

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
ExteriorDecenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**INFORME DE GESTIÓN IV TRIMESTRE
OCEX MIAMI**

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Las exportaciones no tradicionales de Perú a EE.UU. aumentaron 2,93% en el periodo de enero a noviembre de 2015 con respecto al mismo periodo de 2014, alcanzando US\$2 629 millones, y sumando una participación del 59,4% comparado con 45,9% del periodo en 2014. (BI)

Los principales productos no tradicionales exportados a EE.UU. comprendieron a espárragos, café, T-shirts, vegetales preparados y fosfatos de calcio, entre otros. (USITC)

Producto No tradicional – Top 5 XNT a EEUU (millones de US\$)	2014 (ene-nov)	2015 (ene-nov)	Cambio %
Espárragos frescos	219,27	241,59	10,20%
Café sin tostar ni descafeinar	161,34	132,67	-17,80%
T-shirts y camisetas de punto de algodón	151,06	132,06	-12,60%
Vegetales preparados	112,91	118,60	5,00%
Fosfatos de calcio	99,67	115,87	16,20%
Otros de interés			
Uvas frescas	74,84	112,94	50,90%
Sweaters y pullovers de punto de algodón	114,67	105,43	-8,10%
Palta fresca	148,84	83,14	-44,10%
Filetes de pescado congelados	39,41	70,53	79%
Guayabas y mangos	52,47	55,18	5,20%
Mandarinas	38,99	46,93	20,40%

Fuente: USITC

En la tabla a continuación se muestra la evolución de las compras de EE.UU. al exterior para el mismo periodo junio-agosto, incluyendo la comparación con los principales países competidores de Perú. Incluye productos tradicionales y no tradicionales. (USITC)

**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 Consolidación del Mar de Grau**

Posición	País	ene-nov 2014	ene-nov 2015	Cambio porcentual	Cuota
		En miles de dólares USD		2014 - 2015	
1	China	425,793,443	439,497,638	3.20%	21.53%
2	Canadá	318,483,896	271,449,937	-14.80%	13.30%
3	México	268,084,085	269,611,453	0.60%	13.21%
4	Japón	121,826,013	119,253,006	-2.10%	5.84%
5	Alemania	111,500,719	109,693,044	-1.60%	5.37%
17	Brasil	27,340,919	24,785,582	-9.30%	1.21%
26	Colombia	15,838,754	12,740,466	-19.60%	0.62%
32	Chile	8,722,162	8,383,971	-3.90%	0.41%
36	Ecuador	9,497,608	6,637,078	-30.10%	0.33%
41	Perú	5,470,712	4,578,731	-16.30%	0.22%
74	Bolivia	1,793,769	932,588	-48.00%	0.05%
TOTAL MUNDO		2,124,106,875	2,041,375,756	-3.90%	100.0%

Fuente: USITC

1.2. REGULACIONES DE ACCESO

Norma (denominación)	Aprobación para la importación en EEUU de papaya fresca desde Perú
Descripción (Qué barrera origina)	Se aprueba el ingreso de la papaya peruana en su presentación fresca en EEUU, los envíos necesitarán ir con certificado fitosanitario.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Efectiva desde el 26 de mayo de 2015
Acción realizada por la OCEX	-
Enlace de acceso a la norma	https://www.federalregister.gov/articles/2015/04/24/2015-09576/importation-of-papayas-from-peru

Norma (denominación)	Expansión de áreas de cultivo de cítricos peruanos para su importación en EEUU continental
Descripción (Qué barrera origina)	Elimina la barrera que sólo permitía hasta la fecha importación de cítricos peruanos cultivados en determinadas áreas y lo hace extensivo a todo el país. Se permitirá su importación en la parte continental de EEUU
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Publicado el 14 de septiembre de 2015
Acción realizada por la OCEX	-
Enlace de acceso a la norma	http://www.regulations.gov/#!documentDetail;D=APHIS-2015-0005-0018

**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 Consolidación del Mar de Grau**

Norma (denominación)	Aprobación para la importación en EEUU de Capsicum fresco desde Perú
Descripción (Qué barrera origina)	Se aprueba el ingreso de los ajíes peruanos en su presentación fresca en EEUU
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Publicado el 14 de septiembre de 2015
Acción realizada por la OCEX	OCEX Miami gestiona el estudio de mercado de Capsicum, además de impulsar la participación de empresas públicas y privadas con el envío de cartas apoyando esta norma
Enlace de acceso a la norma	http://www.regulations.gov/#!documentDetail;D=APHIS-2014-0028-0031

Norma (denominación)	Aprobación de nuevos puertos de Florida para el ingreso de perecederos peruanos tratados en frío
Descripción (Qué barrera origina)	Se aprueba el ingreso de cítricos, uvas y arándanos de Perú siguiendo el protocolo de tratamiento en frío a través de los nuevos puertos de Jacksonville, Tampa y Manatee en Florida, sumados a los de Miami y Fort Lauderdale en Florida y Savannah en Georgia.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Efectiva desde el 1 de octubre de 2015
Acción realizada por la OCEX	Impulso de la labor de los líderes de la industria y representantes estatales y federales, a través del Florida Perishables Coalition, para el diseño e implementación de este protocolo para el ingreso de perecederos procedentes de Perú
Enlace de acceso a la norma	http://www.customizedbrokers.net/News-and-Media/Press-Releases/Florida-Ports-Cold-Treatment-Pilot

Norma (denominación)	Aprobación del systems approach para eliminar tratamiento con fumigación del espárrago peruano
Descripción (Qué barrera origina)	Propuesta para eliminar la fumigación de los espárragos peruanos importados en EE.UU. a través de la aprobación de un system approach
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	En evaluación por USDA
Acción realizada por la OCEX	Apoyo a PAIA y exportadores peruanos de espárrago
Enlace de acceso a la norma	No disponible, norma aún en evaluación

**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 Consolidación del Mar de Grau****1.3. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES**

Agencia Promotora - País	ProEcuador
Acción de Promoción	Conocemos estarán participando en Americas Food & Beverage a finales de octubre
Público Objetivo	EEUU
Descripción del formato de la actividad	Feria
Productos Promocionados	Alimentos

Agencia Promotora - País	ProColombia
Acción de Promoción	Promoción de alimentos, joyería, confección textil, inversiones, y del país como destino turístico en ferias como Cruise Shipping, JIS, Swimshow, PMA, SCAA, Trade Americas, etc
Público Objetivo	EEUU
Descripción del formato de la actividad	Ferias, macro-ruedas, avisos en revistas
Productos Promocionados	Alimentos, confecciones, joyería, turismo e inversiones

Agencia Promotora - País	ProChile
Acción de Promoción	Promoción de alimentos, inversiones y destino turístico, en ferias como PMA, Cruise Shipping y Trade Americas
Público Objetivo	EEUU
Descripción del formato de la actividad	Ferias y ruedas
Productos Promocionados	Alimentos, turismo e inversiones

Agencia Promotora - País	ProMexico
Acción de Promoción	Promoción de alimentos, inversiones y destinos turísticos, en comerciales y avisos, ferias como Cruise Shipping y ruedas de inversión como Trade Americas
Público Objetivo	EEUU
Descripción del formato de la actividad	Ferias, comerciales en televisión, ruedas
Productos Promocionados	Aguacates, turismo e inversión

**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 Consolidación del Mar de Grau**

Agencia Promotora - País	Oficina Comercial de República Dominicana
Acción de Promoción	Promoción de sus destinos turísticos en Cruise Shipping, promoción de inversiones en rueda Trade Americas
Público Objetivo	EEUU
Descripción del formato de la actividad	Ferias y ruedas
Productos Promocionados	Turismo, inversiones

Agencia Promotora - País	Oficina Comercial de España/Oficina de Turismo de España
Acción de Promoción	Turismo en Cruise Shipping, materiales para la construcción en Coverings
Público Objetivo	EEUU
Descripción del formato de la actividad	Ferias y ruedas
Productos Promocionados	Turismo y piedra natural

1.4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
1- Macro Rueda Norte Exporta 2015		6
2- Coverings 2015	5	
3- Rueda de negocios confección textil		14
4- Peru Moda/Gift 2015		84
5- Macro Rueda Centro Exporta 2015		6
6- Expoalimentaria 2015		134
7- PMA 2015	100+	
8- Americas Food & Beverage 2015	9	
9- Macro Rueda Sur Exporta 2015		5
TOTAL	114	249

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 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 Consolidación del Mar de Grau**

1.4.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- Norte Exporta (Piura y Chiclayo, 26 febrero 2015)

OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con los sectores agroindustrial, pesca, artículos de decoración y regalos. El CEC asistió a este evento apoyando a empresas de nuestra jurisdicción en sus reuniones y visitas a fabricantes, productores y procesadores de la región norte.

