

OCEX MILÁN
Informe de Gestión enero – junio 2015

EXPORTACIONES

1. SECTOR EXTIL

1.1. Realización de Workshop para promoción PERU MODA

Con el fin de promover la presencia de buyers en Perú Moda, la Ocex realizó dos workshops de lanzamiento y de consolidación de invitaciones de principales casas de moda italianas a participar en Perú Moda. Habiéndose logrado difundir la relevancia del evento, sentando las bases para los logros de la misión de buyers de Perú Moda. Entre los participantes al workshops se encuentran: Benetton, Cashimirino, Max Mara, Fay, Kyo, Serienumerica, Kway, Beach Company, entre otros.

Resultados obtenidos y proyectados: Como resultado del workshop se reforzó la misión de buyers llevada a Lima en Mayo que contó con 24 grandes corporaciones como se detallará más adelante.

1.2. Apoyo a Misión Técnica de Calzado de Villa el Salvador a Milán y Ancona

Mincetur organizó una misión técnica con el apoyo del PISIE de Ancona (Politécnico Internacional para el Desarrollo Industrial y Económico) con el fin de realizar una prospección de tecnologías para el calzado y el diseño. Para dicho fin se solicitó el apoyo de la Ocex para acompañar la misión y apoyar en la realización de una carta de intención. A raíz de esta visita, la Ocex tomó contacto con Moda Pelle Academy de Milán con el fin de dar apoyo a estas empresarias y a otros interesados a desarrollar un programa de capacitación, el cual se detalla a continuación.

Resultados obtenidos y proyectados: A Ocex evaluó la posibilidad de apoyar al grupo de empresarios de Villa el Salvador, y coordinó la realización de un programa de formación que a continuación se expone.

1.3. Coordinación para la realización de Programa de Capacitación Técnica para fortalecer la oferta exportable del sector calzado – Alianza con Moda Pelle Academy - Milano

La Ocex coordinó el desarrollo de un programa de capacitación el cual tiene como fin preparar y mejorar el nivel de calidad de las empresas participantes del APC Pives para realizar sourcing de colecciones de calzado femenino, masculino e infantil en el mercado italiano e internacional. Al final del ciclo formativo propuesto las empresas habrán participado a la creación de una colección "capsule" que testimonie la nueva capacidad industrial del consorcio. El proceso formativo, definido para realizar correctamente dicha colección, prevé 2 módulos con específicas funciones. Los módulos formativos transfieren los conocimientos técnicos para el desarrollo de modelos de calzados de

acuerdo con la metodología y la experiencia profesional del "Made in Italy" que ya se volvió sinónimo de marca país en el mundo entero.

Resultados obtenidos y proyectados: Con el apoyo de Promperú se seleccionó a 13 empresas participantes que iniciarán el programa formativo este Julio y presentarán los resultados en la feria de calzado MICAM 2016. El objetivo es fortalecer la oferta exportable del calzado hacia Italia y Europa.

1.4. Misión comercial textil a Perú Moda

La Ocex logró llevar al Perú una misión de 26 Buyers, siendo en todos los casos corporaciones líderes en el mundo en el sector de la moda.

Resultados obtenidos y proyectados

Empresas como Benetton, Max Mara, Cashimirino, confirmaron su interés de reforzar la compra de hilados de alpaca y de algodón del Perú, lo cual se estima que podría generar un incremento de las exportaciones entre US\$ 4-6MM en un mediano plazo. Asimismo, varias empresas participantes manifestaron su interés que proveerse de algodón Pima y lana e hilados de alpaca. Finalmente, algunas empresas manifestaron su interés en explorar el Perú como un lugar para realizar inversiones en la industria de la moda para proveer el mercado sudamericano y americano.

2. SECTOR AGRO

2.1 Participación en SIGEP – Feria de la industria del helado

SIGEP es considerada la feria del helado más importante del mundo.

