

**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*

INFORME DE GESTIÓN III TRIMESTRE OCEX NUEVA YORK

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

- Organización de la participación peruana en feria Designers & Agents (D&A) en febrero.
- Expusieron 3 diseñadoras peruanas en stands vecinos, conformando zona peruana.
- Se lograron ventas importantes a tiendas como Barneys Japón y clientes neoyorquinos de boutiques con altos precios, y cada vez se aprecia más la moda peruana.
- Delegación de 100 compradores de zona OCEX NY interesados en PeruModa, en mayo. Se logró visitas tanto de compradores de marcas VIP como de interesados en pequeñas empresas y regalos o decoración. Hubo mayor interés en Alpaca, mientras que algunos visitantes consideraron que los productos de algodón no tenían suficiente innovación o variedad.
- Apoyo a participación de delegación peruana en Children's Club en marzo con 5 empresas en coordinación con la Cámara de Comercio de Lima. Buena acogida del producto y ventas crecientes al ser su segundo año.
- Apoyo a desfile de Sergio Dávila en semana de la moda de Mercedes Benz. Es el diseñador peruano más activo a ese nivel en Nueva York.
- Apoyo a participaciones de empresas peruanas o misiones en ferias textiles o de vestimenta, durante el primer semestre, como TexWorld, New York NOW, Moda Manhattan, Coterie, etc.
- Apoyo y atención de 27 visitantes a Nueva York durante el tercer trimestre del sector textil o vestimenta. Se trata un grupo muy diverso de empresas que incluyen desde diseñadores, productores de ropa de niños y emprendedores de "Gamarra", hasta representantes de fábricas de Alpaca, algodón Pima y otros. Las actividades incluyeron unas 30 visitas o citas con marcas top estadounidenses, apoyos en shows comerciales como Children's Club y Designers & Agents, y algunos desfiles o exposiciones de moda y el Perú Show en Chelsea Market, organización de una mini-rueda de negocios en la oficina con 11 compradores tipo boutique, y provisión de contactos e informaciones diversas.
- Seguimiento y coordinación de importantes empresas con base en Nueva York durante el tercer trimestre, por ejemplo, de una marca deportiva que visitó proveedores peruanos en Lima y Arequipa, otra marca que está por confirmar órdenes con lo que marcaría su regreso a Perú, y 3 marcas Premium interesadas en Alpaca y algodón Pima de alta calidad.
- Coordinaciones con expertas estadounidenses para apoyar a diseñadoras peruanas que buscan ingresar al mercado neoyorquino.
- Participación peruana en Boston, Expo Seafood Northamerica, en marzo. Participaron 24 empresas peruanas y 14 expusieron sus productos. Monto negociado de US\$ 40 millones.
- Participación peruana en Fancy Food Show con hasta 52 empresas visitantes, 20 expositores y US\$ 49 millones negociados.
- Se realizó rueda de negocios en la oficina para 8 empresas no expositoras en Fancy Food y se atendió misión especial de aceitunas.

**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*

- Apoyo a realización de evento de promoción de recetas internacionales con quinua a partir de libro de Sierra Exportadora, contando con la presencia de 2 chefs europeos.
- Coordinación final de viaje de más de 60 compradores a Expoalimentaria (agosto), que incluyen tanto compradores con hasta US\$ 20 millones de importaciones anuales desde Perú a otros importadores gourmet que buscan productos únicos o diferenciales.
- En días previos a la Expoalimentaria se coordinó la visita de una marca de chocolates con 9 tiendas en Nueva York a Tarapoto para evaluar proveedores de cacao en grano. El comprador evalúa importar a EE.UU. granos de cacao, cancha serrana, lúcuma y chirimoya, dado que su línea incluye también heladería.
- Coordinación con empresa Atalanta para facilitar que productos peruanos ingresen a supermercado con especial mención al destino peruano.
- Degustación de platos de humus de quinua y alcachofa. Se invitó en enero y febrero a 40 importadores, distribuidores, prensa y potenciales clientes de alimentos para que prueben recetas especiales. Se tuvo feed back e interés de varias marcas como Atalanta y Goya.
- Se realizó pequeña cena con platos con aceitunas botija o Alfonso, y se viene preparando material para su promoción en punto de venta y degustaciones.
- Se tuvo la visita de Peruplast, exportador de empaques flexibles, buscando clientes Como empresas manufactureras o que reenvasen productos en bolsas de menor tamaño.
- Apoyo a misión logística de operadores peruanos y delegación de oficiales de Aduanas en visita a puertos de Nueva Jersey, Nueva York y reunión en instalaciones de empresa Goya.

