan con sistema de fumigación, los productos vienen amparados "AJO" con un plan de trabajo desde origen para el despacho expedito de las mercancías y al momento no han tenido experiencia mala con la importación del cultivo, sugiriendo verificar los planes de trabajo vigentes entre Perú y México si mantenemos alguno en AJO y verificar los puntos clave.</p> <p>En ese sentido, buscamos los planes de trabajo de Perú y México, se mantienen vigentes para cultivos de Mango para consumo y de Mandarinas para consumo.</p> <p>http://www.senasica.gob.mx/?id=4696</p>
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	<p>Sírvase encontrar anexo la referencia arancelaria de ajos frescos del Perú: Fracción arancelaria: 0703.20.99 - Los demás ajos frescos.</p> <p>En Importación:</p> <p>Nota Perú: A partir del 1 de julio de 2012, la importación de esta mercancía originaria del Perú, estará sujeta a la preferencia arancelaria de 10.0% (Apéndice III Tarifa 2007 Vigente del Acuerdo por el que se da a conocer la Tasa Aplicable a partir del 1 de julio de 2012 del IGI para las mercancías originarias de la República del Perú, DOF 29/VI/2012). Sin embargo, únicamente durante el período de noviembre a enero de cada año, estará exenta de arancel (Art. 12 Tarifa 2007 Vigente del Acuerdo por el que se da a conocer la Tasa Aplicable a partir del 1 de julio de 2012 del IGI para las mercancías originarias de la República del Perú, DOF 29/VI/2012).</p> <p>http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/fraccion.php</p>
Acción realizada por la OCEX	<p>Realizamos consultas a la autoridad sanitaria de México para conocer si aplica algún procedimiento y/o tratamiento cuarentenario en base de bromuro de metilo en puntos de ingreso "puerto mexicano" para el cultivo AJO originario del Perú; consulta con el departamento de medidas fitosanitarias de la Dirección General de Sanidad Vegetal de SENASICA, para confirmar estos procedimientos.</p>
Enlace de acceso a la norma	<p>Planes de trabajo SENASICA</p> <p>http://www.senasica.gob.mx/?id=4696</p>

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

Norma	CAMARÓN PERUANO EN MÉXICO Tratamiento de importación de camarón del Perú al mercado mexicano
Descripción	Fracción arancelaria 0306.17.01 - Los demás camarones y langostinos congelados. http://www.siicex-caaarem.org.mx/ Nota Perú: A partir del 1 de julio de 2012, la importación de esta mercancía originaria del Perú , estará sujeta a la desgravación arancelaria que se indica en la columna correspondiente y quedará exenta de pago de arancel a partir del 1 de enero de 2021.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Los requisitos de sanidad acuícola para la importación de camarón crudo de Perú a México tienen que estar sujeta a la Combinación 118-116-3614 PER-PER que establece la Dirección de Sanidad Acuícola y Pesquera de SENASICA. http://www.senasica.gob.mx/ En el que se establece que los productos deben estar libres de: >Enfermedad de las manchas blancas (WSSV) >Enfermedad de la cabeza amarilla (YHV) >Mionecrosis Infecciosa (IMNV) >Infección por Penaeus vannamei Nodavirus (PvNV) Cumplir con la NOM-030-PESC-2000 http://www.conapesca.sagarpa.gob.mx/wb/cona/cona_norma_oficial_mexicana_030pesc2000
Acción realizada por la OCEX	Identificar restricciones, orientar al exportador sobre el mercado mexicano.