Resultados: Un total de 16 empresas del sureste de EEUU se registraron con OCEX Miami para el evento, no todas recibieron beneficios para el viaje. Las empresas que registraron compras durante la feria reportaron la cifra de US\$2,8 millones, con una cifra estimada a 12 meses de US\$3,75 millones. Estados Unidos contó únicamente con la participación de empresas del área del sureste, conformando el segundo país que más compras realizó durante el evento, solo por detrás de la delegación coreana

- Coverings (Orlando, 14-17 abril 2015)

OCEX Miami participó por primera vez en el mayor evento del país dedicado a materiales para el sector de la construcción, en concreto baldosas de cerámica y piedra natural, con el fin de incluir al travertino peruano entre la oferta presente en el mercado americano. Se contó con la presencia de Perú en el pabellón nacional "Peruvian Stones" de 1 600 pies cuadrados, junto a Promperu y 5 empresas peruanas del sector. Se realizó la difusión de la presencia de la oferta exportable peruana a nuestras bases de datos de distribuidores de travertino, arquitectos y constructoras.

Cada año participan en Coverings cerca de 1 000 expositores representando a más de 40 países, algunos de los cuales están organizados por pabellones nacionales como es el caso de Italia, España, Brasil, Turquía y China. Aproximadamente 22 500 personas asisten al evento cada edición, entre los que se incluyen distribuidores, fabricantes, contratistas, constructoras, especificadores del sector, y profesionales de la arquitectura y el diseño, además de periodistas y "blogueros" especializados en esta industria. Se esperaba obtener un monto negociado de US\$4,5 millones en los siguientes 12 meses.

Resultados: Los expositores participantes mantuvieron un total de 175 reuniones durante la feria. Se negociaron unas ventas directas en la feria de US\$250 000, y un monto a 12 meses de al menos US\$12 millones. La colaboración entre OCEX Miami y Promperu logró obtener 106 contactos adicionales de esta industria. Los exportadores mostraron mucho interés en participar de nuevo e indicaron que la presencia como país en el show logró atraer mayor interés y por ende mayores ventas de lo que esperaban.

- Rueda de negocios confección textil (Lima, 15-17 abril 2015)

Tras la cancelación de las fechas inicialmente propuestas para la celebración de Perú Moda/Perú Gift 2015, se desarrolló desde Lima una rueda de negocios para las empresas previamente inscritas al evento y con interés en realizar reuniones de negocios.

Resultados: Asistieron 14 empresas de la jurisdicción de OCEX Miami. Durante la rueda se cerró un monto de \$200 mil aproximadamente pero ninguna indicó una proyección de compras a 12



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 Consolidación del Mar de Grau**

meses. Siete compradores indicaron que cerraron negocios con 37 exportadores durante la feria pero negaron incluir un monto negociado en las encuestas, por lo cual estimamos que el monto negociado fue mucho mayor a lo que se indicó en las encuestas.

- Peru Moda/Peru Gift (Lima, 27-29 mayo 2015)

En colaboración con Promperú, se trabaja anualmente en la difusión y coordinación de Perú Moda como la principal feria peruana de confección textil. OCEX Miami hace difusión de la oferta peruana entre los compradores del sector en el sureste de EEUU y del Caribe.

La edición de este año se celebró en el Cuartel General del Ejército del Perú en Lima, se registraron aproximadamente 380 compradores de EEUU, siendo el 20% compradores del área del sureste del país (incluyendo Puerto Rico) y de Bahamas. Los asistentes al evento incluyen importadores, distribuidores, mayoristas, boutiques, diseñadores, empresas comercializadoras de prendas confeccionadas en alpaca, ropa de algodón, calzado, y agentes de desarrollo estratégico, entre otros.

El CEC de OCEX Miami viajó a este evento, a solicitud de Promperú, y brindó la asesoría necesaria a los compradores interesados en conocer y comprar nuestra oferta exportable, apoyando en las negociaciones internacionales para la concreción de negocios entre ambos países. Igualmente, y por pedido de Promperú, también asistió la Sra. Mercedes Gonzáles, de la empresa Global Purchasing Companies, quien asistió junto con el CEC a diversas reuniones convocadas por Igor Rojas, del Departamento de Industria de la Vestimenta de Promperú, para coordinar detalles del Proyecto Piloto de Diseñadores Peruanos en EEUU, incluido en el Plan Operativo Institucional de este año.

Resultados: Se espera obtener un monto negociado de US\$2,6 millones, y una proyección de US\$3,9 millones para los siguientes 12 meses. La OCEX Miami se encuentra realizando una evaluación de la participación de nuestros compradores, obteniendo hasta la fecha concreción de negocios por valor de US\$221 200 y un estimado de US\$4,7 millones a 12 meses, a la espera de seguir desarrollando las encuestas pertinentes al total de asistentes al evento. Hasta la fecha, las encuestas muestran que el 76% de compradores desean regresar a Peru Moda en 2016 (57% es el dato para Peru Gift), y que un total de 66 empresas peruanas habrían logrado cerrar acuerdos comerciales durante la celebración de la feria (53 en Perú Moda y 13 en Perú Gift).

- Centro Exporta (Ayacucho, 23 julio 2015)

OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con los sectores agroindustrial, artículos de decoración y confección de alpaca.

Resultados: Un total de 6 empresas del sureste de EEUU se registraron con OCEX Miami para el evento. Las empresas que registraron compras durante la feria reportaron la cifra de US\$30 000, con una cifra estimada a 12 meses de US\$250 000.



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 Consolidación del Mar de Grau**

- **Expoalimentaria (Lima, 26-28 agosto 2015)**

En colaboración con Promperú y ADEX, se trabaja anualmente en la difusión y coordinación de Expoalimentaria como la principal feria peruana de alimentación y bebidas, entre los compradores del sector en el sureste de EEUU, y de las islas del Caribe. Además, se organiza desde OCEX Miami una misión comercial encabezada por el Puerto de Miami, y que reúne a la Agencia de Aduanas de EEUU, brokers privados, y otras empresas privadas del sector.

Resultados: OCEX Miami logró el registro de 134 empresas, incremento de 19% con respecto a los registros obtenidos en 2014. Los resultados preliminares muestran una proyección estimada en ventas para los siguientes doce meses es de US\$71,9 millones, 22% más que en la edición anterior.

- **PMA (Atlanta, 24-25 octubre 2015)**

Es la feria de productos frescos y perecederos más importante de EEUU, donde OCEX Miami participará con un pabellón nacional en colaboración con AGAP.

Resultados: Fueron más de 100 empresarios que integraban la delegación peruana, los cuales lograron realizar US\$248 millones en ventas a 12 meses durante esta edición de la feria.

- **Americas Food & Beverage (Miami, 26-27 octubre 2015)**

Se trabaja por tercer año consecutivo en la participación de Perú con imagen conjunta como país en esta feria regional de alimentos de las Américas junto a empresas peruanas del sector. La actividad queda recogida dentro del marco estratégico para la promoción de productos alimenticios peruanos en el sureste de Estados Unidos, particularmente los productos preparados, secos y en conserva, así como el pisco y la gastronomía peruana. Además de compradores de la región, el público objetivo también se extiende a compradores o distribuidores en el área del Caribe.

