

OCEX BEIJING

Informe de Gestión enero – junio 2015

EXPORTACIONES

1. SECTOR TEXTIL

1.1 FERIA “The 21th Mother-infant-child Products Fair” (Marzo)

El objetivo es promover la oferta exportable de prendas infantiles de fibras naturales, alta calidad y diseño exclusivo. Estos tres factores son muy valorados en este segmento del mercado chino.

Durante la feria OCEX Beijing dio a conocer la alta calidad de fibra, diseño y confecciones peruanas al público chino, poniendo en exhibición a la vez prendas de las marcas Kusa Cotton, Cocoffyma, Ablimatex y Qaytu.

Tipo de participación: Stand de oferta exportable con exhibición de muestras de 4 empresas.

Monto de negocio proyectado: 200 000USD

Identificación de 60 nuevos contactos.

1.2 Actividades de cooperación con el Beijing Institute of Fashion Technology (BIFT) – Marzo y Abril

Participación de la ganadora del Concurso de jóvenes diseñadores chinos organizado por PROMPERU, OCEX y el Beijing Institute of Fashion Technology (BIFT) en la pasarela de Perú Moda 2015, presentando 5 diseños confeccionados con alpaca. El concurso tiene por objetivo principal promover el uso de la fibra de alpaca en el diseño y confección de prendas de vestir chinas. Participación de un catedrático del BIFT como jurado del Concurso Jóvenes Creadores al Mundo que se realiza con ocasión de Perú Moda 2015. Pasantía gratuita para un joven diseñador peruano en el Beijing Institute of Fashion Technology (BIFT) cubriendo además los gastos de viaje y hospedaje.

1.3 Feria de China Beijing International Gifts, Premium and Houseware Exhibition 2015

Gracias a las gestiones realizadas por OCEX Beijing en enero de este año el organizador de la feria ofrece 2 stands de 9 m2 de forma gratuita para promover la artesanía de Perú. (Valor total 4 545 USD)

Se ha logrado convocar la participación de 3 empresas peruanas en la feria, los productos a exponer son: alfombras, pisos y cojines de alpaca de alta calidad, muñecos de alpaca, artesanía hecha de madera.

Empresas atendidas 3

Proyección en ventas 825 000USD

1.4 Misión Comercial Vestimenta de Alpaca (Mayo)

Workshop en Beijing con participación de empresarios y diseñadores peruanos y destacados actores del sector en el norte de China. La actividad incluye una presentación sobre la fibra, diseño e industria de

la alpaca en Perú (y la marca sectorial), conferencia con información básica sobre el sector de lanas finas en el mercado chino, experiencias de un agente de distribución de marcas extranjeras en el mercado chino, entre otros.

Showroom y citas de negocios (6 – 8) para los empresarios y diseñadores peruanos en el Beijing Institute of Fashion Technology.

Monto de negocio proyectado: USD 300 000

1.5 PERU MODA Y PGS (Mayo)

OCEX Beijing envió a Perú Moda y Perú Gift Show una delegación VIP compuesta por famosas marcas chinas, importadores y representantes de la más prestigiosa escuela de moda de China. La delegación viajó acompañada de la CEC y la especialista en comercio Sofía Chen.

Los siguientes integrantes de la delegación participaron por primera vez en la feria: Las marcas “Xiao Chong Mi Zi” y “Dimple Hsu”, que tienen como público objetivo el segmento clase media – alta y cuentan con tiendas E-commerce que registran ventas anuales que bordean los 50 millones USD.

- Hanyi dress Co. y Ltd y Z.Z.M Apparel Co., quienes diseñan y distribuyen prendas de vestir de cachemira y están interesados en diversificar su oferta e identificar nuevos socios.
- 3 destacados importadores chinos de artículos de regalo, con cadena propia de distribución de productos. Uno de los empresarios participantes en Perú Gift Show ejerce a su vez el cargo de vicepresidente de la Asociación Nacional de la Industria de Artículos de Regalo de China, entidad que agrupa alrededor de 200 importadores y distribuidores del sector.
- La vicepresidenta del Beijing Institute of Fashion Technology- BIFT y la ganadora del concurso de jóvenes diseñadores chinos organizado por OCEX Beijing y esa casa de estudios, quien expuso sus prendas elaboradas con fibra y tela de alpaca en la pasarela de Perú Moda, con gran acogida. Acompañan al grupo, un catedrático del BIFT que participó como jurado del concurso de Perú Moda, además de otros altos directivos de la escuela y una empresa asociada a esta institución.
- Un periodista de la revista china especializada en moda Jersey World (Maoshan Zongheng) cubrió las ferias de Perú Moda y Perú Gift Show, al igual que 2 periodistas de la Televisión Central de China.