1.1.2 PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

Agencia Promotora - País	ProChile
Acción de Promoción	Visita Presidente Michelle Bachelette Misiones comerciales, Expos y ferias sectoriales y Eventos especializados.
Público Objetivo	Especialistas, expertos, cúpulas empresariales, instituciones académicas, dependencias gubernamentales, agencias de promoción y público con criterios objetivos.
Descripción del formato de la actividad	Misión comercial con agenda de negocios con compradores, distribuidores y agentes de negocios Desarrollo de cócteles tipo networking en plazas concurridas y de estatus Triple A
Productos Promocionados	Sector Tecnologías de la Información, Proveedores a la minería, agronegocios.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

Agencia Promotora - País	ProColombia
Acción de Promoción	Misiones comerciales, Expos y ferias sectoriales y Eventos especializados.
Público Objetivo	Especialistas, expertos, cúpulas empresariales, dependencias gubernamentales, agencias de promoción y socios estratégicos.
Descripción del formato de la actividad	Misión comercial con amplia cartera de exportadores y Desarrollo de cócteles tipo networking en plazas concurridas y de estatus Triple A
Productos Promocionados	Sector Tecnologías de la Información

Agencia Promotora - País	ProMéxico
Acción de Promoción	Misiones comerciales, Expos y ferias sectoriales y Eventos especializados.
Público Objetivo	Exportadores e inversionistas mexicanos
Descripción del formato de la actividad	>Misión comercial en marco de eventos internacionales y >Ruedas de negocios con convocatoria de compradores internacionales en provincias con ProMéxico Global.
Productos Promocionados	Sector de Servicios, alimentos, TICs, energía, MAC, Hábitat.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
VI Edición del Salón Cacao y Chocolate Perú	16	4	Grano de cacao, subproductos de cacao y confitería con/sin cacao
Perú Service Summit	49	5	Desarrollo de software, BPO, marketing digital, App
VI Rueda Internacional de Negocios de Industria Perú	79	10	Manufacturas diversas
Expo Alimentaria Perú	35	4	Alimentos frescos e industria alimentaria
TOTAL			



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

- **ACTIVIDAD 1**

VI Edición del Salón Cacao y Chocolate Perú

Lima, Perú – de 02 al 05 de julio de 2015

El objetivo de este evento es el integrar a los diferentes agentes económicos nacionales e internacionales de la cadena productiva del cacao, para gestionar conocimiento, intercambiar información, establecer redes de contacto y promover la actividad comercial del cacao y derivados en el mercado nacional e internacional.

La Oficina Comercial del Perú en México, en colaboración con el Comité Organizador, convocó a la comunidad empresarial del sector chocolatero de México en asociación estratégica con la Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolate, Dulces y Similares AC "ASCHOCO".

En ese sentido se logró la valiosa participación de 4 empresas del sector: IMCO Trade, Bremen, Chocolates CACEP y Belmex Chocolates, los cuales cumplieron con una agenda de trabajo integral- confirmada por el Comité Organizador.

Es menester el mencionar que se logró la confirmación de 4 empresas compradoras mexicanas con más 31 citas de negocios con 16 exportadores peruanos.

Sub-actividades:

Coordinación con el comité organizador sobre beneficios a compradores mexicanos.

Coordinación con ASCHOCO sobre la difusión del evento con sus asociados.

Se gestionó el colocar un banner digital de promoción del evento en la web site de ASCHOCO como parte de las coordinación de difusión del evento en México.

Reclutamiento y registro de 4 empresas mexicanas compradoras al evento.

Seguimiento a programa de actividades (rueda de negocios) e itinerarios de vuelo de compradores mexicanos confirmados.

Coordinación continúa con el comité organizador del evento.

- **ACTIVIDAD 2**

Perú Service Summit

Lima, Perú – de 06 al 10 de julio de 2015

Evento especializado en el comercio de servicios que reúne a lo mejor de la oferta exportable peruana para establecer vínculos comerciales siendo una importante plataforma de negocios en el mercado latinoamericano.

La Oficina Comercial del Perú en México, en colaboración con el Comité Organizador, convocó a la comunidad empresarial del sector servicios de México en asociación estratégica con asociaciones y gremios empresariales.

