

**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 PARIS

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

- Las Exportaciones No Tradicionales de Enero a Agosto al mercado francés ascendieron a USD \$ 130 millones, número similar al obtenido en el mismo período del año pasado.
- Entre los sectores productivos priorizados son Agro, Textil y Pesca, se destaca un crecimiento de 4.5% en el sector Agro, de 25% en el sector textil y de 1.7% en el sector pesca.
- Otro sector que ha afectado fuertemente las XNT en Francia es el Sidero-Metalúrgico (- USD\$ 5.2 millones), tanto por factor precio
- En el trimestre Junio a Agosto del 2015, las XNT arrojaron un saldo negativo de 11.6% principalmente afectado por la falta de oferta de conchas de abanico que hizo que el sector Pesca decreciera en 27.8% (- USD \$ 6.1 millones, de los cuales USD\$ 4.9 millones solamente en Agosto); el sector Textil creció en 23.8% mientras que Agro se mantuvo prácticamente igual mostrando un repunte en Agosto de + 4.4%.
- Las estimaciones sobre proyecciones de transacciones comerciales mostradas en algunas actividades son referenciales

1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Las regulaciones de acceso al mercado europeo se centralizan en la sede de la UE en Bruselas. Sin embargo, hemos tenido que interponer nuestros oficios en distintas oportunidades a las autoridades francesas en coordinación con nuestra Embajada para levantar observaciones a importaciones principalmente de productos hidrobiológicos, no habiendo ninguna en el III trimestre del 2015.

1.1.2 PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

Agencia Promotora - País	ProMexico
Acción de Promoción	Estrategia Regional de promoción comercial e inversiones
Público Objetivo	Importadores, Inversionistas, Pymes a implantarse en México
Descripción del formato de la actividad	ProMéxico Francia ha diseñado una estrategia regional donde ha determinado clusters en cada región haciendo el match con la oferta exportable y oportunidades de inversión.
Productos Promocionados	Agro, productos del mar, energía, farmacéutica, industria automotor y aérea.

**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	Dirección de Turismo de México
Acción de Promoción	Estrategia de promoción turística
Público Objetivo	Público Final
Descripción del formato de la actividad	Visita virtual de 360° donde se destaca los logros del país, industria, gastronomía, comercio y turismo.
Productos Promocionados	Promoción de País, del 4 al 22 de julio de 2015, http://visitmexico.com/france

Agencia Promotora - País	ProColombia
Acción de Promoción	Expo Milán / Planeamiento
Público Objetivo	Planeamiento
Descripción del formato de la actividad	Los CEC de Europa de ProColombia se reunieron a principio de ExpoMilán con la Ministra de Comercio y la Presidenta de Pro-Colombia para evaluar situación de exportaciones y proponer alternativas. Así mismo, esta semana del 12 de octubre, los CEC de ProColombia se encuentran en Colombia en reuniones de planeamiento 2016.
Productos Promocionados	Comercio, Inversiones y Turismo

Agencia Promotora - País	ProColombia
Acción de Promoción	Presentación de oportunidades de inversión
Público Objetivo	Pymes
Descripción del formato de la actividad	ProColombia ha desarrollado en su sede central un programa de atracción de inversiones que se puede ver en este link : http://www.procolombia.co/
Productos Promocionados	Inversiones en sectores productivos e industria

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
Misión Adex/Promperú Feria Playtime	11	22	20
Feria Expoalimentaria	35	20	15
Feria Sourcing Connection	5	25	18
TOTAL			

¹ Son aquellas actividades en donde las ventas pueden ser medidas de forma directa; por ejemplo las ferias, misiones comerciales, agendas y ruedas de negocios, centros de distribución, otros.

**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*

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1**

Misión Adex/Promperú Feria PlayTime

Paris – 4 al 6 de Julio de 2015

En coordinación con Promperú se atendió a la misión de exportadores textiles que vinieron a Paris para asistir a la feria Playtime, especializada en ropa de niños y maternidad.

En la feria, la Ocex Paris hizo contacto con 22 compradores los cuales fueron relacionados con la misión, luego se entablaron reuniones con los exportadores.

También se recalca que algunos de los compradores contactados estarán asistiendo al evento Perú Moda en Paris del 22 de octubre 2015.

- **ACTIVIDAD 2**

Feria Expolimentaria

Lima – 27 al 29 de Agosto de 2015

Se realizó una amplia convocatoria de la base de clientes de los cuales 15 compradores confirmaron su asistencia y según el reporte de Adex, asistieron más de 50 visitantes de Francia.

En la feria se pudo contactar con diferentes exportadores lo que generó mayor interés y posibilidades de volúmenes importantes fue la quinua en sus distintas variedades donde se destaca las nuevas presentaciones con valor agregado.

Empresas de la talla de Supermercados Leclerc y Sabarot asistieron a este evento y consideran incrementar significativamente sus volúmenes de compra.