Resultados:

La firma peruana Inca Tex SAC suscribió un contrato de exclusividad con la empresa china Xingji Chengsheng para distribuir sus prendas de alpaca en Beijing, y desde allí hacia toda la China.

La empresa peruana aspira a triplicar su producción en el corto plazo, que en la actualidad sobrepasa las doscientas mil unidades anuales producidas en sus fábricas de Juliaca y Puno.

Monto de negocio proyectado: USD 1 000 000

1.6 Citas de Negocios - artesanías del Perú (Junio)

La empresa Oikonimia se dedica a la fabricación de cajas en vidrio pintado y prendas tradicionales de Perú, con el apoyo de OCEX Beijing sostuvo 5 reuniones con diferentes importadores potenciales en Beijing. También realizó visitas a la red comercial durante su estadía para comparar el precio y las preferencias de consumo en China.
Monto de negocio proyectado: USD 20 000

2. SECTOR AGRO

2.1 Visita de prospección al Perú de Joyvio (Enero)

En enero de este año OCEX Beijing contactó a la empresa Joyvio que pertenece al grupo Lenovo y que está interesada en realizar negocios e inversión en el Perú. Esta empresa se dedica a la importación y distribución de frutas, tiene una sólida estrategia de expansión, marketing y logística, cuenta con socios comerciales en el exterior, en particular en Chile, Australia y EEUU.

Como resultado de las gestiones la empresa viajó al Perú a fines de enero y se reunió con AGAP y otras entidades y a su retorno ha manifestado su interés en invertir en el Perú.

Monto de negocio proyectado: USD 2 750 000 (50 contenedores)

2.2 Promoción de uva con ocasión del año nuevo chino (Febrero y Marzo)

A fines de febrero OCEX Beijing colocó a fines de febrero dos carteles para contribuir en la identificación de nuestra fruta por parte de los consumidores chinos debido a la alta competencia durante esta temporada. Esta es una campaña anual de promoción de uva peruana que realiza la OCEX.

Resultado: Esta publicidad (valorizada en 5 mil USD) ha sido obtenida de forma gratuita por OCEX Beijing y estuvo presente en el mercado Xinfadi del 9 de febrero hasta 6 de marzo de 2015, la temporada más alta de venta de fruta del año. Se estima que en esas fechas 5 mil personas transitan diariamente por el referido lugar.

2.3 Feria de Café CICIE (Marzo)

La campaña de promoción del café incluye en primer lugar, la primera participación oficial del Perú en una feria especializada en café. Nuestro país contó con un stand gratuito para promover lo mejor de la oferta exportable de café en la novena edición de China International Coffee Industry Exhibition CICIE. Se dio a conocer la alta calidad del café peruano al público chino y puso en exhibición muestras de café de 5 empresas: Copaevin, Tunkimayo, Origenes, Apu y Tunki coffee, gracias al respaldo de Sierra Exportadora.

Alrededor de 300 visitantes tuvieron oportunidad de degustar distintas variedades de café peruano. Más de un centenar de personas probaron tés funcionales Wawasana.

En segundo lugar, OCEX Beijing ha gestionado la participación en Expoalimentaria de un importante importador de café tostado y molido de marcas famosas como la española Granell y la colombiana Juan Valdez, con 10 años de experiencia en esta industria, quien viajará a Perú en agosto para establecer contacto con proveedores.

Monto de negocio proyectado: USD 320 000

Identificación de 35 nuevos contactos

2.4 Visita de prospección al Perú – maca (Abril)

Identificamos a una empresa china que tiene el interés en importar maca en polvo y buscar un socio comercial para invertir en Perú y establecer una planta de procesamiento de maca. La empresa viajó al Perú con una agenda de trabajo elaborada por Promperú.