El objetivo de la Ocex era dar a conocer la oferta exportable del Perú en frutas, café y cacao para la industria del helado. Particular acogida tuvo la lúcuma y el aguaymanto. Se atendieron a cerca de 120 interesados.

Resultados obtenidos y proyectados

Se contribuyó a posicionar nuestra oferta exportable como altamente innovativa para la industria del helado. Asimismo se difundió la alta calidad del cacao peruano ideal para la industria del sector. Un experto en elaboración de helado de una reconocida industria heladera (entre las 8 más grandes de Italia) consideró que el producto ofrecido era el más innovativo de la feria y ofrecía uno de los gustos más delicados donde veía gran potencial en introducir la lúcuma para esta gran industria.

Cerca de 120 personas solicitaron información sobre proveedores de la lúcuma, aguaymanto, cacao, entre otros.

2.2 Participación VINITALY – Feria de Italia de Vinos y Espíritus

Vinitaly es la tercera feria más grande de Europa en el sector de vinos y espíritus que cuenta con una gran presencia de compradores internacionales. El Perú nunca había participado en la feria con stand propio y el objetivo fue promocionar el Pisco. Es así que la Ocex contó

con un Stand de 24 m2. Asimismo, se organizó una cena entre los exportadores de pisco que estuvieron en la feria y un grupo de 6 potenciales buyers del sector.

Los logros obtenidos fueron:

- Amplia difusión del Pisco; se calcula un mínimo de 5000 visitantes, más de 1000 degustaciones y cobertura en televisión nacional (RAI emitió noticias sobre stand Perú) además de diversas publicaciones y noticias en medios locales y regionales.
- Las empresas presentes atendieron cerca de 200 empresas internacionales interesadas en adquirir el producto y se estima una generación de negocios por 200 mil dólares; cabe señalar que dos de las tres empresas presentes importan a través de Holanda y Alemania.
- Muchos de los presentes solicitaron a la Ocxex si también contábamos con Vinos del Perú.
- Se realizaron dos catas especializadas con una presencia total de 60 participantes; las catas tenían un cupo máximo de 30 personas entre expertos catadores, distribuidores, periodistas y público de interés.

2.3 Participación de la OCEX MILAN en visita de identificación de buyers en FRUIT LOGISTICA

Se identificó un grupo interesante de importadores a los cuales se les invitó a participar de un Workshop en Milan (se realizaron 4 workshops), para promover nuestra oferta exportable del sector e invitarlos a participar de las principales ferias del Perú como Expoalimentaria o misiones comerciales a organizarse por la OCEX MILAN o a las EXPORTA de regiones. Los detalles de los mencionados workshops se describen a continuación.

2.4 Realización de Workshop para promoción de EXPOALIMENTARIA Piazza Duomo

En Milán se realizó un workshop de compradores con el fin de promover su participación en Expoalimentaria 2015. El evento tenía como fin presentar la feria, el tipo de expositores y los potenciales beneficios para top buyers.

2.5 Realización Visitas Técnicas a Cadenas de Supermercados y gran importador Battaglio (Turín) y Aliper (Verona) así como reuniones con Migross, Eurospin y contactos con CONAD

Con el fin de promover el ingreso de productos del Perú en las cadenas de supermercados de Italia, se realizó un workshop con algunas cadenas de mercado para presentar las oportunidades que ofrece el sector y estudiar la posibilidad de ingresar productos peruanos a sus cadenas. Resultados obtenidos y proyectados. Se logró el acuerdo que Supermercados Aliper en sus 103 de sus 150 tiendas ingrese sistemáticamente productos del Perú. A partir de setiembre se iniciará el ingreso de Quinua y Chia de origen del Perú mediante acuerdo con Alnatura. Asimismo, se logró el interés del Grupo Migross y Euro Spin de

participar en Expoalimentaria 2015. Ambas empresas poseen 1500 puntos de venta en Italia y han decidido participar de Expoalimentaria como compradores directos, sin pasar por traders o intermediarios. Finalmente, CONAD manifestó interés en la oferta alimentaria del Perú y en los próximos meses se espera poder lograr su interés en comprar productos del Perú.