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

INDICADORES

Actividades	Número de Actividades	Número de Empresas / Personas
Eventos realizados por OCEX	8	190
Total	8	190

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS (1er, 2do y 3er trimestres)

- Campaña de promoción de turismo en Universidad de Binghamton. 2 charlas a estudiantes interesados en viajar a Perú. Hubo 30 inscritos y finalmente viajaron 20 por ser la máxima capacidad definida por los organizadores. También se ha contactado a agencia de turismo local que ha empezado a promover los viajes hacia Perú. Este es un piloto.
- Difusión de información sobre viajes hacia Perú y de videos producidos por PromPerú en diferentes eventos y a través de social media. Se está preparando información y su forma de presentación especial para públicos específicos del mercado neoyorquino.
- Se ha preparado y entregado texto sobre las razones que hacen del Perú un interesante caso de estudio para los colegios en Nueva York. Ello se hizo ante requerimiento de la autoridad que define el currículo de los cursos de primaria y que habían seleccionado a 3 países para su estudio: Perú por Latinoamérica, Nigeria por África y China por Asia.

**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*

- Se realizó evento de Pisco con alta promoción y unos 300 asistentes donde se sorteó pasajes donados por Costamar Tours para asistir a la vendimia 2016 en Pisco.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

Actividades	Número de Actividades	Número de Empresas Extranjeras Atendidas
Actividades de Promoción de Inversiones por OCEX o con el apoyo de OCEX	8	220
Otras Gestiones realizadas	6	20

ACTIVIDADES REALIZADAS

- Exposición de dos proyectos de ProInversión: el Metro de Lima y la distribución de gas natural, en evento internacional de infraestructura. Hubo interés inicial de los 60 potenciales inversionistas que asistieron a las exposiciones.
- Presentación sobre la Alianza del Pacífico en la Cámara Mexicano-Estadounidense de Comercio, junto con los cónsules y consejeros económicos de los 4 países miembros. La audiencia fue de aproximadamente 40 ejecutivos de empresas interesadas en la región.
- Apoyo a exposiciones de autoridades peruanas en visita a Nueva York, como funcionarios del Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de Economía, SBS, y Embajada del Perú.
- Coordinación con el Peruvian Business Council para incluir en su estudio sobre la inversión extranjera en el Perú, temas como el rol de grupos peruanos en el desarrollo de nuevos sectores de inversión como la agroexportación, turismo, inmobiliario, etc.
- Evento de promoción de inversiones y apoyo a cita de la Alianza del Pacífico durante visitas de los 4 Presidentes a Naciones Unidas. Esta intervención incluyó tanto una cena con los 4 Presidentes con altos ejecutivos de importantes empresas norteamericanas y un evento para 200 inversionistas con charlas entre los ministros de Economía y Comercio, y también empresarios latinoamericanos de sectores representativos.
- Conferencia con la asociación de exalumnos de Babson College de Boston sobre las oportunidades de inversión en Latinoamérica.
- Entrevistas con diferentes interesados en inversiones en el Perú, como fondos buscando empresas en crecimiento (Emergo Partners, José Gonzales, Arlon Group), inversionistas mineros y estudios de abogados.

4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

Número de actividades realizadas por OCEX	19
Número de impactos mediáticos (radio, TV, publicidad, etc.)	42