15 citas de negocios con empresas peruanas

Proyección de monto de negocios: USD 200 000

2.5 Viaje de Prospección de mercado a Chongqing (Abril)

Esta actividad forma parte de la 2da etapa de viajes de prospección comercial trimestral a provincias del norte de China. El objetivo es identificar nuevas oportunidades comerciales. Establecer alianzas estratégicas en ciudades del norte de China con nivel adquisitivo en crecimiento.

Chongqing es una ciudad que se ubica en el centro de China, su nivel de consumo cotidiano es entre mediano y alto. Se identificaron oportunidades para alimentos procesados como snacks con sabor picante, en particular con maíz gigante del Cuzco, frutas frescas, así como actividades de promoción de café.

Expectativa de exportaciones: USD 500 000

2.6 Misión Alimentos Funcionales en el marco de Sial Shanghái (Mayo)

Productos: Quinoa, maca y alimentos procesados, y pisco. El programa de actividades incluyó: 8 citas de negocios para los 2 empresarios peruanos y una visita a la red comercial de estos productos. Se realizó una visita a la empresa Jingdong, importante plataforma de E-commerce en China, que ofrece productos de todos sectores, cuenta con más de 100 millones de miembros que hacen compras en su plataforma.

La firma está evaluando la posibilidad de comercializar productos peruanos.

Monto de negocio proyectado: USD 800 000]

2.7 Primera Catación de café peruano (Junio)

OCEX Beijing gestionó la participación del café peruano en la reciente catación organizada por la empresa Beijing Milan Gold Coffee, líder del mercado en China. La empresa celebró en sus instalaciones una catación de café importado en la que tomaron parte por primera vez 3 variedades de café peruano (Copaevin, Tunkimayo y Orígenes), así como también 2 provenientes de Ecuador. La catación se realizó en

base al protocolo de SCAA y estuvo a cargo de expertos en la materia: un destacado importador de café y 3 catadores (Q – graders) de Miland Gold. En el proceso estuvo presente también un representante de OCEX Beijing. El primer lugar lo obtuvo el café Tunkimayo con 84 puntos.

2.8 EXPOPERU Corea – Agro (Junio)

Convocatoria de empresarios chinos para EXPOPERU Corea

Se ha identificado 5 compradores potenciales para la EXPO, los productos de su interés son: maca, quinua, pisco, café, productos procesados, y vestimenta de alpaca.

Monto de negocio proyectado: Por definir

2.9 Promoción de Feria Expoalimentaria – Agro (Junio)

Hasta la fecha hay 9 compradores chinos que han confirmado participación en la feria.

Los productos de su interés son: uvas de mesa, palta, maca, pisco, quinua, café, productos procesados.

Se apunta a organizar una rueda de negocios entre empresas chinas y peruanas en el marco de la feria EA.

Monto de negocio proyectado: Por definir

2.10 Feria de Café Show -Julio

OCEX Beijing contó con un stand gratuito con participación de la empresa peruana Agro Mayo. Más de 300 visitantes en la feria degustaron café peruano.

Proyección de monto de negocios: USD 150 000

Identificación de 25 nuevos contactos

2.11 Misión de Café (Julio)

Agenda de 6 citas de negocio para el exportador peruano y visita comercial durante su estadía en Beijing. Se identificó interés en café verde, café especial, café tostado y molido, también cacao y productos procesados.

Proyección de monto de negocio: 250 000.

3. SECTOR PESCA

3.1 EXPOPERU Corea – Pesca (Junio)

- Convocatoria de empresarios chinos para EXPOPERU Corea.
- Se ha identificado 4 compradores potenciales de pesca para EXPO Corea, los productos de su interés son: pota, conchas de abanico.
- Monto de negocio proyectado: Por definir

3.2 Promoción de Feria Expoalimentaria – Pesca (Agosto)

- Hasta la fecha hay 7 compradores chinos de pesca que han confirmado participación en la feria.
- Los productos de su interés son: pota, calamar, pejerrey, anchoveta.
- Se apunta a organizar una rueda de negocios entre empresas chinas y peruanas en el marco de la feria EA.
- Monto de negocio proyectado: Por definir.