En esta edición fueron 9 empresas peruanas (en la edición anterior fueron 8 empresas) que exhibieron sus productos entre los que se encontraban: granos (quinua, maca, chía, kañiwa, etc), bebidas ready-to-drink hechas a base de quinua, chía; pisco, concentrados, leche evaporada y condensada, galletas y panetones; pastas; envasados, jugos; chocolates en diversas presentaciones (cubiertos con caramelo, quinua germinada cubierta con chocolate); chicha morada; salsas, aderezos, bases para preparar diversos platos peruanos (ají de gallina, arroz de mariscos, arroz con pollo) entre otros.

Resultados: En conjunto se obtuvieron al menos 225 contactos comerciales y una expectativa de ventas a 12 meses valoradas en más de US\$3,5 millones. Los productos peruanos con más acogida entre los compradores fueron quinua (en grano y procesada) y chía, chocolates y cereales andinos, salsas y bases, leche condensada, galletas y panetones.

- **Sur Exporta (Puno, 11-12 noviembre 2015)**

OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con los sectores agroindustrial y confección.

Resultados: Un total de 11 empresas del sureste de EEUU se registraron con OCEX Miami para el evento, siendo 5 de ellas receptoras de incentivos para su participación en la rueda. Las

**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 Consolidación del Mar de Grau**

empresas registraron unas compras durante la feria de US\$126 000, con una cifra estimada a 12 meses de US\$1,2 millones.

1.5. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS²

Actividad	Nº de Compradores Participantes	Nº de Exportadores Participantes
1- Proyecto Publix	1	20
2- SXSW	n/a	n/a
3- Misión de exportación y desarrollo comercial de Florida	n/a	n/a
4- Prospección Dallas Market	n/a	n/a
5- Prospección Wine & Spirits Wholesaler of America	n/a	n/a
6- Viaje reconocimiento Cuba	n/a	n/a
7- Viaje reconocimiento República Dominicana	n/a	n/a
8- Prospección ETI Puerto Rico	n/a	n/a
9- Campaña degustación supermercados	3	2
10- Programa piloto Pisco Nights	6	3
11- Tales of the Cocktail		5
12- Programa joyería Mine to Market	8	
13- Prospección FIG Dallas	n/a	n/a
14- Prospección FIHAV Cuba	n/a	n/a
15- Viaje reconocimiento Trinidad y Tobago	n/a	n/a
16- Misión Comercial Texas	9	7
17- Prospección Expo Puerto Rico	n/a	n/a
18- Programa piloto con diseñadores		7
19- Aprovisionamiento cruceros	n/a	n/a
20- Piloto tratamiento en frío para perecederos	n/a	n/a
21- Programa de desarrollo de mercado PDM	n/a	n/a
22- Viajes acompañamiento y networking	n/a	n/a
TOTAL	27	44

1.5.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- Proyecto Publix (Lima, enero 2015)

OCEX Miami coordinó el viaje de reconocimiento de 5 altos directivos de las oficinas centrales de la cadena de distribución Publix, para la visita de 10 a 20 campos de producción e instalaciones de uvas, espárragos, y arándanos, en las ciudades de Lima, Piura y Chiclayo. Fue la

² Son aquellas actividades en donde el impacto en ventas no puede ser fácilmente determinado, como seminarios, campañas de promoción en puntos de venta, apoyo a la internacionalización de marcas, otros.



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 Consolidación del Mar de Grau**

primera vez que representantes de este supermercado, el más grande e importante de todo el sureste de los EEUU, visitó Perú y a empresas peruanas.

Resultados: OCEX Miami se reunió con Publix en el mes de mayo en sus oficinas principales, los ejecutivos han declinado proporcionar los montos de sus negociaciones, sin embargo confirman que esperan incrementar significativamente sus compras de uvas y cítricos de Perú. Destaca además su interés en los siguientes productos: papaya, duraznos y nectarinas Premium, melones Non-Harper y mango Atkins. Estamos coordinando con Promperu para ver si tenemos oferta adecuada para atender este interés.

- SXSW (Austin TX, 12-16 marzo 2015)

El CEC viajó a la ciudad de Austin TX para participar como panelista en la exposición “Colaboración internacional en el desarrollo de la innovación y creación de empresas en la Alianza del Pacífico”, a solicitud de Promperu. Así, el pasado 14 de marzo de 2015 se reunieron en Austin, Texas, representantes de los cuatro países de la Alianza del Pacífico: el Consejero Económico-Comercial del Perú en Miami-Erick Aponte, el Cónsul General de Chile en Houston-Jorge Valdés, el Consejero Económico-Inversiones de México en Texas, Julio Carlos Marrón, y el representante de tecnología de ProColombia-Sebastián Gómez.

El motivo fue la participación en un panel desarrollado dentro del marco del evento South By South West (SXSW), con el objetivo de generar un espacio de networking para la colaboración internacional en el desarrollo de la innovación y creación de empresas de la Alianza del Pacífico, con enfoque especial en tecnología. El CEC de Miami realizó una presentación entre las 9:30am y 10:30am en la Sala 10AB del Centro de Convenciones de Austin, en la cual se destacaron los casos de éxito del programa “La Idea”, además de profundizar en las fortalezas de Perú en el sector de la tecnología e innovación.

El evento SXSW, que celebró su 22ª edición, adquiere cada vez mayor importancia, con una cifra anual de visitantes de 100 000 personas procedentes de 80 países.

Resultados: Se logró concretar la presencia de Perú por primera vez en este evento que tiene reconocimiento a nivel mundial. Se recomienda para posteriores ediciones que Perú tenga una presencia significativa en este evento así como la tienen Argentina, Chile, Colombia y México, entre otros países, con stand y dos a cuatro empresas en el rubro tecnológico (aplicaciones de celular por ejemplo). Cabe mencionar que todas las corporaciones más importantes de EEUU y Asia están presentes, pues éste sirve para anunciar lanzamientos de nuevas tecnologías o aplicaciones móviles y similares, y en donde todos los países toman ventaja de su gran cobertura mediática. ProColombia ya confirmó su participación de nuevo en 2016 y solicitaron que se incluya una actividad junto con la Alianza del Pacífico similar a la de esta edición.

- Misión de Exportación y Desarrollo Comercial de la Florida (Lima, 23-25 marzo 2015)

Esta misión comercial contó con el apoyo de la OCEX Miami y fue organizada por Enterprise Florida (organismo oficial para el desarrollo económico del estado de Florida) y el Beacon Council, y estuvo encabezada por el teniente gobernador del Estado, Carlos López-Cantera, y el Secretario de Comercio de Florida, Bill Johnson. Para esta misión se convocó a autoridades de



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 Consolidación del Mar de Grau**

Tampa y Orlando, representantes de Puertos de Florida, Aeropuertos de Miami y Tampa, y a las empresas más importantes de Florida así como otros líderes de negocios (como cámaras de comercio), con el fin de ampliar las oportunidades y construir nuevas relaciones comerciales con las empresas peruanas. Así mismo, esta misión contó con el apoyo del Servicio Comercial del Departamento de Comercio de los Estados Unidos, que estuvo a cargo de organizar las reuniones de negocios con las empresas participantes.

Resultados: Desarrollo de nuevos lazos comerciales entre ambas regiones. Desarrollo del turismo bilateral entre Perú y Florida. Se anunció el establecimiento de nuevo vuelo directo de LAN entre Lima y Orlando, operativo desde el 20 de junio. Se espera que, próximamente, otra línea aérea (Southwest) que aún no vuela a Perú, conecte Lima con una ciudad del estado de Florida.

- Viaje de prospección feria Dallas Market (Dallas, 25-27 marzo 2015)

El CEC Miami realizó un viaje de prospección a la feria Dallas Apparel en Dallas, Texas, para evaluar una posible participación de empresas peruanas. Durante su visita a la ciudad de Dallas, el CEC mantuvo reuniones comerciales con entidades gubernamentales, empresas y cámaras de comercio, entre los que se encontraban representantes del aeropuerto Dallas Ft Worth, North Texas Commission, PAIA (Asociación de Importadores de Espárrago Peruano), además de la visita a la feria mencionada.

Resultados: Se logró convencer al aeropuerto de DFW para asistir a Expoalimentaria 2015. Además se logró que los representantes de North Texas Commission aceptaran ser la sede de un evento de promoción de la Alianza del Pacífico (el aeropuerto también se sumó a esta propuesta).

