

OCEX DUBAI
Informe de Gestión enero – junio 2015

EXPORTACIONES

1. SECTOR TEXTIL

1.1 PERU MODA / PERU GIFT SHOW (Lima, 15 al 17 de abril)

Feria especializada en prendas de vestir y artículos de decoración.

Resultados obtenidos y proyectados:

- Envío de 7 compradores de empresas destacadas (2 para Perú Moda y 5 para Perú Gift Show).
- Las expectativas de los compradores no fueron satisfechas ya que, de acuerdo a los comentarios recibidos, la oferta en la feria era limitada.

1.2 MISIÓN COMERCIAL – ARTICULOS DE DECORACIÓN (Dubái, 16 al 21 de junio)

Gestión de citas comerciales a una empresa peruana exportadora de artículos de decoración hechos a mano en base a base a madera y vidrio pintado.

Resultados obtenidos y proyectados:

- Reuniones con 6 empresas locales.
- Ventas concretas a manera de muestras por US\$ 5,000.
- Proyecciones de negocio por US\$ 160,000.

2. SECTOR AGRO

2.1 FERIA GULFOOD (Dubái, 8 al 2 de febrero)

Feria anual de alimentos y bebidas más grandes del mundo.

Resultados obtenidos y proyectados:

Participación de 9 empresas peruanas, de las cuales el 50% repite su participación respecto a ediciones anteriores, validando así la importancia de esta feria como plataforma de acceso a un mercado de 2 Mil Millones de consumidores de la región MENASA (Medio Oriente, Norte de África, Sur de Asia).

Promoción de oferta exportable, destacando granos, cacao, menestras, condimentos, snacks, superfoods (biocomercio), café, lácteos, frutas y vegetales (frescos y procesados).

Generación de negocios por más de US\$ 17 millones para los siguientes doce meses.

2.2 TASTE OF PERU (Dubái, 12 al 15 de febrero)

Evento de promoción de la gastronomía peruana y sus productos, el destino y la imagen país.

Resultados obtenidos y proyectados:

- Alianza estratégica con el grupo Jumeirah (cadena de hoteles más representativa e importante de Medio Oriente). Acuerdo de incorporar la mayor cantidad de productos peruanos, al menos 50% durante el evento.
- Incorporación de platos con productos peruanos como la quinua, entre otros, en gran parte de los restaurantes del grupo: Generación de importaciones.
- Creación de una barra de pisco y ceviche en el brunch del restaurante "La Parrilla" próxima a inaugurarse en el mes de Agosto.
- Promoción de la gastronomía peruana y sus productos en medios masivos a través de la cobertura del evento en la prensa local.
- Asistencia de personalidades VIP de la región (representantes del gobierno y empresas más destacadas) y más de 4,000 visitantes durante los 4 días, dentro de los cuales se pueden contabilizar 500 compradores potenciales.
- Taste of Perú como evento destacado de *Dubai Food Festival* (único país invitado a formar parte de este mega-evento culinario que desarrolla cada año el Gobierno de Dubai).

2.3 FIDELIZACIÓN DE DISTRIBUIDORES – ALIMENTOS Y BEBIDAS (Dubai, 8 de abril y 30 de junio)

Eventos de capacitación para importadores (distribuidores locales) con el fin de garantizar e incrementar la efectiva comercialización de los productos peruanos.

Resultados obtenidos y proyectados:

- Interacción entre compradores y distribuidores locales.
- Consolidación de nueva demanda de productos peruanos.
- Negociación en proceso para la importación de los siguientes productos: Inka Kola, salsas, limón, cebolla roja, olluco, paiche, conchas, chirimoya, maracuyá, huacatay, palta, choclo, papa seca, café en grano, chicha de jora.

2.4 MISIÓN COMERCIAL – ALIMENTOS Y BEBIDAS (Dubái, 10 al 12 mayo)

Gestión de citas comerciales a una empresa peruana exportadora de granos andinos y snacks.

Resultados obtenidos y proyectados:

- Promoción de granos andinos (quinua blanca, roja y negra, kiwicha y kañiwa), legumbres (frijol castilla y canario, pallar) y chía e introducción de un nuevo producto (snack saludable elaborado en base a granada deshidratada).
- Reuniones con 11 potenciales compradores.
- Negociaciones en proceso por un valor estimado de US\$ 140,000.
- Posible introducción de harina de quinua en una de las principales cadenas de supermercados.