En ese sentido se logró la valiosa participación de 5 empresas del sector: ADN TECNOLÓGICO, MAYAN ESCAPE, MOBIEFFECTS, PRAXIS DE MEXICO y SINERSYS TECH, los cuales cumplieron con una agenda de trabajo integral- confirmada por el Comité Organizador.



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

Es menester el mencionar que se logró la confirmación de 5 empresas compradoras mexicanas con 87 citas de negocios con 49 exportadores peruanos y expectativas de negocios a 12 meses de \$2.3 millones de dólares.

Sub-actividades:

- Coordinación con el comité organizador sobre beneficios a compradores mexicanos.
- Coordinación con ProMéxico Servicios de Exportación, CANIEM, IMT, AMFI sobre la difusión del evento con empresas interesadas desarrollar joint ventures y co-inversiones.
- Reclutamiento y registro de 5 empresas mexicanas compradoras al evento.
- Seguimiento a programa de actividades (rueda de negocios).
- Coordinación continúa con el comité organizador del evento.

- **ACTIVIDAD 3**

VI Rueda Internacional de Negocios de Industria Perú

Lima, Perú – de 14 de agosto de 2015

El objetivo principal de esta rueda de negocios es aproximar lo mejor de la oferta exportable peruana de las líneas mencionadas con los principales importadores, distribuidores, mayoristas y comercializadores de Latinoamérica y de otros países que tengan interés en conocer la oferta peruana.

La Oficina Comercial del Perú en México, en colaboración con el Comité Organizador, convocó a la comunidad empresarial del sector manufacturero de México en colaboración con autoridades de promoción nacional y gremios empresariales.

En ese sentido se logró la valiosa participación de 5 empresas del sector: ADN TECNOLOGICO, MAYAN ESCAPE, MOBIEFFECTS, PRAXIS DE MEXICO y SINERSYS TECH, los cuales cumplieron con una agenda de trabajo integral- confirmada por el Comité Organizador.

Es menester el mencionar que se logró la confirmación de 10 empresas compradoras mexicanas con 105 citas de negocios con 79 exportadores peruanos y expectativas de negocios a 12 meses de \$6.0 millones de dólares.

- **ACTIVIDAD 4**

Expo Alimentaria Perú 2015

Lima, Perú – de 26 al 28 de agosto de 2015

Evento especializado en el comercio de productos de la industria alimentaria y produce que reúne a lo mejor de la oferta exportable peruana para establecer vínculos comerciales.

La Oficina Comercial del Perú en México, en colaboración con el Comité Organizador, convocó a la comunidad empresarial del sector agroalimentario e industria alimentaria de México en colaboración con autoridades de promoción nacional y gremios empresariales.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

En ese sentido se logró la valiosa participación de 5 empresas del sector: ALIGEN DISTRIBUCIONES, HANSEATIK, PINSA COMERCIAL, SESAJAL, los cuales cumplieron con una agenda de trabajo integral- confirmada por el Comité Organizador.

Es menester el mencionar que se logró la confirmación de 4 empresas compradoras mexicanas con 35 citas de negocios con 35 exportadores peruanos y expectativas de negocios a 12 meses de \$0.75 millones de dólares.

Sub-actividades:

- Coordinación con el comité organizador sobre beneficios a compradores mexicanos.
- Coordinación con Central de Abastos de la Ciudad de México, ANTAD y ANAM sobre la difusión del evento con empresas interesadas proveedores de alimentos peruanos.
- Reclutamiento y registro de empresas mexicanas compradoras al evento.
- Seguimiento a programa de actividades (rueda de negocios).
- Coordinación continúa con el comité organizador del evento.

1.3 OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	Nº de Exportadores Participantes
PAACE Automechanika México Ciudad de México Julio, 15 al 17 de 2015.	-
InterModa Verano Guadalajara, Jalisco Julio, 13-15 de 2015.	-
Misión Académica de la Universidad Agraria La Molina Ciudad de México Agosto, 03 al 06 de 2015.	4
Expo RUJAC Guadalajara, Jalisco Septiembre, 02 al 04 de 2015.	-
TOTAL	

1.3.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

• ACTIVIDAD 1

PAACE Automechanika México

Ciudad de México | Julio, 15 al 17 de 2015.