Por otro lado, se prospectó el evento Dallas Apparel con lo cual se consiguió información de cómo ProColombia había realizado su espacio en ese evento. Nuestra OCEX recomienda que Perú considere una presencia en esta feria en 2016 promocionando los textiles peruanos. Hemos invitado a los organizadores para que viajen a Perú y conozcan nuestra oferta para recomendar en cuál de las 4 ediciones anuales de esta feria deberíamos de participar.

- Viaje de prospección de feria Wine & Spirits Wholesaler of America (Orlando, 12-15 abril 2015)

El CEC Miami realizó un viaje de prospección a esta feria para evaluar la posible participación de empresas peruanas productoras y distribuidoras de pisco y vino. Wine & Spirits Wholesaler of América celebró su 72ª edición en la ciudad de Orlando, Florida.

Resultados: Tras la prospección, el CEC consideró de interés la participación de empresas peruanas, no obstante en 2016 el evento se celebrará fuera de nuestra área de jurisdicción.

- Viaje de reconocimiento Cuba (Habana, 4-6 mayo 2015)

El CEC Miami realizó un primer viaje a La Habana en Cuba con el fin de realizar una prospección del mercado y explorar las oportunidades comerciales existentes para Perú. Así, el CEC visitó la Cámara de Comercio de la República de Cuba, el Centro para la Promoción del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera (CEPEC), y la Zona Especial de Desarrollo Mariel (ZED Mariel). Se



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 Consolidación del Mar de Grau**

mantuvieron reuniones con la Sra. Abeley del Pozo Anaya-Directora de la Sección de América del Sur y México en la Cámara de Comercio, el Sr. Roberto Verrier Castro-Director de CEPEC (equivalente a Promperú), y la Sra. Idermis Gonzales Riera-Directora de Coordinación y Trámites de la Zona Especial de Desarrollo Mariel (ZED Mariel) durante su corta visita a Cuba.

Resultados: Tras esta primera visita a la isla de Cuba se programó otro viaje a finales de 2015 junto a la Ministra Silva para continuar con la exploración de este mercado y las posibilidades para nuestra oferta exportable.

- Viaje de reconocimiento República Dominicana (Santo Domingo, 6-9 mayo 2015)

El CEC Miami realizó un viaje de reconocimiento a la ciudad de Santo Domingo con la finalidad de reunirse con funcionarios de los gobiernos locales, empresas importadoras interesadas en nuestra oferta exportable, y adicionalmente asistir a la feria Agroalimentaria en esa misma ciudad. El objetivo de la visita fue el de establecer una red de contactos comerciales con las principales instituciones de desarrollo económico y comercial de la isla con el fin de abrir una vía para una mayor presencia de nuestros productos en este mercado. Así, el CEC se reunió con la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, el Aeropuerto Internacional de las Américas, Puerto Multimodal Caucedo, y AMCHAM Republica Dominicana, además de la visita al evento Agroalimentaria de Santo Domingo.

Resultados: En la medida que OCEX Miami identifique sectores con potencial, proponemos organizar una misión comercial de empresas peruanas a República Dominicana, y a su vez ofrecer apoyo a la Cámara de Comercio de Santo Domingo en la organización de una misión comercial de empresas dominicanas a Perú

- Viaje de prospección feria ETI Puerto Rico (San Juan, 13-16 mayo 2015)

El CEC Miami viajó a San Juan en Puerto Rico con motivo de la 1ª edición de la Exposición de Turismo Internacional del Caribe, ETI Puerto Rico, organizada por Puerto Rico Tourism Company y Puerto Rico The All Star Island. La feria agrupó a más de 80 expositores representando a 20 países, y fue visitada por más de 1 000 agentes de viaje, mayoristas, y aficionados a los viajes turísticos.

Resultados: A pesar de que estaban presentes representantes de la industria turística de otros países, la mayoría de seminarios y actividades del evento estuvieron dedicados a promover Puerto Rico como destino turístico, en tal sentido, no recomendamos tener una presencia como país. Por otro lado, lo que pudimos apreciar es que el evento tiene mucha acogida entre los operadores turísticos de casi todas las regiones del mundo.

- Campaña degustación en supermercados (Miami, junio-julio 2015)

El programa tuvo como objetivo incrementar la presencia de producto peruano en las cadenas locales de alimentación. Para ello, desde el primer semestre se comenzó a trabajar con 2 empresas peruanas de productos con valor agregado de cacao y de quinua, respectivamente, para ser ingresados en diferentes supermercados y cadenas de productos gourmet del sur de



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 Consolidación del Mar de Grau**

Florida. El proyecto incluyó un estudio de viabilidad para cada producto así como una prueba de mercado en diversos locales seleccionados.

Tras un trabajo de campo con negociación de espacios, en el mes de junio dio comienzo la fase II del programa con el inicio de la prueba piloto en las tiendas, con merchandising con marca Perú, y que tuvo una duración de 45 días. El programa incluyó la exposición, degustación y venta de productos en los locales seleccionados, almacenamiento y distribución del producto, impulso de las marcas y productos, así como reportes detallados de cada actividad. Estos fueron los horarios para las degustaciones:

Local 1: viernes y sábados 11am-3pm

Local 2: lunes y viernes 12pm-4pm

Local 3: jueves y viernes 10am-2pm

Al fin de la actividad se cuenta con un informe del programa que incluye información sobre el inconveniente que sufrimos con la empresa exportadora de derivados de chocolate gourmet. Lamentablemente, el supermercado más grande de este programa rechazó el producto por su mal estado que, según la empresa, fue resultado de errores en la logística desde Lima a EEUU. No se experimentaron inconvenientes con el producto derivado de quinua.

Resultados: Entrega de reportes con las investigaciones de mercado realizada para ambos productos y sus sectores. La última información obtenida sobre oportunidades de permanencia para las marcas peruanas incluye lo siguiente: Uno de los locales participantes en el programa, supermercado del área, tenía interés en el producto de quinua pero encontró otra marca más barata de otro exportador. Este mismo local estaba interesado también en el producto de chocolate hasta que se presentó el inconveniente mencionado. Otra de las tiendas participantes ha mostrado su interés en mantener el producto de quinua, a falta de negociación con la empresa peruana.

- Programa piloto "Pisco Nights" (Miami, junio-agosto 2015)

Programa desarrollado para promocionar el posicionamiento del pisco como categoría dentro del mercado de bebidas espirituosas en EE.UU., trabajando con un programa en restaurantes de alto nivel, educando a los bartenders y clientes finales, como escalones relevantes dentro de la cadena de valor de cocteles elaborados con pisco. Se contó con la participación de 3 marcas de pisco y 6 restaurantes locales (no peruanos) de alto nivel que anteriormente no contaban con pisco entre su oferta de producto. El programa, con duración total de 12 semanas, dio comienzo en el mes de junio, e incluyó la promoción de la categoría pisco ante distribuidores, vendedores y consumidor final, educación de restaurantes en cuanto a opciones de consumo de pisco, divulgación de propiedades del pisco a través de actividades interactivas con el consumidor final, exposición constante en restaurantes de alto reconocimiento en Miami tanto para la población local como visitantes, desarrollo de relaciones con importantes chefs y bartenders de alta influencia, opción de que los restaurantes escojan una marca de nuestro pisco dentro de su portafolio por tiempo indefinido, y recepción de retroalimentación eficaz por parte de los restaurantes y los consumidores finales.

El producto estuvo disponible en los locales para su venta durante todo el programa, sin embargo los eventos o programas de degustaciones dependieron de cada local de manera independiente: en algunos se consiguió negociar un menú exclusivo de pisco con entre 2 a 6



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 Consolidación del Mar de Grau**

cocteles en base a nuestra bebida y que estuvieron disponibles de forma continua en las barras, en otros se hicieron degustaciones los viernes tipo happy hour, por ejemplo, y en todos ellos se hizo un signature event durante la cuarta semana de julio con motivo del día del pisco.