4. SECTOR MANUFACTURAS DIVERSAS

4.1 Actualización de registro de datos de potenciales importadores de manufacturas diversas. China es un mercado altamente competitivo en este rubro, por lo que las oportunidades comerciales para la oferta exportable peruana son limitadas. No obstante, se está trabajando en una base de datos de contacto.

4.2 Proyecto “Tienda Perú” en plataforma E-commerce (Empresas Junjie y Potevio) -Junio

Cada vez son más las empresas que tienen sus propias tiendas de E-commerce en las plataformas de China. Para agilizar el ingreso de los productos peruanos al mercado chino, estas empresas proyectan ofertar productos representativos de Perú a través de una plataforma por internet. Tienen la posibilidad de atraer en una primera etapa 10 marcas representativas de Perú.

5. OTROS

5.1 Software fitosanitario (Enero y Febrero)

Elaboración de un software con documentación relativa a: Regulaciones para el acceso al mercado de alimentos peruanos, listado de productos hidrobiológicos autorizados a ingresar a China, textos de protocolos fitosanitarios, normas de etiquetado, normativa sobre registro de importadores, entre otros.

Esta información ha sido traducida del chino al español por el equipo de OCEX Beijing y está siendo utilizada por el especialista agrícola recientemente designado.

5.2 Plan de Desarrollo de Mercado PDM

OCEX Beijing y Shanghai están elaborando el Plan de Desarrollo de Mercado (PDM) de China que consta de 10 perfiles de productos: Espárrago, palta, vestimenta alpaca, soft citrus, maca, quinua, servicios gastronómicos, vestimenta algodón, maderas (pisos), langostinos.

En el primer semestre OCEX Beijing entregó el primer borrador del 50% del PDM documento principal y los borradores de los perfiles de mercado de vestimenta de alpaca, quinua y palta.

Una segunda lista de productos y servicios será analizada en la sección de oportunidades comerciales del PDM documento principal: mango, tara, pota con valor agregado, scallops (botones), pisco, servicios

(editoriales y educativos), café (especial y orgánico), limones, cacao y chocolate, arándanos, granadas, anchovetas para consumo humano, ácido bórico, algas, chíá. Esta labor permitirá obtener la información necesaria para que el empresario peruano evalúe la conveniencia de exportar estos productos a China, tomando en cuenta su competitividad y la demanda.

5.3 Colaboración estratégica con asociaciones e instituciones chinas

Colaboración directa de la parte china, compartiendo su base de datos y acceso a la red de contactos. La base de contactos en China se desarrolla a través de un concepto cultural conocido como “guanxi” que puede demorar muchísimos años pero es vital en las relaciones de todo tipo, especialmente las comerciales.

Una de las labores inherentes a la OCEX Beijing - debido a su ubicación en la capital china- es la de forjar sólidos vínculos con instituciones del gobierno chino que constituyan piezas claves para la promoción comercial del Perú en este vasto país asiático. Contamos con una plataforma sólida de contactos en instituciones, funcionarios, empresarios y asociaciones chinas que seguimos ampliando en 2015.

5.4 Festival cultural de la Universidad UIBE (Mayo)

Los estudiantes peruanos con el apoyo de la OCEX participaron con un stand temático en el Festival Cultural Universitario, promoviendo la cultura, música, baile y comida típica de Perú, durante esta actividad se obtuvieron 80 nuevos seguidores para la cuenta Wechat de OCEX Beijing, el número de visitantes al stand superó las 1000 personas.

5.5 Marinera y alpaquitas de regalo en Feria BITE (Junio)

El Perú estuvo presente en la cena de bienvenida de la feria a través del sorteo de artesanías de alpaquitas entre los asistentes al evento. El detalle despertó gran interés por lo que tuvimos que continuar con el sorteo de algunos ejemplares más al día siguiente en el campo ferial. Cerramos la participación peruana en BITE con un espectáculo de marinera norteña en el escenario principal de la feria, que tuvo como fondo un vídeo de promoción sobre el Perú en pantalla gigante.