- **ACTIVIDAD 3**

Feria The Sourcing Connection

Paris – 4 al 6 de Setiembre de 2015

En coordinación con Promperú, la Ocex Paris tuvo un stand de oferta exportable en la feria The Sourcing Connection con la intención de promover empresas de sourcing textil peruanas al mercado francés.

En este evento que duró 3 días, se pudo contactar a 25 compradores interesados, varios de los cuales estarán asistiendo también a la rueda de negocios Perú Moda en Paris a desarrollarse el 22 de octubre de 2015 con la participación de 15 de las mayores empresas de sourcing textil peruanas y compradores de toda Europa.

1.3 OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	Nº de Compradores Participantes	Nº de Exportadores Participantes
Convocatoria Expoalimentaria	100	35
Puerto de Le Havre	-	-
Foro Mexico-France	35*	
TOTAL		

*La Base de datos de este evento pertenece a ProMéxico.

**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*

1.3.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1**

Convocatoria para Expoalimentaria

Francia, Julio de 2015

Último mes de las actividades de convocatoria y seguimiento a las empresas contactadas para que asistan a Expoalimentaria.

En esta actividad, se contactaron a 100 empresas, las cuales se encuentran listadas en el Directorio.

- **ACTIVIDAD 2**

Visita a las instalaciones del puerto de Le Havre para determinar las facilidades de acceso de las empresas exportadoras peruanas.

Se constató que el puerto de Le Havre es el 3er o 4to puerto que tocan los buques que salen del Perú siendo primero Rotterdam, Hamburgo y Anveres.

- **ACTIVIDAD 3**

En el marco de la visita del Presidente de México se realizó una conferencia sobre oportunidades comerciales y de inversión donde se tuvo la posibilidad de intercambiar con varios representantes de empresas tanto importadores como posibles inversionistas.

ATENCIÓN DE CONSULTAS

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas
Textil	30	19	38	25
Agro	45	22	80	55
Manufacturas diversas	5	2	0	0
Pesca	15	8	19	7
TOTAL	95	51	137	87

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

En el sector Turismo seguimos desarrollando activamente actividades como workshops, door to door, formaciones y seminarios, tanto en el área de París como en el interior. Francia ha crecido a Julio 2015, 7% en turistas hacia el Perú comparando con el 2014.

**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*

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Road Show formación Marsella y Niza con la "Française des Circuits"	17	22
Road show formación Pau y Biarritz con Empreinte	41	50
Salón Passion d'Horizons en Colmar con Amerigo	58	96
Road Show Sociedad de Hoteles del Peru	10	15
TOTAL	141	217

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD Road Show formación Marsella y Niza con la "Française des Circuits"**

Marsella 08/09/2015

Nice 09/09/2015

Se realizó dos presentaciones sobre el Circuito sur, la amazonia y su gastronomía, así como la actual infraestructura hotelera que cuenta el País. Esta actividad contó con la participación del TO Française de Circuit

Durante la actividad las agencias que participaron en las dos ciudades han manifestado un verdadero interés por el destino turístico, algunas de ellas están en conversaciones con su TO a fin de ver la posibilidad de incluir una temática gastronómica.

Asimismo, han coincidido varias de ellas que una emisión de televisión sobre un destino turístico, puede generarles entre 5 a 10 llamadas de personas interesadas en informarse en este, de las cuales 90% se concretizan en una venta.

Se espera poder captar 340 turistas potenciales.

- **ACTIVIDAD Road show formación Pau y Biarritz con Empreinte**

Pau 22/09/2015

Biarritz 24/09/2015

Se realizó dos presentaciones sobre el Circuito sur, el norte del país y su gastronomía, así como la actual infraestructura hotelera que cuenta el País. Esta actividad contó con la participación del TO Empreinte;

Las agencias presentes en las dos presentaciones manifestaron su interés sobre el destino, a través de las diferentes preguntas que realizaron. Muchas de ellas estaban convencidas que Machu Picchu estaría cerrado en abril, se les explico que no sería el caso, también hicieron varias preguntas con relación a los anuncios de los problemas de la corriente del niño que se vienen anunciando

**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 espera poder captar 1000 turistas potenciales.

- **ACTIVIDAD Salón Passion d'Horizons en Colmar con Amerigo**
Colmar 25/09/2015

Buscando reforzar la promoción hacia los grupistas, CE, y Asociaciones en la ciudad de Colmar y sus alrededores. Esta actividad contó con la participación del TO Amerigo y el autocarista LK Tours Voyages.

Se realizaron dos presentaciones sobre los principales atractivos turísticos del Perú.

Las personas presentes indagaron principalmente sobre la infraestructura, distancias y altitud, considerando que generalmente son grupos de mínimo 20 personas, con un promedio de días de viajes de 8 y 10 días.

Se espera puedan concretizarse 6 grupos de 20 personas para 2016.