Resultados: Al menos 4 de los 6 restaurantes participantes ya han incluido un mínimo de un cóctel con pisco peruano en su carta regular de forma indefinida, teniendo que las 3 marcas participantes de pisco peruano han logrado cerrar cuentas con nuevos locales gracias a este proyecto piloto. Esta actividad no se considera medible por encontrar dificultades para realizar proyecciones de ventas de pisco en cada uno de los locales, sin embargo representa un gran avance para el posicionamiento del pisco peruano en nuestro mercado, por lo cual la totalidad de las marcas de pisco participantes han solicitado la repetición de este programa en el próximo año.

- Tales of the Cocktail (Nueva Orleans, 15-19 julio 2015)

OCEX Miami participó por primera vez en Tales of the Cocktail, conocido como el evento más importante en EEUU del sector de coctelería y bebidas espirituosas. Perú estuvo promocionando el pisco como categoría de bebida alcohólica, educando a los representantes más influyentes de la industria a través de degustaciones en un salón exclusivo, sumado a la participación en un seminario y la realización de una campaña de relaciones públicas. Participaron 5 marcas de pisco.

Todos los mixólogos, camareros, dueños de bares, importadores y distribuidores del sector, además de las marcas de alcohol más conocidas a nivel mundial, participan habitualmente en este evento a través de salones de degustación, seminarios, galas y otras actividades durante 5 días en la ciudad de Nueva Orleans, Louisiana. La oportunidad que presenta este evento para posicionar nuestro pisco en el mercado, educar al mercado más influyente, y lograr establecer nuevas bebidas en los patrones de bares y restaurantes, y mucho más allá de únicamente el conjunto de restaurantes peruanos en el país, es inigualable.

Resultados: Se espera incrementar un 10% las ventas de pisco de las marcas que ya se encuentran en EEUU, y colocar una nueva marca en el mercado de EEUU. Se contó con la participación de uno de los mixólogos más importantes a nivel internacional (Tony Abu-Ganim "The Modern Mixologist") en el seminario y en el salón exclusivo de degustaciones. Además del señor Abu-Ganim, se concretó la participación de bartenders conocidos a nivel nacional. Esto resultará en que más locales, sea bares, restaurantes u otros, puedan tomar nota de que representantes importantes de la industria están promocionando el pisco peruano. A la vez se incrementó la visibilidad y conocimiento de la categoría de pisco a nivel nacional usando la gente más influyente para incentivar al consumidor final a que pruebe pisco. Así, se obtuvo la publicación de artículos en al menos 15 medios de prensa diferentes, con un tiraje en conjunto aproximado de 41,5 millones de lectores. Esperamos contar con el valor total de este tiraje en el informe del fin del año 2015.

- Programa Joyería "Mine to Market" (septiembre 2015)

Desde OCEX Miami, en conjunto con Promperú, se apoya y hace seguimiento a este programa, que busca integrar el valor e imagen de la joyería peruana en todo el proceso de



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 Consolidación del Mar de Grau**

aprovisionamiento y mercadeo, desde la mina hasta el consumidor final en EE.UU., para lograr ingresar a este mercado con un elemento diferenciador tras la implementación de esta certificación en las actividades de producción y marketing.

Estados Unidos es el principal mercado de joyería a nivel internacional, con unas ventas que alcanzaron los US\$ 68 800 millones en 2014. Tras la crisis económica, la industria se recuperó en 2011 manteniendo desde entonces cifras de crecimiento moderado, aunque se espera que este aumento sea del +14% hasta 2018, para llegar ese año a US\$ 67 300 millones. De hecho, las cifras muestran un crecimiento continuado en las ventas de joyería por 25 meses seguidos, con un gasto promedio de compra de US\$2 400. Por su parte, las importaciones también han venido presentando una tendencia creciente en EEUU, aumentando 3% en 2014, cuando se superaron los US\$7 600 millones en compras de joyería fina del exterior. En el caso de la joyería procedente de Perú, que solo representa un 0,5% de ese total, ha visto incrementadas sus exportaciones a EE.UU. un 30% en 2014, luego de haber seguido una tendencia decreciente durante los últimos años. Por ello es que es necesario dar un fuerte impulso a este producto en el mercado norteamericano, con amplio potencial para acoger artículos de alta calidad y con valor agregado.

La certificación “mine to market” espera crear una historia para el mercado de joyería que actualmente no existe, ni a nivel público ni privado. Es decir, ningún país posiciona su producto en retail de joyería en EEUU con una historia propia más allá de la marca en sí. Con esta certificación, la joyería peruana sí va a tener una historia logrando poder dar trazabilidad de toda la cadena de producción y distribución de oro o plata desde las minas, diseño de la pieza, a producción/manufactura y distribución al retailer.

Resultados: Este proyecto tiene vida de largo plazo pues es un proceso similar al del establecimiento de una marca propia pero con pasos más allá de solo conocimiento de nombre. En septiembre se desarrolló la misión comercial en Lima con la participación de 8 empresas de EEUU, estamos a la espera de recibir informe de Promperú.

- Viaje de prospección feria FIG en Texas (Dallas, 18-21 octubre 2015)

El CEC Miami realizó un viaje a Dallas, Texas, para la prospección de la feria Fashion Industry Gallery (FIG), exhibición que cuenta con stands o espacios permanentes y temporales donde se vende ropa de hombres, mujeres y niños, ropa deportiva y accesorios de diseñadores al por mayor a tiendas especializadas y boutiques de alto nivel. El FIG realiza cinco exhibiciones al año donde se dan a conocer las tendencias para cada temporada.

Durante el mismo viaje, el CEC se reunió con el Consulado de Perú en Dallas, representantes de la Cámara de Comercio peruana en Dallas, representante de la ciudad de Dallas, y representantes del aeropuerto Dallas/Ft Worth.

Resultados: Tras la prospección de la feria FIG, el CEC evalúa apropiada la participación de 3 diseñadores peruanos en ediciones de 2016. Las reuniones mantenidas con los representantes de las diferentes instituciones resultaron en apoyos para misiones comerciales a esta ciudad que organice OCEX Miami en 2016, así como coordinaciones directas para la misión desarrollada en Texas en noviembre de 2015.



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 Consolidación del Mar de Grau**

- Viaje de prospección FIHAV Cuba (Habana, 4-7 noviembre 2015)

El CEC Miami realizó un segundo viaje este año a la ciudad de La Habana, Cuba, con la finalidad de atender la Feria Internacional de La Habana FIHAV 2015 así como también reunirse con funcionarios de los gobiernos locales, y empresas importadoras interesadas en nuestra oferta exportable. Esta visita sirvió además para continuar con nuestra exploración del mercado en el Caribe. Cabe indicar que el CEC recibió la invitación a este evento por parte de la Cámara de Comercio de la República de Cuba durante su viaje de prospección a la Isla efectuado en el mes de mayo de 2015, en cuyo informe una de las recomendaciones fue la de asistir a esta feria internacional. FIHAV es una feria comercial multisectorial, cuyas principales temáticas son: materias primas, alimentos, materiales para la construcción, textiles, bienes de consumo, equipos y maquinarias, tecnología y servicios.

Resultados: La FIHAV 2015 en su 33ª edición contó con un área neta de exhibición de 25 000 m², donde estuvieron presentes más de 900 empresas de 62 países, distribuidos en 25 pabellones. Este año se estimó una asistencia de 150 000 visitantes. Durante la presencia de la Ministra Silva se suscribió un acuerdo con ProCuba para la cooperación para la promoción del comercio y turismo entre ambos países.

- Viaje de reconocimiento Trinidad y Tobago (Port of Spain, 9-11 noviembre 2015)

EL CEC Miami realizó un viaje de reconocimiento a la ciudad de Puerto España con la finalidad de reunirse con funcionarios de los gobiernos locales y empresas importadoras interesadas en nuestra oferta exportable, además esta visita representó una gran oportunidad para iniciar nuestra exploración del mercado en el Caribe. Las reuniones mantenidas tuvieron lugar con la Cámara de Comercio e Industria de Trinidad, Autoridad Portuaria de Trinidad y Tobago, y AnsaMcAI (AMCO) empresa de distribución.