PAACE Automechanika México es considerada como una de las más importantes exposición profesional de la industria automotriz en México. Es una feria dirigida al mercado de postventa o “aftermarket” de la industria automotriz de México. En la feria participan alrededor de 500



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

expositores de México, China, Estados Unidos, Taiwán, Turquía, Japón, Alemania y Argentina. Se calcula que asisten alrededor de 20,000 visitantes especializados.

La feria está dirigida a público profesional de la industria, incluyendo: Mayoristas, Importadores y distribuidores, Minoristas, Propietarios de negocio, Fabricantes, Talleres de reparación, Administración de flotillas, Estaciones de Servicio.

De acuerdo con datos de la INA, a noviembre de 2014 el sector de autopartes alcanzó un valor de 75 628 millones de dólares, de los cuales 59 141 millones de dólares correspondió a la exportación de piezas originales, principalmente a Estados Unidos (90%), Japón y Alemania.

México se ubica como el quinto exportador mundial de autopartes, superado por China, Japón, Estados Unidos y Alemania, pero de acuerdo con estimados de la Industria Nacional de Autopartes (INA), para 2015 se prevé la llegada de nuevas armadoras automotrices al país, lo que impulsará aún más la producción.

El resultado de visitar el evento fue el constatar que si es un evento de relevancia que puede ser un buen escaparate para presentar los productos de las empresas peruanas del sector de autopartes.

Es necesario primero identificar cual es la oferta exportable del Perú para entonces poder saber quién es la competencia. En el evento participan empresas mexicanas y de varias partes del mundo que exhibieron toda clase de autopartes. A manera de ejemplo había varios expositores de baterías para autos, filtros, equipo para refaccionaras, componentes para frenos, partes eléctricas que podrían ser la competencia de empresas peruanas, Para conocer a la competencia seria de mucha utilidad que se apoyara a empresas peruanas del sector para que pudieran visitar el evento y conocer lo que se está ofreciendo de tal manera que ellos mismos pudieran evaluar sus posibilidades.

- **ACTIVIDAD 2**

InterModa Verano

Guadalajara, Jalisco | Julio, 13-15 de 2015.

InterModa es una plataforma de promoción de la industria de la vestimenta en México. La presencia de compradores en la feria es impulsada a invitación del organizador ferial y cuenta con un amplio abanico desde boutiques, distribuidores, ventas por catálogo y tiendas departamentales.

La potencial presencia de empresas peruanas en una próxima exhibición debe estar supeditada a que se presenten aquellas que puedan proveer volúmenes para boutiques y con precios en formato DDP. No es una feria que permita contar con exposición de empresas de sourcing. Resulta relevante el interés de las compradoras no solo por el algodón sino también por las mezclas con otras fibras sintéticas y artificiales.

Entre las recomendaciones, posicionar la Alpaca y Algodón con un pabellón de oferta exportable tipo Cotton USA que presente oferta de Algodón PIMA y fibra de Alpaca. Esta participación de estar apoyada por PROMPERÚ y la OCEX México.



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

En esta edición se contó con la participación de la empresa nacional, “CREDITEX” conversamos con Mauricio Larraín de Creditex Jefe de Ventas de Latinoamérica, quien no nos había contactado, no obstante habíamos entrado en contacto con Gerencia General en Perú Moda 2015. Nos informó que estaban más interesados en confeccionar pero hasta el momento solo habían recibido interés de proveedores de tela. De igual modo, le alcanzamos un Directorio de principales empresas mexicanas.

- **ACTIVIDAD 3**

Misión Académica de la Universidad Agraria La Molina

Ciudad de México | Agosto, 03 al 06 de 2015.