2.6 Participación en Feria TUTTO FOOD

La feria es la más importante en alimentos manufacturados de Italia la cual se realizó en el marco de la Expo Milán para promover el sector agro, procesados e hidrobiológico. La feria conto con una participación de aproximadamente 2 mil compradores internacionales, más de 50 mil visitantes y cerca de 1800 expositores. La Ocex contó con un Stand de 36 m2.

Resultados obtenidos y proyectados

La OCEX se presentó con una estrategia de promoción de nuestra oferta de productos procesados como espárragos, pasta de alcachofa, tapenades diversos, miel de algarrobina, café, cacao, quinua, kiwicha, pastas de aji, rocoto, aceite de sacha inchi etc

Se logró el interés de 45 potenciales importadores.

2.7 Exposición permanente de la Quinua y el Aji en Museo de la Ciencia Leonardo Da Vinci en Milán

El Museo de la Ciencia Leonardo Da Vinci es considerado como una de las mejores infraestructuras científicas de Milán y cuenta con una amplia agenda de exposiciones durante la Expo Milán, por lo que el número de personas durante y después de la Expo (que la exposición continuará) contribuirá a posicionar a la Quinua como un producto proveniente principalmente del Perú y con grandes bondades nutricionales. Se espera que el 2015 el Museo reciba unas 20,000 personas en los próximos 6 meses.

2.8 Participación en la Feria FRUIT INNOVATION

La Feria contó con la participación de los más importantes buyers del sector. La Ocex contó con un Stand de 16 m2 donde se presentó la oferta exportable peruana en frutas y verduras y se preparó una degustación de algunos de estos productos a fin que el público pueda apreciar las bondades de los productos y la manera de preparar de los mismos.

Resultados obtenidos y proyectados

Se presentó la oferta de frutas y hortalizas del Perú a todos los participantes. Cerca de 70 grandes corporaciones tomaron contacto con el Stand; asimismo se participó en la rueda de negocios con el fin de presentar a la Ocex y la oferta exportable del Perú ya que no confirmaron su participación empresas del sector, a pesar de habérselas invitado por medio de Promperu, salvo Danper que participo con stand propio. Como resultado, se logró identificar a potenciales buyers a ser

visitados e invitados a Expoalimentaria y a las demás ferias que promueve el Perú para buyers internacionales.

3. SECTOR ANUFACTURAS DIVERSAS

3.1 Participación COSMOPROF – Feria Internacional de la Cosmética

Es considerada entre las dos más grandes ferias de Europa en el sector y se realiza en tres sedes Bologna, Hong-Kong y Las Vegas. La participación del Perú consideró un Stand de 120 m2 y contó con la participación de 8 pequeñas empresas invitadas por Promperu para participar por primera vez en la misma.

Resultados obtenidos y proyectados

Se logró reforzar el posicionamiento del Perú como un importante proveedor de productos e insumos para la cosmética, (prod naturales, e insumos peruanos como camu camu, quinua etc) pudiendo hacer frente a la competencia directa como Colombia, Brasil y México que contaron con stand similares a los nuestros en la misma área internacional.

Tenemos conocimiento que una de las empresas peruanas iniciaron ya a colocar sus productos en Milán. Si bien el momento la exportación directa de cosmética del Perú a Italia es reducida, se espera que los nuevos negocios puedan generar envíos por un monto de US\$ 100 mil en los próximos 2 años.

TURISMO

Las actividades de promoción Turística se proponen a fin de presentar al Perú como un país con una alta diversidad de oferta turística. Las actividades en las cuales se propondrá el Perú como destino turístico serán:

1. Capacitación a público final

Se realizaron capacitaciones de Turismo en:

- ✓ Biella(24 de marzo),
- ✓ Mantova (12 de mayo)
- ✓ Livorno (13 de mayo),
- ✓ Luca (13 de mayo)
- ✓ Rimini (14 de mayo)
- ✓ Napoles (9 de junio)
- ✓ En total se capacitaron a 375 peronas

2. EXPOSICION PERU en el Museo de la Cultura – MUDEC de Milán ([Junio-Setiembre, Milán])

En ocasión de esta importante exposición, se está brindando información turística sobre nuestro país.