Resultados: Varias oportunidades salieron de este viaje de reconocimiento, desde el interés de la Cámara de Comercio por participar en una misión comercial para los sectores agroindustrial, pesquero, textil, y gastronómico, al de la empresa privada de distribución que buscaría nuestros vegetales congelados, y posibilidades de inversión en sector automotriz y cervecero.

- Misión comercial al estado de Texas (Houston y Dallas, 9-13 noviembre 2015)

En la semana del 9 al 15 de noviembre se desarrolló la primera misión comercial de Perú al estado de Texas, encabezada por la Cámara de Comercio Americana en Perú (AmCham), y con agenda organizada por OCEX Miami para las ciudades de Houston y Dallas. Así, la delegación estuvo formada por 6 empresas de varios sectores desde producto fresco y procesado, a logística y área legal, acompañados por representantes de AmCham y OCEX Miami; éstas son: Peruplast, Sumaq, Alpine Fresh, Aramburú Matriz, Barrios Fuentes Abogados, y Hellmann Perú.

Esta comisión mantuvo reuniones programadas por OCEX con entidades públicas y privadas, incluyendo empresas logísticas y autoridades de puerto y aeropuertos, que permitieron al empresariado participante obtener una perspectiva más cercana de las oportunidades y de las condiciones que este estado presenta para el movimiento de la carga, y generando nuevos contactos y posibilidades de negocios para nuestra oferta exportable en este mercado.



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 Consolidación del Mar de Grau**

Resultados: La OCEX Miami tiene priorizado el desarrollo de mercado del estado de Texas en EE.UU. Texas es, por habitantes, el segundo estado más grande de EE.UU. y el estado con la mayor tasa de crecimiento de su población en la última década, superando ésta el 20% según el censo oficial. Según lo indicado, las importaciones peruanas del estado de Texas estuvieron cerca de los US\$300 millones de dólares en 2014, sin embargo durante nuestras visitas al estado hemos notado que Peru aún sigue siendo un proveedor bastante desconocido por este mercado. Texas cuenta además con la casa matriz de importantes supermercados e importadores como HEB/Central Market, Whole Foods, y Sysco, entre otros. Con tantas extraordinarias estadísticas, la OCEX ha incrementado significativamente su presencia en el estado en los últimos dos años promocionando productos agroindustriales, textiles así como pisco. Pero no solo hemos presentado oportunidades comerciales, también hemos realizado actividades para descubrir de qué manera su logística puede facilitar el comercio de Perú hacia el estado de Texas.

Para el año 2016 esperamos cumplir dos nuevas misiones comerciales a Texas, junto a otras actividades como la propuesta de trasladar diseñadores de moda peruana a un evento de diseño a través de nuestro piloto para la industria textil que dio comienzo el presente año. Además de esto, tenemos planes para la realización de una campaña en un conocido centro comercial de Dallas para la promoción comercial y turística del Perú, y el desarrollo de eventos de promoción de pisco en las ciudades de Houston y Dallas. Consideramos que el desarrollo del mercado de Texas debe ser una prioridad para nuestros exportadores, por lo que estamos realizando actividades para cumplir con los exportadores peruanos e incrementar las exportaciones a este mercado tan sumamente importante.

- Viaje de prospección feria Expo Puerto Rico (San Juan, 18-19 noviembre 2015)

El CEC Miami viajó a San Juan en Puerto Rico con motivo de la 2ª edición de Expo Puerto Rico, organizada por la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico con el auspicio de Compañía de Turismo de Puerto Rico, Departamento de Agricultura, Fondo de Innovación para el Desarrollo Agrícola, Rums of Puerto Rico, entre otros. Es un evento internacional y multisectorial encargado de promover la exportación de productos y servicios ante potenciales compradores internacionales donde se concentraron más de 85 empresas expositoras locales de diferentes sectores como bebidas y alimentos, servicios, construcción, tecnología y productos variados.

Resultados: Puerto Rico maneja este evento muy similar al evento ETI (Exposición de turismo) realizado en mayo de este año el cual tuvimos la oportunidad de asistir. Este evento está dirigido para promocionar las exportaciones de empresas puertorriqueñas únicamente, por tal razón es muy pequeño y no es recomendable para la visita de empresas peruanas del sector privado o la participación de ellas en el evento en este momento.

- Programa piloto con diseñadores (Miami, todo el año)

Programa piloto de ventas en boutiques a nivel nacional de Estados Unidos. Durante la visita del CEC a Lima junto con Mercedes Gonzales de Global Purchasing Companies, se coordinaron junto con Promperú reuniones durante Perú Moda y con una serie de boutiques y sedes de diseñadores considerados para este plan piloto. De los 12 diseñadores considerados



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 Consolidación del Mar de Grau**

inicialmente, aproximadamente 7 fueron incorporados a la primera fase, que incluye asesoramiento sobre tendencias y requerimientos del mercado de boutiques en EEUU así como recomendaciones de las mejores conductas para incrementar sus ventas. La fase II del proyecto incluye la venta de ropa diseñada para este mercado (aun dejando que el diseñador mantenga su estilo independiente) a boutiques localizadas en todas las regiones de EEUU.

Resultados: A corto plazo se espera que mínimo 3 diseñadores sin presencia en EEUU logren colocar su marca en tiendas o boutiques de manera permanente. La presencia de marcas peruanas en boutiques a nivel nacional también va a apoyar en su conocimiento/visibilidad para atraer el interés de cadenas de tiendas por departamento -regionales y nacionales. Es decir, si hay prueba que tu marca tiene mercado, las tiendas más grandes estarán más abiertas a considerar vender tu producto directamente.

- **Aprovisionamiento cruceros (Miami, todo el año)**

OCEX Miami apoya en las negociaciones con empresas locales en proyectos de aprovisionamiento para la industria de los barcos crucero, así como promover Perú como destino para cruceristas. Esta actividad viene apoyada por Cruise Shipping Miami, detallada en el punto 2.1.

La industria de cruceros está valorada en US\$39,6 miles de millones, y es la categoría de más rápido crecimiento dentro del mercado de viajes de placer. Así como se han ampliado itinerarios y el número de barcos, y han aumentado los servicios ofrecidos a bordo, también se ha buscado acercarse a la demanda de los pasajeros a través de las experiencias gastronómicas.

Resultados:

A través de la presencia en Cruise Shipping Miami (descrito abajo) hemos logrado conocer los representantes, mas importante para nuestra meta de incentivar mayor presencia de cruceros a Perú y ser proveedor de productos para los cruceros. Mayor detalle en la descripción de Cruise Shipping a seguir.

Se proyecta la inclusión de 1 producto en 1 línea de crucero local.

Durante reuniones con los representantes de cruceros, nos hemos enterado de que el proceso de compra para ellos está en una etapa de transición. Los cruceros desean realizar una mayor cantidad de compra de manera directa en vez de a través de sus proveedores actuales. Aún no se ha definido cómo van a crear el nuevo sistema, así que quedaron en mantener a la OCEX Miami (y ProColombia que son los únicos países que han mostrado interés directamente a ellos) sobre el proceso.

- **Programa piloto de tratamiento frío de productos frescos (Miami, todo el año)**

El propósito del proyecto de tratamiento frío es el de crear la oportunidad para que los productos frescos y perecederos entren en el mercado de Estados Unidos a través de los puertos del sur del país (principalmente Miami, Ft Lauderdale y Atlanta), evitando así el aumento de costos y demoras en los envíos ocasionados por las regulaciones federales actuales de EE.UU., las cuales requieren que muchos de estos productos ingresen a través de puertos mucho más lejanos ubicados en el norte del país. MINCETUR, a través de OCEX Miami, ha impulsado la labor del Puerto de Miami, los líderes de la industria, y representantes estatales y federales para



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 Consolidación del Mar de Grau**

diseñar e implementar un protocolo en la cadena de suministro para que los productos tratados con frío ingresen al país a través de los puertos de Florida. Así, el protocolo ya aprobado a finales de 2013 incluyó a nuestras uvas y arándanos para ser admitidos por los puertos del sur autorizados. El Departamento de Agricultura de EEUU ha ampliado recientemente la aplicación del tratamiento con frío para perecederos al puerto de Savannah en Georgia, y la inclusión de nuestros cítricos, creando con ello una nueva oportunidad para que los productos peruanos compitan de una manera más efectiva en el mercado de EEUU. Todo esto demandó un esfuerzo conjunto con las instituciones estadounidenses.