5.6 Proyectos de colaboración con instituciones y asociaciones chinas

El objetivo es desarrollar proyectos buscando la colaboración directa de la parte china. Este año, OCEX Beijing está diseñando una estrategia para establecer las formas de cooperación con entidades de culinarias chinas. Entre los proyectos a trabajar destacan la coordinación de pasantías para chefs peruanos en restaurantes u hoteles de China y la realización de un festival gastronómico coorganizado.

5.7 Plan de participación en concurso de bebidas espirituosas

Se está identificando concursos del rubro en los cuales un representante de pisco peruano de la más alta calidad pueda participar y obtener una distinción o premio que impulse el conocimiento del pisco en China.

TURISMO

1. Acciones de cooperación con Qyer

Qyer es una plataforma que da orientación al turista, similar a Lonely Planet o Trip advisor. En año 2014, OCEX Beijing participó en el evento de 10th aniversario de QYER durante el cual la información turística de Perú llegó a más de 5,000 personas y el número de seguidores de la cuenta Wechat de OCEXBJ (red social china) aumentó en 1000.

En 2015 se celebrará con Qyer un "salón de viaje" al Perú y un evento en septiembre con ocasión del aniversario de esa entidad.

Resultado: OCEX BJ contará con un espacio gratuito para promocionar el turismo. Se estima que el stand de Perú durante el evento tendrá más de 10 mil visitantes.

2. Door to Door Alianzas Estratégicas [Beijing, 2 de marzo – 5 de marzo]

El coordinador de alianzas estratégicas de PROMPERU, Sr. Alan Kupis, se reunió con 13 agencias de viajes Chinas, OTA, 2 aerolíneas y la academia de turismo de China (16 reuniones). El propósito de las reuniones, organizadas por OCEX Beijing consistió en establecer contactos con los proveedores de servicios turísticos, levantar información y datos del mercado, estudiar los problemas que existe para la promoción efectiva del destino Perú y lo más importante, presentar el proyecto de alianza estratégica a las contrapartes. Hay más de 5 agencias de viajes han empezado a preparar sus propuestas para participar en la convocatoria.

3. Promoción de turismo de Perú en la feria COTTM en cooperación con la agencia de viaje Lamei Tour [Beijing, 14 de abril]

OCEX Beijing no contó con un stand en esta feria COTTM. Sin embargo, aprovechó el espacio que la agencia de viaje Lamei tour brindó para la promoción de viajes a Sudamérica en su stand. OCEX Beijing hizo una presentación a los invitados de la feria, exhibiendo además el traje típico de la Palla de Corongo.

Resultado: Se estableció contacto con 12 agencias de viajes nuevas y la información turística de Perú llegó a más de 100 personas.

4. Fam Trip de las agencias de viajes chinas y participación en PTM2015[Beijing, mayo]

Promperú organizó por primera vez un Fam Trip para los representantes de las agencias viajes chinas. Con el apoyo de las OCEX se seleccionaron a 7 agencias viajes, cuatro de Beijing y tres de Shanghai.

La especialista en turismo de OCEX Beijing acompañó a la delegación durante el Fam trip, que incluyó Lima, Urubamba, Cuzco y Puno.

Resultados: Los participantes establecieron nuevos contactos con proveedores de servicio y agencias de viajes locales en Perú; identificaron una mejor oferta de recepción de turistas chinos y han profundizado la relación con los proveedores.

Al finalizar el Fam trip, las agencias participaron en el Perú Travel Mart 2015 en Lima. Cada agencia china tuvo más de 17 citas durante un día y medio; una de ella tuvo 22 citas.

5. Perú, invitado de honor en el salón de turismo de lujo organizado por Country Holiday [Beijing, 29 de mayo]

El Perú fue invitado de honor en el salón de turismo de lujo organizado por la agencia Country Holiday y el club de lujo Sparkle Roll Center en Beijing. El objetivo principal de esta actividad consiste en difundir los atractivos turísticos y gastronómicos de nuevos destinos de lujo entre los socios del referido club.