Con motivo de la visita a México de la delegación de la Universidad Nacional Agraria la Molina, Escuela de Posgrado se realizó una visita las instalaciones de SAGARPA, a la Central de Abastos de la Ciudad de México.

El grupo fue recibido por funcionarios de la Central de Abastos y por el representante de la SAGARPA ubicado en la Central de Abastos.

La primera parte de la visita consistió en una charla por parte de los funcionarios de la Central de Abastos y de SAGARPA en donde se dio al grupo información sobre la Central.

Por su visita en las instalaciones de SAGARPA recibieron capacitación de las áreas Fundamentales de la Secretaria, desde sanidad vegetal, animal, programas de fomento a la comercialización, a la producción y la innovación.

- **ACTIVIDAD 4**

Expo RUJAC

Guadalajara, Jalisco | Septiembre, 02 al 04 de 2015.

En tres días, se reúnen a más 17,000 visitantes que recorrerán 550 stands en un área de 18,000 m2 de exposición.

Es una feria para el “after market del sector automotriz”, está respaldada por los principales fabricantes de autopartes de México y el extranjero, logrando consolidar a Expo Internacional RUJAC como “LA EXPOSICIÓN DE MÉXICO” COMPROMETIDA CON LA INDUSTRIA NACIONAL.

Un factor importante que observamos, es que están abiertos a la oferta peruana exportable, porque el sector automotriz se vincula a la seguridad, ventaja ante países asiáticos.

1.4 ATENCIÓN DE CONSULTAS

- **ACTIVIDAD 1**

Sector de Alimentos

Meta: 42 clientes

Resultados:



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

A continuación se presenta el cuadro con las empresas peruanas y mexicanas identificadas. Para cada empresa se tiene la información de contacto en el CRM y el detalle de las interacciones que se han tenido con cada una de ellas en su caso.

- **ACTIVIDAD 2**

Sector Textil y Confección

Meta: 25 clientes

Resultados:

A continuación se presenta el cuadro con las empresas peruanas y mexicanas identificadas. Para cada empresa se tiene la información de contacto en el CRM y el detalle de las interacciones que se han tenido con cada una de ellas en su caso.

- **ACTIVIDAD 3**

Proyecto de encadenamientos productivos del sector automotriz

Sector Manufactura

Meta: 7 clientes

Resultados:

Los 7 exportadores peruanos que están participando en el proyecto de encadenamientos productivos del sector de autopartes.

Durante el periodo se mantuvo un contacto frecuente con PromPeru, con ProMéxico y con las empresas peruanas.

Se realizó la visita del experto de ProMéxico a Lima, ocasión en la que se hicieron las visitas a las plantas de las 7 empresas peruanas participantes en el proyecto

Se realizaron diversas acciones de coordinación para continuar con la siguiente etapa del proyecto que es el encuentro de proveedores con empresas mexicanas.

- **ACTIVIDAD 4**

Sector de Minería

Meta: 19 clientes

Resultados

- Los 9 exportadores peruanos que participaron en la Misión de Proveedores a la minería en México a finales del 2014.
- Seleccionar 10 empresas de la base de datos de las 50 empresas mineras mexicanas con la que se trabajó en la promoción de proveedores para la minería en noviembre del 2014.
- Durante el período se mantuvo contacto con las empresas listadas en el cuadro anterior a fin de ofrecerles el apoyo de seguimiento en México a los contactos establecidos durante su visita a México a finales del año pasado y para consultarles sobre los avances logrados a la fecha.
- De las 9 empresas que vinieron a la misión solamente una de ellas nos informó que había logrado avances sustanciales (PRODIMIN) y que estaba ya por cerrar negocios en México.
- Por otra parte otro grupo minero de primer nivel en Perú (STRACON GyM) que no participó en la misión nos contactó y nos informó que ya habían cerrado una alianza estratégica con un grupo mexicano lo que les permitiría participar en importantes proyectos en México en el sector de la minería.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

- Asimismo como respuesta a los informes de coyuntura elaborados por la OCEX se recibieron comunicaciones de empresas peruanas indicando su interés por el mercado mexicano como se puede ver en los expedientes del CRM de minería que desarrolló la OCEX.
- La conclusión es en el sentido de que lo mencionado en los puntos anteriores es evidencia de que las empresas peruanas que dan un puntual seguimiento y tienen una estrategia de promoción de ventas para el mercado logran concretar negocios.