Resultados: El logro directo de este programa es eliminar una barrera que existió anteriormente, ya que no se podía exportar estos productos directamente a través de Miami, Ft Lauderdale y Atlanta. Hasta la fecha se han recibido a través de los puertos del sur de Florida un número de cajas de arándanos 14 veces superior a las recibidas durante todo 2014, contando por ahora con más de 240 mil cajas. El incremento para las uvas ha sido por ahora 3% (más de 68 mil cajas). Los cítricos han superado las 34 mil cajas a través de Port Miami y Port Everglades. Así, el total de volumen exportado con este tratamiento hacia estos puertos de entrada es cuatro veces superior a lo alcanzado en 2014.

Hay que considerar que también hay logros indirectos que incluyen una mayor competitividad de estos productos en el sureste de EEUU, ya que sus costos logísticos han bajado como resultado de un tramo más corto a un destino más económico para exportaciones desde Perú. También indirectamente nuestro producto va a incrementar en la calidad registrada por el consumidor final ya que, tomando una ruta más directa el producto logra tener mayor vida útil en el supermercado.

- Programa de desarrollo de mercado PDM

Elaboración de diversos perfiles de mercado para productos peruanos en el mercado de EE.UU., con el fin de identificar oportunidades comerciales, y que vendrán desarrollados por la OCEX en conjunto con Promperu, DNC, y sector privado. OCEX Miami entregó la propuesta de 3 perfiles, incluyendo criterios cualitativos y estadísticos:

Pisco

Snacks de frutas deshidratadas

Recubrimientos de piedra natural (travertino)

- Viajes de acompañamiento y networking

(Estados Unidos, todo el año)

El CEC participó en diversas actividades organizadas por otras OCEX de Estados Unidos, con el fin de acompañar a la delegación peruana participante, prestando apoyo a sus representantes, y realizando networking con los compradores asistentes y correspondientes a la jurisdicción de OCEX Miami. Estas actividades incluyen:

SCAA (Seattle, 9-12 abril 2015)

NRA (Chicago, 16-19 mayo 2015)

Fancy Food Show (Nueva York, 28-30 junio 2015)

Magic Show (Las Vegas, 16-19 agosto 2015)

**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 Consolidación del Mar de Grau****1.6. 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	19	16	38	31
Agro	63	50	52	44
Manufacturas diversas	30	24	8	8
Pesca	11	10	5	5
Servicios	3	3	7	7
Inversiones	9	8	9	9
Turismo	0	0	3	3
TOTAL	135	111	122	107

Analizando las consultas recibidas, estos son los datos a destacar para las solicitudes realizadas por los compradores que contactaron OCEX Miami:

En el sector agro, las consultas de productos de biocomercio y productos naturales ocuparon el primer lugar con un total de 18 consultas (34,6% del total de consultas de agro de los compradores), obteniendo mayor importancia los granos andinos, maca y sachu inchi. Dentro del mismo sector agro, el segundo lugar lo adquirieron los productos perecederos con 16 consultas (30,7%), por orden de importancia los principales productos consultados fueron el mango, el espárrago, la uva y la palta.

En el sector textil, fueron los T-shirts de algodón el producto más consultado por los compradores con un total de 8 consultas, seguido de ropa de niños y bebés, y ropa y accesorios de alpaca.

La OCEX realizó encuestas para hacer el seguimiento de las solicitudes absueltas a compradores, obteniendo que, de las empresas que respondieron este sondeo, la gran mayoría utilizaron la información proporcionada para hacer contactos con proveedores en Perú, y teniendo casos en que el exportador no llegó a ofrecer respuesta ninguna o dejó de comunicarse sin explicación. En otros casos, los compradores finalizaron la negociación por considerar los precios cotizados como altos, algo que ocurrió básicamente en el sector textil.

Los datos para recalcar sobre las solicitudes recibidas de exportadores en Perú son los siguientes:

En el sector agro, también quedan en primer lugar los productos de biocomercio y naturales contando 27 consultas, sobre todo acerca de quinua, y otros granos andinos, cacao, maca, y sachu inchi, entre otros. Otras solicitudes recibidas fueron acerca de pisco y perecederos, resaltando espárrago, uva y mango.

En el sector textil, se recibieron 11 consultas relacionadas a prendas de algodón, 3 de prendas de alpaca y otras diversas sobre uniformes y ropa para mascotas.



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 Consolidación del Mar de Grau

En el sector manufacturas diversas, se recibieron consultas de diferentes productos, como empaques de plástico, productos de madera, artículos de cuero, cosméticos y bijouterie.

Por su lado, a continuación se enumeran las 8 agendas de negocios que OCEX organizó para compradores y exportadores:

Empresa Envases y Envolturas (marzo, Miami), se generó una agenda con 4 citas comerciales, el representante de la empresa peruana canceló participación un día antes del comienzo de las citas.

Consultora de moda Iris Garcés (6-9 agosto, Miami), se generó una agenda con 4 citas comerciales para un grupo de 4 empresas exportadoras de textiles.

Empresa Unilene (5-7 agosto, Miami), durante su participación en feria en Miami de equipamientos médicos, se consiguió el interés de 3 compradores previamente a la feria.

Universidad del Pacífico (10-12 agosto, Miami), se generó agenda de reuniones para un grupo de estudiantes de la Universidad del Pacífico como parte del Programa de Integración y Visitas Empresariales –PIVE 2015, consistente en 8 citas empresariales a diversas instituciones locales (puerto, aeropuerto, zona franca, etc) y empresas privadas.

Empresa AY Consulting (14-16 octubre, Lima), se generó una agenda con 5 citas comerciales con proveedores de textiles en Lima.

Grupo empresarios y Amcham Peru (9-13 noviembre, Texas), se generó una agenda con citas en Houston y citas en Dallas, para un total de 7 empresarios participantes.

Empresa Peru Plast (7-10 diciembre, Florida), se generó una agenda con 1 cita de negocios en Tampa y 8 citas en Miami y alrededores.

Empresa Emusa (12-14 enero 2016, Texas y Florida), se trabajó en la generación de agenda durante 2015 para misión en enero 2016, consistente en 1 cita en San Antonio-Texas y 4 citas en Miami.

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	Nº de empresas / operadores atendidos	Nº de participantes / personas atendidas
1- Cruise Shipping Miami	n/a	n/a
2- Centro Comercial Taubman	n/a	n/a
TOTAL		

2.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- Cruise Shipping Miami (Miami Beach, 17-19 marzo 2015)



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 Consolidación del Mar de Grau**

OCEX Miami participó por segundo año consecutivo con un pabellón nacional de 600 pies cuadrados, con el fin de mantener la promoción de los distintos destinos turísticos que Perú ofrece a esta industria junto con la participación de Promperú Turismo. El objetivo es la creación de lazos comerciales con inversores de la industria de cruceros e identificación de oportunidades de difusión de nuestros atractivos turísticos entre los diferentes operadores turísticos.

La industria ha reportado recientemente un total de 21,5 millones de pasajeros en cruceros a nivel mundial en el año 2014, de los cuales más del 50% proceden de América del Norte. Se pronostica que esta cifra alcanzará los 23,9 millones en 2017, lo que supondría un incremento superior al 11%. EE.UU. es además el país con la mayor industria de cruceros del mundo, teniendo a Miami como el principal puerto internacional, por donde pasan más de 4 millones de pasajeros cada año. Port Everglades y Port Canaveral, también ubicados en Florida, están posicionados entre los puertos de cruceros más transitados del mundo después de Miami, con alrededor de 3 y 2,8 millones de pasajeros al año, respectivamente.

Resultados:

Se consiguió aumentar nuestra base de datos en 106 contactos adicionales.

Se mantuvieron importantes reuniones con empresas como Pullmantur, Royal Caribbean, o Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA), y se logró contacto con autoridades portuarias, entre otros.