Resultados obtenidos y proyectados

Se espera la visita de 4000 personas y una gran difusión en medios.

INVERSIONES

1. Participación en Workshop para PROMOCIÓN INVERSIONES

Con el fin de promover las inversiones de nuestro país, en particular en el sector de grandes infraestructuras, La Ocex participó como principal expositor con el fin de presentar el portafolio de inversiones de nuestro país, en particular en infraestructuras para transporte marítimo, aéreo y energía.

Resultados obtenidos y proyectados

Como resultado concreto, fue encontrar empresas, particularmente del sector portuario interesadas en conocer las oportunidades de inversión en el Perú. Luego del workshop se sostuvieron 6 reuniones bilaterales para brindar información sobre aspectos tributarios, laborales entre otros para invertir en el país, las cuales fueron organizadas por la cámara de comercio de Livorno en colaboración con el municipio.

Asimismo, mostraron interés en que Perú estudie el puerto de Livorno como potencial plataforma donde el Perú cuente con un almacén propio para reforzar el apoyo logística y facilitar nuestras exportaciones. Se esta evaluando la posibilidad de realizar un análisis más profundo sobre esta posibilidad.

2. Atención y asesoría directa a empresas interesadas en invertir en el país [Enero – Junio, Milán]

La Ocex recibe una media de 6 empresas al mes que desean información detallada para invertir en el país o abrir una empresa. A la fecha, la Ocex ha atendido cerca de 40 solicitudes de empresas Italianas.

3. Participación en Workshop para la promoción de inversiones [21 Abril, Génova]

La Cámara de Comercio e Industria de Génova invito a Perú, Chile, Republica Dominicana a exponer las oportunidades de inversiones ante un foro de empresarios del lugar. Asimismo, se sostuvieron 5 reuniones bilaterales con potenciales inversionistas y empresas interesadas en comercializar con el Perú.

Resultados obtenidos y proyectados

El resultado más significativo fue que luego de la reunión se organizó la semana siguiente una reunión con el Gerente de América Latina, y Gerente de Proyectos de Ansaldo Energía (construyeron la hidroeléctrica del Mantaro), y manifestaron su interés de iniciar nuevamente y explorar las oportunidades de inversión en nuestros país. Fruto de la reunión decidieron llevar a su directorio el estudio de abrir una oficina permanente en Perú para dar soporte a su acciones inversiones en el país.

PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

A raíz de las actividades prevista para difundir el país durante el tiempo de la EXPO MILAN. Asimismo, la participación en una importante cantidad de ferias nacionales e internacionales con un Stand Perú sin duda ha fortalecido

la imagen del país. Se estiman un mínimo de 5 importantes eventos en cada una de las 5 actividades, es decir 25.

Asimismo, se ha promovido una gran cantidad de noticias, dossiers y publicaciones del Perú. Según la agencia de PR que colabora con la Ocex en actividades puntuales, en el primer trimestre se produjeron varias noticias en Italia en diversos medios italianos, sumando un total aproximado de 160 noticias en medios escritos y prensa sobre el país con los que ha contribuido la Ocex.

Actividades que fortalecerán la marca país son:

- 1.** Exposición Perú en Museo de la Cultura (junio-Setiembre)
- 2.** Restaurant Temporal Perú (junio-Setiembre)
- 3.** Cebiche Pisco Bar (Junio-Setiembre)
- 4.** Exposición permanente de la Quinoa y el Ají en Museo de la Ciencia Leonardo Da Vinci
- 5.** Street Food y actividades en zonas abiertas (Setiembre)