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Presentación del destino Perú en el Club Skal México	1	65
Primer producto corporativo en turismo en México en conjunto con el Grupo Salinas (TV Azteca y Grupo Elektra). Evento: "Perú País de Tesoros Escondidos"	10	400
TOTAL:	11	465

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1**

Presentación del destino Perú en el Club Skal México

Ciudad de México | 16 de julio de 2015.

Skal Internacional tiene hoy aproximadamente 22,000 miembros en 500 Clubes alrededor del mundo, esto permite tener un conocimiento de primera mano del potencial turístico en el mundo.

Es la única organización de carácter internacional que engloba a todos los sectores de la industria de los viajes y el turismo.

Representando a los directores y ejecutivos de la industria, los miembros de Skål se reúnen a nivel local, nacional e internacional con el fin de discutir y compartir temas de interés común.

Se presentó al Perú como Destino donde se difundieron los productos turísticos de las zonas de Lima, Cusco Arequipa, Amazonía a un grupo de 65 personas socios del Club Skal México.

- **ACTIVIDAD 2**

Primer producto corporativo en turismo en México en conjunto con el Grupo Salinas (TV Azteca y Grupo Elektra).

Evento: "Perú País de Tesoros Escondidos"

Ciudad de México | 22 y 23 Julio de 2015.

El Grupo Salinas invierte y opera en el Perú a través de las empresas Elektra, Banco Azteca y desarrolla un proyecto de instalación de fibra óptica. El grupo Salinas solicitó a la Embajada del



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

Perú en México la participación de nuestra Oficina Comercial del Perú (OCEX México), para realizar actividades de promoción conjunta que puedan cubrir el relacionamiento entre Perú y México a nivel corporativo, así como fomentar la interculturalidad de su personal con sede en México y su sucursal en Perú.

El objetivo fue difundir el turismo, imagen, marca país así como promover el comercio. La actividad permitió promocionar de manera transversal diferentes sectores tales como: alimentos (quinua), bebidas (pisco), vestimenta (alpaca-algodón), artesanías, joyería, tour operador, aerolíneas y gastronomía a través de la presentación de sus productos en diferentes stands.

El público objetivo para el cual estuvo dirigido el evento fue de 5,000 empleados a los cuales se les llama socios comerciales del Corporativo del Grupo Salinas.

El desarrollo de la actividad tuvo un impacto mediático importante en consumidores mexicanos televidentes y lectores de TV Azteca.

Los resultados obtenidos en la gestión general de este primer evento en su categoría en los dos días de jornada, en horario de exhibición de (13.00hrs a 16.30hrs) fueron de:

+400 visitantes de afuera en el Pabellón "Perú País de Tesoros Escondidos". (8.9% de la población)

+7,500.00 dólares de derrama económica para los expositores de productos peruanos.

+2,200.00 dólares de valoración de inversión en medios de comunicaciones impresos y digitales "Revista Central "

+292,300.00 dólares de valoración de inversión en medios de comunicación audio-visuales.