2.5 MISIÓN COMERCIAL – ALIMENTOS Y BEBIDAS (Lima, 22 y 23 de junio)

Gestión de citas comerciales con exportadores para un representante de la cadena hotelera Rotana (con más de 40 restaurantes en cartera). Resultados obtenidos y proyectados:

- Posible negociación para la importación de snacks y salsas.

2.6 EXPOALIMENTARIA (Lima, 26 al 28 de agosto)

Feria de alimentos y bebidas, maquinaria, equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía.

Resultados proyectados:

- Envío de compradores de empresas destacadas en el mercado (5 compradores confirmados al momento en base a los cupos otorgados).
- Ingreso de 19 nuevos productos al mercado por un valor estimado inicial de entre US\$ 66,000 al 100,000 al cierre de 2015.

2.7 SEMANA PERUANA EN CADENA DE SUPERMERCADO LIDER

Promoción en punto de venta de productos peruanos en una de las cadenas de supermercados más grandes de la región.

Resultados proyectados:

- Mayor visibilidad de los productos peruanos en punto de venta.
- Generar preferencia en el consumidor final por el "Made in Perú".
- Incorporación de nuevos productos en el canal retail.
- Incremento de los volúmenes importados por la empresa.

2.8 PROMOCION EN PUNTO DE VENTA QUINUA

Promoción en punto de venta de la quinua "ready to eat" ya presente en el mercado.

- Creación de nueva demanda para el producto.
- Incremento en la rotación del producto y los volúmenes exportados.

3. SECTOR MANUFACTURAS DIVERSAS

3.1 MISIÓN COMERCIAL – VIDRIOS DE SEGURIDAD (Abu Dhabi, 22 al 25 de marzo)

Prospección de la feria de defensa IDEX y apoyo a una empresa peruana exportadora en la identificación de oportunidades comerciales para el desarrollo del mercado.

Resultados obtenidos y proyectados:

Coordinación de actividades para el desarrollo del mercado local y regional a través de Dubai como plataforma de ingreso a la región MENASA.

Planes de apoyo para lograr exportaciones mayores a US\$ 3.5 millones para el 2015, como base de crecimiento sostenible para el 2016.

3.2 MISIÓN COMERCIAL – MADERAS Y PAPELES (Dubái, 11 al 16 de abril)

Delegación de 8 empresas peruanas del sector madera para prospección de la feria *Dubái Woodshow* -líder del sector en la región-, y realización de citas comerciales.

Resultados obtenidos y proyectados:

Identificación de oportunidades de negocio para la exportación de sustitutos de maderas rojas y caoba, así como otras especies de la selva peruana.

Dadas las oportunidades y condiciones del mercado para la oferta exportable peruana se generó el interés de las empresas en participar en la Feria *Big 5 2015* (la feria de materiales de construcción más grande del Medio Oriente).

2 empresas participantes en proceso de negociación para la exportación de diferentes variedades de madera dura a Dubái.

3.3 MISIÓN COMERCIAL – MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN (Dubái, 17 al 21 de mayo)

Gestión de citas comerciales a una empresa peruana exportadora de travertino y prospección de la feria sobre piedras y mármoles *Middle East Stone*.

Resultados obtenidos y proyectados:

Valoración positiva del travertino peruano entre las empresas locales por su mayor densidad y dureza respecto al mismo material proveniente de otros países, resultando ideal para la construcción local.

Negociación en proceso con 3 empresas locales por un valor estimado de US\$ 90,000.

3.4 MISIÓN COMERCIAL – AUTOPARTES (Dubai, 2 al 4 de junio)

Gestión de citas comerciales a una empresa peruana exportadora de empaquetaduras expositora en la feria *Automechanika*.

Resultados obtenidos y proyectados:

Promoción de la oferta exportable peruana especializada en empaquetaduras y juntas para vehículos entre nuevos clientes de la región.

Negociación en proceso con 2 empresas locales por un valor estimado de US\$ 1 Millón.

3.5 MISIÓN COMERCIAL – ARTÍCULOS DE BELLEZA (Dubái, 26 al 28 mayo)

Gestión de citas comerciales a una empresa peruana exportadora de artículos para el cuidado del cabello expositora en la feria *Beauty World Middle East*.

Resultados obtenidos y proyectados:

Negocios esperados por un valor estimado de US\$ 500 mil para los siguientes doce meses.

Perspectiva de negocio en los 6 países del CCG y en otros países del Medio Oriente.

Materialización de acuerdos de representación con firmas locales para la distribución exclusiva de los productos de la marca.