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*

ACTIVIDADES REALIZADAS

- Diseño y gestiones para buscar aprobación y financiamiento de centro de promoción del Perú: Peru 4 U. Se avanzó especialmente durante el primer trimestre y ahora se continúa el proyecto buscando locales que sean los adecuados y socios potenciales.
- Lanzamiento de la marca Alpaca de Perú en local Helen Mills en febrero. Expusieron 9 diseñadoras de Alpaca y joyas en evento donde también se promovió PeruModa 2015 en mayo. Asistieron cerca de 250 compradores, expertos y prensa.
- Se organizó cena peruana con el chef Emmanuel Piqueras en la cafetería principal de la universidad de Binghamton, sirviéndose platos con quinua, ají amarillo, choclo, etc. Tuvo buena cobertura de prensa e incluso se repitió el programa de televisión en Lima.
- Coordinación de presencia textil peruana en tienda elite Bergdorf Goodman (BG) en la 5ta Ave. de Nueva York. En noviembre 2015 se realizara toma de fotos en 3 locaciones de Peru, se hará video sobre experiencia de viajar al Peru, se pondrán avances en la web de BG y, en marzo con la campaña de primavera, se lanzara revista especial con sección peruana, se decoraran todas las vitrinas de la tienda por 2 semanas, se hará coctel, etc. Tendrá un impacto mediático muy importante dirigido a sectores de muy altos ingresos de NY y el mundo.
- Apoyo a Avocados from Peru para realización de cena con platos con palta peruana en la casa del embajador ante Naciones Unidas con Martin Morales, chef exitoso peruano en Londres, que también realizo demostración en Fancy Food. Los asistentes fueron principalmente periodistas especializados en gastronomía.
- Degustación de alcachofa en la oficina con el chef Charles Thomson. Se invitó a grupo pequeño de periodistas y ya dos de ellos escribieron resaltando que el Perú es el principal proveedor extranjero de alcachofas a Estados Unidos.
- Campaña de promoción del Ají Amarillo en unos 50 restaurantes peruanos y evento especial en Marinero Grill de Nueva Jersey.
- Semana del Pisco Sour Happy Hour empezando Día del Pisco sour, febrero. Evento de lanzamiento en Amaru Pisco Bar y participación de 50 restaurantes. Buena cobertura en páginas web de gastronomía y licores.
- Evento 7 Piscos: 14 Cocteles, con apoyo de marcas de Pisco presentes en NY y asistencia de 300 consumidores, prensa, restaurantes, etc. Se promocionó intensamente el evento y las características diferenciales del Pisco peruano, lográndose un rebote en prensa de 14 medios, principalmente blogs especializados en alcoholes.
- Apoyo a coctel de Pisco para prensa en paralelo a Fancy Food Show, 30 de junio.
- Lanzamiento de "Cebiche Loves Summer" con posters y flyers, y el desarrollo de una pagina web con la ubicación en Google map de más de 100 restaurantes peruanos.
- Organización conjunta de celebración por 28 de Julio junto con el consulado, con asistencia del embajador en Washington y numerosos asistentes incluyendo personalidades ligadas al Perú de la cultura, el comercio y las finanzas.
- Apoyo a la Misión del Peru ante Naciones Unidas para la realización de semana gastronómica en el comedor principal de la institución.
- Apoyo al festival de cine en el instituto Cervantes que se inició el martes con la exposición de Venancio Shinki y terminó el viernes con un concierto de Susana Baca, ambos eventos convocando a un público muy interesante para la promoción del peruano en NY.



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*

- Desarrollo junto con promotor de proyecto de una miniserie de programas sobre turismo en el Perú que se llame “Más allá de Machu Picchu: La ruta de los 7 misterios”. Se solicitó apoyo de PromPerú Turismo, quienes mostraron un alto interés inicial en la propuesta, pero finalmente por consideraciones presupuestales no ha podido ser aprobado aún.
- Coordinaciones con promotora de programa de televisión Breaking Bread, que busca entrevistar a los principales chefs peruanos en Nueva York y hacer una serie de programas sobre la gastronomía peruana. Se ha realizado contacto con PromPerú para que le provean de materiales filmicos solicitados.

5. OTRAS ACTIVIDADES

- Se escribieron artículos para al boletín de EE.UU. sobre temas como proyecciones de la población estadounidense, recuperación paulatina de la economía, prendas tejidas a manos, productos de alcachofa, mercado del acero, los langostinos peruanos, turismo dental, mercado de madera para patios y terrazas, puntas de cacao o nibs, ropa del nuevo estilo casual deportivo o athleisure y uvas.
- También se participa en boletín OCEX, con notas generales sobre la presentación del mercado norteamericano, la promoción de la Alpaca y textiles, una degustación coctel de alcachofas, la diversidad y versatilidad del Pisco, y la exportación de hidrobiológicos.
- Aunque ya se mencionó en promoción de exportaciones, comentar que se ha priorizado con Mincetur hacer propuestas para apoyar exportaciones de 4 tipos de productos a EE.UU.: prendas de Alpaca con diseñadoras peruanas, prendas de algodón Pima para bebés, productos de anchoveta y pota, y exportación de servicios.
- También reforzar la estrategia de apoyar a pop ups o tiendas temporales, como el Perú Show de julio en el concurrido centro comercial Chelsea Market (una semana) o el programado entre el 18 de octubre al 15 de noviembre en la avenida Lexington y la calle 47. Este último se refiere a la página web elmercadoperu.com.