Durante el salón, el fundador de la agencia Country Holiday, el Sr. Zhang Tinghui compartió con los 55 invitados la experiencia de su viaje en Machupicchu, Lago Titicaca y la selva amazónica, haciendo énfasis en la gran variedad de la gastronomía peruana.

Ocex Beijing invitó a los asistentes a degustar causa, ensalada de quinua, alfajores, ceviche y Pisco sour, siendo estos dos últimos lo más populares entre el público.

Resultados: Varios de los invitados manifestaron su interés de visitar el Perú este año.

Se espera a través de la cooperación con el club se tendrá acceso al selecto grupo de sus socios, conocer sus preferencias de consumo y viajes y lograr posicionar al destino Perú entre las principales opciones de viaje de lujo.

6. Coordinación y seguimiento de Macrorueda de Alianza del Pacífico en México [México, 26 y 27 de mayo]

Promperú organizó con sus pares de la Alianza del Pacífico la macrorrueda de negocios en la que participaron 14 agencias de viajes chinas, entre ellos, 4 son invitados por OCEX Beijing. Se trata de: HH Travel (Marca lujo de Ctrip), Saga Travel, Ding Hong Tour y Beijing Global Tour.

Las agencias chinas manifestaron gran interés de cooperar con agencias locales peruanas, pero el punto clave es la comunicación entre las agencias de viajes. Siempre prefieren las agencias receptoras que tienen operadores que hablan chino. Este punto influye 90% para tomar la decisión de compra.

7. Workshop de aerolínea LATAM para promocionar el Perú como destino turístico [Beijing, 16 de junio]

La aerolínea LATAM con sede en Beijing, organizó una conferencia sobre el destino Perú en el marco de su programa "Specialist Workshop", en cooperación con la OCEX Beijing y la Embajada del Perú. El objetivo de este workshop consistió en promover al Perú como uno de los destinos más atractivos de Latinoamérica entre los principales actores del sector en China y elevar las ventas de los paquetes turísticos que tienen al Perú como destino único o prioritario.

Durante la cita, la OCEX Beijing presentó a los participantes los más atractivos destinos turísticos de Perú. Asimismo, brindó información sobre las principales actividades de promoción que viene realizando en el mercado chino, en especial el reciente viaje de familiarización al Perú de un grupo de 7 agencias de viaje chinas, acompañados por la especialista en turismo de OCEX Beijing. El programa incluyó también la presentación del traje típico de la Palla de Corongo, que resultó muy popular entre los asistentes.

Resultado: El evento contó con la participación de más de 60 representantes de agencias de viaje chinas y agentes de venta de boletos

aéreos a Latinoamérica, quienes evalúan la inclusión del Perú en sus paquetes de viaje.

8. Feria Beijing International Tourism Expo 2015 [Beijing, 26-28 de junio]

La participación peruana en la feria incluyó un stand informativo en el que OCEX Beijing difundió los principales atractivos turísticos del Perú, destacando el interés del público chino por explorar el Amazonas, además del tradicional Machupicchu.

La feria BITE es uno de los eventos sobre el mercado del turismo más importantes de Asia.

Entre las novedades de la feria destacó el interés de algunas agencias de viaje chinas en armar paquetes de viaje Estados Unidos – Perú, aprovechando la nueva ruta Beijing – Dallas – Lima de American Airlines. Esa oferta incluiría 2 o 3 noches en Dallas para realizar compras en tanto este factor es importante en la decisión de viaje de los turistas chinos.

Resultados:

Durante la feria, OCEX Beijing estableció contacto con 28 agencias nuevas de Beijing y otras ciudades del norte del país, quienes solo trabajaban con grupos de funcionarios que visitan Perú, pero recientemente la cantidad de estos grupos ha caído por lo que están buscando otras oportunidades para viajes de turismo y negocios.

Asimismo, se ha identificado que existe demanda de paquetes turísticos de hasta 30 días para el destino Perú, por parte de agencias de viaje chinas que trabajan con tours hechos a la medida del cliente de alta capacidad adquisitiva.

9. Agenda de reuniones para la agencia de viaje ARAWI en marco de la feria BITE[Beijing, 26 y 29 de junio]

La agencia de viaje peruana Arawi realizó un viaje de prospección comercial a Beijing en el marco de la Feria BITE.