Conclusiones:

1. Primer evento de Turismo Corporativo en su categoría desarrollado por PROMPERÚ Turismo con OCEX
2. Inversión realizada por OCEX México U.S 946.17 (POR LA ACTIVACIÓN)
3. Inversión realizada por el Corporativo Elektra: Infraestructura y Galería de Fotos U.S 7,000.00
4. Costo Total de Infraestructura y activación = U.S 7,946.17
5. Retorno de Inversión 31,918% (treinta y un mil, novecientos dieciocho por ciento) frente inversión única realizada por OCEX MX (PROMPERÚ Turismo aportó gestión con el área de imagen de PROMPERÚ)
6. Segmentación de los empleados del corporativo para anunciar a Perú como destino y a su vez Promoción para Eventos Corporativos en Perú - Factor clave en desarrollo de stakeholder
7. Promoción transversal de multi-sectores (comercio, inversiones y turismo).
8. Cobertura mediática (prensa, web, magazine, TV, radio).

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

3 PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos	N° de empresas peruanas promovidas
Misión exploratoria en infraestructura social en penitenciarios y hospitales en México	2	2 (Proinversión)
TOTAL	2	1

Número total de inversionistas (empresas / personas) atendidos: 2

3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- ACTIVIDAD 1**

Misión exploratoria en infraestructura social en penitenciarios y hospitales en México (Proinversión)

Ciudad de México | 31 Agosto – 01 Septiembre, 2015

La misión tuvo como objetivo el conocer experiencia mexicana en el desarrollo (construcción / administración) de establecimiento penitenciarios a través de APP's; diseño de contratos APP para proyectos penitenciarios; supervisión de proyectos APP en penales (supervisión del contrato); procesos de concesión de proyectos APP en el sector penitenciario; marco legal para el desarrollo de proyectos penitenciarios bajo la modalidad de APP y el diseño de proyectos en penales.

En la mencionada Misión contó con la preciada participación de:

Sr. Alfonso Jesús Garcés Manyari – Viceministro de Justicia del Perú.

Sr. Yaco Paul Rosas Romero – Subdirector de Promoción de Inversiones de Proinversión.

Sra. Soledad Elena Campos Mendoza de Parry - Directora de la Oficina Comercial del Perú en México.

4 PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

4.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Primer producto corporativo en turismo en México en conjunto con el Grupo Salinas (TV Azteca y Grupo Elektra). "Perú País de Tesoros Escondidos"	-	2
Perú Gourmet.Ciudad de México.25 de Julio de 2015	3,500	28

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección 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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

TOTAL:	3,500	30
---------------	--------------	-----------

4.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1**

Primer producto corporativo en turismo en México en conjunto con el Grupo Salinas (TV Azteca y Grupo Elektra).

Evento: "Perú País de Tesoros Escondidos"

Ciudad de México | 22 y 23 Julio de 2015.

El grupo Salinas invitó a participar a nuestra Oficina Comercial del Perú (OCEX México), para realizar actividades de promoción conjunta que puedan cubrir el relacionamiento entre Perú y México a nivel corporativo, así como fomentar la interculturalidad de su personal con sede en México y su sucursal en Perú.

Uno de los objetivos fue difundir la imagen, marca país así como promover el turismo. La actividad permitió promocionar la imagen del Perú así como la marca entre los 5,000 empleados con los que cuenta el Corporativo.

El desarrollo de la actividad tuvo un impacto mediático importante en consumidores mexicanos televidentes y lectores de TV Azteca y la difusión en diarios de alto impacto, magazines especializados donde se publicó la realización del evento.

Se presentó a la gastronomía peruana como parte sustancial de la imagen País. Esta presentación tuvo como público objetivo a los trabajadores del corporativo. Siendo que los restaurantes peruanos más importantes en México elaboraron diversos platillos típicos a fin de que los trabajadores puedan conocer parte de la variedad y riqueza de nuestra gastronomía.

Durante la actividad se observó un importante interés por la gastronomía peruana; sin embargo cabe señalar que es importante continuar fomentando eventos como este para promocionar no solamente nuestra gastronomía sino la imagen de Perú.

Cabe destacar que los de resultados obtenidos fueron un retorno de inversión de US\$ 302,000.00

El aforo fue de 400 visitantes en el Pabellón Perú equivalente al 8.9% del total de los trabajadores del corporativo.