4. SECTOR SERVICIOS

4.1 PERU SERVICE SUMMIT (Lima, 6 al 10 de julio)

Rueda de negocios para la exportación de servicios.

Resultados proyectados:

- Envío de 2 compradores de empresas destacadas en el mercado.
- Exportación de servicios en áreas de Software.
- Internacionalización de marcas en gastronomía.

5. OTROS

5.1 MISIÓN COMERCIAL – ALIMENTOS Y BEBIDAS Y ARTÍCULOS DE DECORACIÓN (Lima, 12 al 17 de junio)

Gestión de citas comerciales a una empresa emiratí en proceso de apertura de 2 establecimientos: 1 restaurante peruano y un café con influencias gastronómica peruana y productos peruanos.

Resultados obtenidos y proyectados:

Negociación en proceso para la importación de alimentos por un valor estimado de US\$ 11,000 en los próximos 6 meses, y muebles y artículos de decoración (1 contenedor estimado a finales de 2015).

TURISMO

1. PRESS TOUR (Perú, 7 al 17 de enero)

Episodios en programa turístico sobre Perú a cargo de una productora local.

Resultados obtenidos y proyectados:

✓ Promoción del Perú y sus principales atractivos turísticos: costa, sierra y selva a una audiencia potencial de 120 Millones de televidentes.

2. ARABIAN TRAVEL MARKET (Dubái, 4 al 7 de mayo)

Feria de turismo más importante de la región MENASA.

Resultados obtenidos y proyectados:

- ✓ Promoción del Perú y sus principales atractivos turísticos.
- ✓ Una de las empresas participantes estima haber logrado en la feria más de US\$ 2 millones en servicios turísticos para los siguientes doce meses.

3. CAPACITACIÓN DE TOUR OPERADORES (Dubái, 24 de junio)

Evento de capacitación de tour operadores a cargo de la representación local de la empresa peruana Condor Travel.

Resultados obtenidos y proyectados:

- ✓ Promoción del Perú y sus principales atractivos turísticos.

- ✓ Actualización de base de datos de tour operadores y agentes de viaje con interés particular en el destino.
- ✓ Promoción de viajes de familiarización.
Promoción del Perú en la prensa local a través de la cobertura del evento

INVERSIONES

1. ANUAL INVESTMENT MEETING (Abu Dhabi, 30 de marzo al 2 de abril)

Reunión Anual de Inversiones organizada por el Ministerio de Economía de Emiratos Árabes Unidos (EAU).

Resultados obtenidos:

- ✓ Perú como miembro propuesto de la mesa consultiva sobre seguridad alimenticia.

2. INVERSIONES EN ARTE, CULTURA, EDUCACIÓN (Abu Dhabi, 22 y 23 de marzo)

Reuniones con inversionistas y personalidades del Gobierno de EAU con el fin de presentar el proyecto *Sinfonía por el Perú*.

Resultados obtenidos:

- ✓ Posible alianza entre la fundación Dubai Cares, perteneciente al gobierno de Dubai, y *Sinfonía por el Perú* en aspectos sociales y educativos.
- ✓ Promoción de un proyecto de inversión tripartito entre Austria, EAU y Perú.

PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

1. TASTE OF PERU (Dubái, 12 al 15 de febrero)

Evento de promoción de la gastronomía peruana y sus productos, el destino y la imagen país.

Resultados obtenidos y proyectados:

- ✓ Alianza estratégica con el grupo Jumeirah (cadena de hoteles más representativa e importante de Medio Oriente). Acuerdo de incorporar la mayor cantidad de productos peruanos, al menos 50% durante el evento.
- ✓ Incorporación de platos con productos peruanos como la quinua, entre otros, en gran parte de los restaurantes del grupo: Generación de importaciones.
- ✓ Creación de una barra de pisco y ceviche en el brunch del restaurante "La Parrilla" próxima a inaugurarse en el mes de Agosto.
- ✓ Promoción de la gastronomía peruana y sus productos en medios masivos a través de la cobertura del evento en la prensa local.
- ✓ Asistencia de personalidades VIP de la región (representantes del gobierno y empresas más destacadas) y más de 4,000 visitantes durante los 4 días, dentro de los cuales se pueden contabilizar 500 compradores potenciales.

- ✓ Taste of Perú como evento destacado de *Dubái Food Festival* (único país invitado a formar parte de este mega-evento culinario que desarrolla cada año el Gobierno de Dubái).