- **ACTIVIDAD Road Show Sociedad de Hoteles del Peru**
Paris 24/09/2015

La Sociedad de Hoteles del Perú - SHP, propuso la organización de una presentación desayuno en Paris, el 24 de los corrientes, como parte del Road show Europa 2015, que habían programado en Madrid y Barcelona buscando promocionar las 26 marcas que hacen parte de este gremio turístico y dar a conocer las novedades en los sectores de lujo, corporativo, playa, turismo y corporativo.

Las empresas que han participado han manifestado su interés por el destino, y los servicios que pueden proponer los diferentes hoteles miembros de la SHP.

Esta Oficina Comercial cree oportuno apoyar esta iniciativa privada, ya que esta presentación reforzará, a los Tour Operadores de la "Ile de France" promoción en los segmentos de lujo, corporativo, playa, turismo y corporativo que esta OCEX viene promocionando.

- **ACTIVIDAD Apoyo a PromPerú en salon IFTM Top Resa**
Paris del 29/09 al 02/10

La Oficina Comercial programó dentro de su Plan de Trabajo del presente año apoyar la presencia de PromPerú en el salón internacional de turismo IFTM Top Resa; El IFTM Top Resa es el principal salón de turismo de grupos en Francia y este año presentaba como innovación dos salones en uno, ya que se han asociado con el Map Pro. Estos dos salones reunidos ofrecen un acceso único a la oferta BtoB turística francesa e internacional, MICE, viajes de negocios y de descanso

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos
Voltalia	1
Hydropowerplant	1

**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	
--------------	--

4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

4.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Restaurant 1K	100	3
Whisky Live Paris	50	-
TOTAL	150	3

4.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1**

Paris, el 10 de setiembre de 2015

Se realizó una presentación en el marco del 1er aniversario del Restaurant 1K en Paris donde se puso de manifiesto la diversidad de productos y culturas que forman la riqueza de nuestra cocina.

Asistieron medios de prensa especializados y se hizo degustar de nuestra parte Pisco y Chocolates oriundos del Perú.

- **ACTIVIDAD 2**

Paris, el 26 y 28 de setiembre de 2015

Whisky Live es un salón de espirituosos en Paris donde los dos primeros días va público general y el 3er días solamente para profesionales.

Se apoyó a las marcas Macchu Pisco y la Diablada para mostrar la categoría Pisco en cocteles fusión.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El 3er trimestre reflejó la consistencia del crecimiento del sector textil a pesar que este sector tiene problemas de competitividad; el mercado francés todavía puede pagar un poco más y aprecia la calidad, de allí este desarrollo que se apoyará con Perú Moda en Paris el 22 de octubre 2015 y Whosnext en Enero 2016.
- El 3er trimestre la consistencia en el sector Agro donde incluso no se reflejan los números de exportaciones de muchos productos frescos que entran a Europa por los puertos de Rotterdam y Anveres, por lo que sus números no se reflejan para Francia; incluso recientemente se publicó que una cooperativa de cacao la cual apoyamos en el Salon du Chocolat 2014 está haciendo su primera exportación de 25 toneladas de Cacao a Francia, vía Rotterdam.
- El sector Pesca ha sido el más afectado en este 3er trimestre por la falta de oferta de conchas de abanico principalmente; se está impulsando otras variedades como Pota y Mahi-Mahi pero no van a compensar los volúmenes perdidos.



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*

- Sería importante contar con información proactiva de Promperú sobre la evolución de la oferta exportable y los efectos que sobre la producción pueda tener situaciones climatológicas o de plagas. En ambos casos, si recibimos la información con la anticipación debida, podríamos redirigir oportunamente nuestras actividades ya sea para aprovechar un crecimiento o, en el otro caso, reducir el impacto de menor producción.
- En el sector Turismo la Ocex se sigue orientando a Tour Operadores y Agencias, incrementando esfuerzos en el segmento de lujo y comités de empresa; en este sector, una mejor integración con Promperú y la clarificación de responsabilidades de actividades de campo en Francia ayudaría significativamente a maximizar esfuerzos y mejor uso de recursos.
- En cuanto a Inversiones, la experiencia de este año y medio demuestra que vamos en desventaja con nuestros aliados de la Alianza del Pacífico, ya que si bien el país muestra, comparativamente, índices macro-económicos favorables, no contamos con un programa específico de atracción de inversiones para implantación de empresas; por ello nuestras presentaciones tienen un impacto relativo ya que no contamos con el detalle de las oportunidades de inversión o asociación en cada sector. El apoyo principal aquí es a los grandes proyectos de inversión que ProInversión maneja, que por el convenio con RREE, también lo ve nuestra Embajada, sin embargo, esto es una oportunidad para trabajar en conjunto.
- Sugiero también si se pudiera implementar que cada Ocex tenga un sistema de CRM integrado con Outlook para que los contactos sean ingresados inmediatamente después de realizada la acción (cita, llamada, email, etc) así podemos hacer un mejor seguimiento de nuestros contactos.