Resultados:

En dos días de trabajo, la agencia Arawi tuvo un total 50 reuniones. Logró contactarse con 36 agencias de viajes chinas.

Entre ellas 12 agencias de viajes tienen perspectivas de trabajar con Arawi. Destacaron los pedidos de tours de aventura para clientes de clubes de automovilismo, montañismo o fotografía, la mayor parte son tours de lujo.

La agencia Arawi espera recibir 100 viajeros chinos en 2016 como resultado por esta visita a China. Y una proyección de venta hacia el mercado chino de USD 350 000 en 2016.

INVERSIONES

1. Reuniones bilaterales para representante de Proinversión [Beijing, 10 y 11 de febrero]

OCEX Beijing recibió la visita del representante de Proinversión Sr. Manuel Suárez Mendoza, jefe del proyecto Suministro de Energía de Nuevas Centrales Hidroeléctricas.

Entre los proyectos presentados destacaron el Suministro de Energía de Nuevas Centrales Hidroeléctricas (1,200 MW), la Central térmica de

Quillabamba, el Abastecimiento de GLP para Lima y Callao y la Masificación del uso del gas natural para el centro y sur del Perú.

Resultados:

Se sostuvo 7 reuniones bilaterales con 16 potenciales inversionistas chinos en proyectos de energía en el Perú.

Durante las reuniones se confirmó el gran interés de las empresas chinas por invertir en proyectos en el Perú, en particular en el proyecto Suministro de Energía de Nuevas Centrales Hidroeléctricas (1,200 MW). Cuatro de estas empresas han iniciado el proceso para participar en los procesos de convocatoria.

2. Roadshow de Proinversión en Beijing [Beijing, 11 de mayo]

Los organizadores brindaron información sobre los proyectos de inversión que existen en cartera y sobre las ventajas de invertir en el Perú. El evento constó de un desayuno de trabajo con 70 invitados y reuniones bilaterales.

Resultados:

Se coordinó reuniones bilaterales con 20 potenciales inversionistas chinos, interesados en participar en proyectos energéticos, de infraestructura y electricidad en nuestro país. Entre los participantes, destacó la participación de un representante del Industrial and Commercial Bank of China (ICBC)- banco chino con presencia en el Perú.

3. OTRAS GESTIONES REALIZADAS [Beijing, primer y segundo trimestre]

Se sostuvieron 5 reuniones con potenciales inversionistas chinos y atendió 4 consultas provenientes de empresas y asociaciones chinas. Los temas de interés son los proyectos energía hidroeléctrica y eléctrica, políticas para inversionistas extranjeros y procesos de participación.

PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

1. Premio otorgado por Across y reporte en la revista

Across es una revista de turismo cultural que se distribuye en hoteles de lujo y salas VIP; cada año premia un destino turístico en particular. El premio que otorga esta revista se llama MAXMIX CHINA, Perú ha ganado el referido premio en la categoría de destino más recomendado del año. El premio consiste en la publicación de un reportaje de dos páginas en la revista impresa ACROSS y en sus cuentas en redes sociales Wechat y Weibo (Twitter chino). En el reporte se destaca al Perú como un país de historia milenaria y cultura espléndida, un país ancestral y enigmático. Presenta al Cuzco, Machu Picchu, el Lago Titicaca y Lima.

La valorización de este reporte es 74 000USD. Según la cantidad de sus lectores, se estima que el reporte llegó a 780 mil personas.

2. Reportaje en la revista Jersey World y en otros 9 websites sobre la misión comercial de alpaca en Beijing [Beijing, 14 y 15 de marzo]

La revista Jersey World ha publicado 2 páginas sobre la visita técnica de la misión comercial de alpaca. Todos los reportes sobre esta misión y la rueda negocio que hizo durante del evento tienen una valorización de

12 840USD. Según la cantidad de sus lectores, se estima que el reporte llegó a 100mil personas.