Revista Central 30,000 impactos en medios impresos y digitales.

Programas de TV Azteca (impactos en medios audio-visuales) 2,321,264 es decir más de 2.3 millones de televidentes.

- **ACTIVIDAD 2**

Perú Gourmet

Ciudad de México | 25 de Julio de 2015.



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

El principal objetivo fue el posicionamiento y la difusión de la gastronomía peruana así como de la imagen, marca país y turismo.

Evento que estuvo orientado a los sectores A, B y C, con la participación de aproximadamente 3,5000 personas en esta última edición. En dicho formato participaron restaurantes peruanos, escuelas de gastronomía, mexicanos amantes de la gastronomía entre otros.

Los restaurantes que participaron fueron: “Astrid y Gastón”, “Pisco Grill”, “Paceeb’s”, “Agua y Sal”, “Jimmy Joe”, “El Alfajor”, “Chancho al Palo”, “Fuego de los Andes”, promocionando los vinos y piscos de la Bodega Queirolo.

El comité organizador nos informó que el evento dio como resultado una derrama económica aproximada de USD 45, 000.

Cabe destacar que la Oficina Comercial gestionó a través de los diferentes medios de comunicación la promoción de éste evento, logrando que se concretaron 28 notas en prensa, TV y medios digitales, así como 5 entrevistas con periodistas en el segmento de gastronomía. Con una equivalencia comercial de USD 64, 970.00 y con un impacto 3 millones 909 mil 299

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 1.- México es un mercado muy experimentado y demanda productos de alta calidad, altos volúmenes, precios competitivos y un factor de apalancamiento financiero de 45, 90 y 120 días.
- 2.- La experiencia obtenida en Expo ANTAD se precisa que los exportadores peruanos que tengan objetivos de incursionar al mercado, puedan ser apoyados mediante distribuidores, agentes de negocios e importadores mayoristas para minimizar los riesgos comerciales y optimizar los canales de comercialización.
- 3.- En el primer semestre logramos participar exitosamente con un stand de oferta exportable con 13 empresas exportadoras con resultados de oportunidades de negocio de \$1.6 millones de dólares.
- 4.- En marco de evento, ferias y expos especializadas en el sector en México, identificamos: Agrobaja, Expoagro Sinaloa, Expo ANTAD, ExpHotel, Confitexpo, Abastur, Gourmet Show, Expo y Ventas ANAM (Ver anexo 02).
- 5.- Las estrategias implementadas ha permitido el conocer a mayor profundidad las condiciones de mercado, identificar agentes económicos, canales de comercialización especializados, características y especificaciones de mercado.
- 6.- La cultura de negocios del empresario mexicano es buscar relaciones a largo plazo, basadas en la confianza, y el contacto constante.
- 7.- Se han tenido un plan comunicacional efectivo de Perú en México para el aprovechamiento, difusión y promoción de la oferta exportable peruana, mismo que nos ha permitido reclutar nuevos compradores para eventos en Perú como: Macrorrueda de Negocios de Alianza del Pacífico, Expo Alimentaria Perú 2015. Sin embargo, hoy día más consumidores finales conocen la marca Perú y la asocian a productos funcionales, de calidad y originales.
- 8.- Enfocar esfuerzos de promoción a productos: cacao en grano, uva de mesa, quinua, mandarina, esparrago, paprika y mangos.



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 Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación*

9.- Detonar proyectos bidireccionales en los productos referidos de que más empresas peruanas participen en eventos en México especializados y desarrollar agendas de trabajo especializadas, y que más empresas compradoras mexicanas puedan participar en eventos en Perú con el input de conocimiento de causa de la oferta exportable peruana.

10.- Realizar una campaña comunicacional en piso de venta en puntos de venta estratégicos de productos peruanos (supermercados, central de abastos, tiendas especializadas y departamentales)