3. El premio de mejor destino gastronómico otorgado por la prensa Top Travel[Beijing, 31 de marzo]

El evento fue organizado por la revista Top Travel dirigida a viajeros de alto poder adquisitivo interesados en destinos en el exterior. La ceremonia de entrega de premios contó 200 invitados celebridades, embajadores de diversos extranjeros, representantes de Burós de turismo, agencias de viajes, hoteles, aerolíneas, lectores y miembros de clubes de lujo de viaje. El reportaje fue publicado en la edición de mayo de la revista y en las redes sociales de la revista Top Travel y de OCEX Beijing con llegada a más de 1 millones de lectores.

La valorización de este reporte es 24 581USD.

4. Reporte de turismo de Perú en la revista Across[Beijing, Abril]

Un reportaje de 4 páginas enteras sobre Machu Picchu, Titicaca, los museos de Lima e informaciones útiles para los viajeros chinos. La valorización de este reporte es 148 000USD. Según la cantidad de sus lectores, el reporte llegó a 780 mil personas.

5. Reporte en revistas de turismo Air Travel [Beijing, abril]

La revista "Air Travel" es uno de los contactos de OCEX Beijing. El medio, que se distribuye en salas vip de aeropuertos y vuelos de las principales aerolíneas chinas, publicó en su edición de abril 7 páginas enteras sobre los atributos turísticos del Perú en un reportaje denominado "Perú, País Misterioso de los Incas". La publicación hace mención a la milenaria historia y cultura de Perú e incluye descripciones y fotos de media página de Machu Picchu, el Lago Titicaca, Cusco, Líneas de Nasca, la Amazonía y Chan Chan.

Su público objetivo son los viajeros de primera clase y clase de negocios de vuelos locales en los aeropuertos de las principales ciudades chinas. Alrededor del 85% de sus lectores perciben altos ingresos.

La valorización de este reporte es 230mil USD. Según el número de sus lectores se estima que el reporte ha llegado a 200 mil personas.

6. Reporte en la revista Fashion Beijing[Beijing, Abril]

La Revista Fashion Beijing, dedicó 4 páginas enteras a un reportaje titulado: "Perú satisface a todo tipo de turista". La publicación contiene fotos e información sobre los paisajes de las distintas regiones del Perú, así como sus atractivos turísticos y gastronomía. La publicación también elogia la calidez del peruano y su buena acogida al turista extranjero.

La valorización de este reporte es 100mil USD. Según la cantidad de sus lectores, se estima que el reporte ha llegado a 100mil personas.

7. Publicación sobre misión de alpaca de Perú en China Daily [Beijing, 23 de Mayo]

La publicación incluye las fotos de Perú Moda proporcionadas por OCEX Beijing, también información sobre el Roadshow de Proinversión y temas

de otros países. Esta edición del China Daily está dirigida a EEUU y los expatriados chinos en ese país y en Latinoamérica. La valorización de este reporte es 14583USD. Según la cantidad de sus lectores, el reporte de debe haber llegado a 100mil personas.

8. Reportaje sobre Perú Moda en la Televisión Central de China [Beijing, 29 de Mayo]

En los canales de CCTV 13 y CCTV español se publicaron dos reportes sobre Perú Moda 2015. El tiempo total de la duración de reporte es 3 minutos y 46 segundos, con una valorización de 19905USD.

9. Reportaje en la revista Jersey World sobre la delegación china en Perú Moda[Beijing, Junio]

La periodista viajó a Lima para participar en Perú Moda y a su retorno publicó un reportaje de 3 páginas enteras. La valorización de este reporte es 18260USD. Según la cantidad de sus lectores, el reporte debe llegar a 100 mil personas.

10. Reportaje en revista China Hoy sobre Perú Moda y alpaca.

La revista China Hoy ha publicado 2 páginas sobre la visita técnica de la misión comercial de alpaca. Reportando la historia de desarrollo de alpaca en China y sus características. Según la cantidad de sus lectores, se estima que el reporte llegó a 10 mil personas.

11. 34 publicaciones en las redes sociales Weibo y Wechat [Beijing, de enero a junio]

De enero a junio de 2015, OCEX Beijing ha publicado 34 noticias las redes sociales. Son 17 notas sobre comercio, 15 de turismo y 2 de inversión. Esta información ha llegado a más de 40 mil seguidores chinos de la cuenta en Redes sociales chinas de OCEX Beijing.