Se ha llegado a un entendimiento con el Puerto de Miami para el desarrollo de un puerto de cruceros en Perú.

El networking realizado ha resultado en la invitación a una reunión con FCCA en el mes de junio, que traería beneficios potenciales para Perú. Entre los ejecutivos asistentes se encontraron el Presidente y CEO de FCCA, el Vice Presidente de Operaciones de Carnival Cruise Line, Vice Presidente de Operaciones en Puerto de Carnival Cruise Line, Director Ejecutivo de Operaciones e Itinerarios de Disney Cruise Line, y Director de Operaciones de FCCA, entre otros. Durante la reunión, el CEC realizó una presentación con información de nuestra industria turística, el estado de nuestra industria de cruceros (temporada, puertos disponibles, barcos que actualmente arriban a Perú), nuestros atractivos turísticos y posibilidad de excursiones, así como productos de nuestra oferta exportable para la industria (alimentos y bebidas, confecciones textiles, joyería, y artesanías), buscando también definir cuáles serían los próximos pasos a seguir para el desarrollo de nuestra industria para cruceros. Esta reunión ofrece una oportunidad más cercana a establecer una red de contactos comerciales con las principales líneas de cruceros del mundo, con el fin de abrir una vía para la inversión y desarrollo de esta industria en Perú, incrementar el turismo receptivo y ver crecer así las oportunidades comerciales para los sectores afines.

Se recibió invitación de varias instituciones de islas del Caribe para visitar sus países e instalaciones y conocer más sobre el desarrollo de la industria de cruceros, es por ello que se han programado varias visitas para prospectar estos nuevos mercados.

Es importante resaltar que establecer nuevas rutas para un crucero (particularmente si no tienen ya una ruta establecida) es un proceso que puede tomar años. En ese sentido, dar a conocer que Perú está interesado en esta industria (con presencia en eventos y reuniones constantes) es primordial. Muchos de los contactos han destacado "Peru is a great unknown to



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 Consolidación del Mar de Grau**

us, but we are interested in hearing more.” Hay que seguir impulsando el interés que tiene Perú en desarrollar esta industria y mostrar ese interés a los cruceros.

- Centro comercial Taubman (Sarasota, 10 septiembre – 18 octubre 2015)

El 10 de septiembre tuvo lugar el lanzamiento de la Campaña de Promoción del Turismo y Comercio en Centros Comerciales de la cadena Taubman en The Mall at University Town Center “Experience the Majesty of Perú”, que se llevó a cabo hasta el 18 de octubre de 2015.

La realización de la campaña tuvo como objetivo promover el atractivo de Perú como destino turístico, así como impulsar la acogida de productos peruanos (en especial productos no tradicionales con valor agregado) entre los consumidores finales. La Oficina Comercial de Miami apoyó a Promperú en la realización de esta actividad de manera tanto administrativa, como logística y con envío de materiales.

La campaña contó con las siguientes actividades:

Quiosco de información al cliente como punto principal de la promoción, donde los empleados del centro ofrecieron información al público sobre la actividad e hicieron entrega de material promocional y regalos.

Mesas con agencias de viaje promocionando Perú como destino y ofreciendo información turística.

Vitrinas con muestras de productos peruanos, que incluyen joyería, camisas, y artículos de regalo. Estas vitrinas incluyen productos elaborados en Perú y disponibles en tiendas como Crate & Barrel, Tommy Bahama y TUMI.

Ubicación de banners y posters por todo el centro comercial, y adhesivos con imágenes promocionales en las puertas de acceso.

Folletos de pisco, confecciones y joyería.

Actividades de entretenimiento en los fines de semana: bailes y danzas típicas.

Inclusión de la marca Perú en el apartado de socios de los centros comerciales y avisos publicitarios en sus páginas webs, mención en los boletines electrónicos y en las redes sociales. Se agregaron productos peruanos en menús de cocktail de Brio Tuscan Grille, Seasons 52 y The Capital Grille.

Sarasota tiene una población de alrededor de 390 500 habitantes con una edad media de 54 años, y con unos ingresos familiares promedio de US\$61 339 –por encima de la media del estado de Florida de US\$56 738, y con uno de los mayores índices de crecimiento. La población con ingresos superiores a US\$100 000 al año está creciendo a más del 33% del total de habitantes del condado. Por su parte, el porcentaje de hispanos censados en esta ciudad es únicamente de 7,9%, en comparación con la media del estado de 22,5%.

Resultados: Promocionar el turismo entre los visitantes, y colocar un nuevo producto peruano en ese mercado.



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 Consolidación del Mar de Grau**

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

- ProInversión

Colaboración con ProInversión para la promoción de proyectos de inversión en el área del sureste de EEUU. Hasta la fecha OCEX Miami les ha apoyado con la creación de agendas de negocios para 2 viajes a Houston y Miami.

Resultados: Se solicitó informe a ProInversión pero no lo hemos recibido hasta la fecha.

4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

4.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
1- Presentación USIL Miami	10	n/a
2- Difusión pisco		15
TOTAL	10	15

4.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- Presentación Universidad San Ignacio de Loyola (Miami, 28 agosto 2015)

OCEX Miami realizó una presentación durante el seminario programado por USIL "El Proceso de Globalización y las Estrategias para competir en el mercado global".

Los asistentes al seminario eran empresarios desde Perú con la intención de conocer e informarse de oportunidades que puedan aplicar a sus productos para que sean más competitivos y comerciales en el mercado de EE.UU.

- Difusión en medios sobre el pisco peruano y participación en Tales of the Cocktail (desde julio 2015)

La participación de Perú con actividades con imagen país agrupando a diferentes marcas de pisco durante el desarrollo de Tales of the Cocktail, así como la participación de representantes de los medios nacionales, originó la publicación de diversos artículos en los medios de prensa escrita y digital en EE.UU.

Resultados: Hasta la fecha se han identificado 15 artículos en diferentes portales digitales, y que incluyen Miami New Times, Dallas Morning News, Huffington Post, y otros especializados en sector de bebidas.



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 Consolidación del Mar de Grau

4.1.2. INTELIGENCIA COMERCIAL

- ACTIVIDAD 1

Elaboración de artículos semanales sobre noticias relevantes en el mercado de EE.UU. que supongan nuevas oportunidades comerciales para las empresas peruanas. Durante el año 2015 se han enviado los 57 artículos siguientes (de los cuales han sido publicados 19):

- Aprobación del tratamiento frío para los cítricos peruanos que ingresen por puertos del sur.
- Miami, la ciudad más interesada en la salud del corazón.
- Ingredientes culinarios más influyentes en 2015.
- Misión comercial del estado de Florida a Perú.
- Nota sobre participación de Perú en Cruise Shipping Miami 2015 (previo a la feria).
- Gasto de consumo en restaurantes es mayor que en supermercados.
- Panel de la Alianza del Pacífico en Austin, TX.
- Perú en Cruise Shipping Miami (posterior a la feria).
- USDA muestra ranking de crecimiento en importaciones.
- Travertino peruano en Coverings (previo a la feria).
- Crecimiento de consumo de pisco en EEUU.
- Resultado positivo en Coverings 2015 (posterior a la feria).
- Grupo de empresarios de Gamarra se establecen en el sur de Florida.
- Optimización de estrategias en la venta de snacks.
- Nueva oportunidad comercial: papaya fresca.
- Análisis del gasto de los consumidores en EEUU.
- Consumidores con dietas especiales.
- Los millennials como target en EEUU.
- ¿Es la nueva dieta de granos la nueva dieta libre de gluten?
- Nuevas tendencias en preferencias alimenticias en EEUU.
- Eliminación de grasas saturadas en los alimentos.
- OCEX Miami acerca cada vez más al Perú a la industria internacional de cruceros.
- Crecimiento en las ventas de jugos de frutas envasados en bolsas.
- El pisco crece en Miami gracias a estrategia de OCEX.
- Los productos gourmet encuentran canal propio estable y con crecimiento en EEUU.
- Nuevos avances del pisco en Miami.
- Tendencias de consumo de frutas y verduras frescas en EEUU.
- Participación de Perú en Tales of the Cocktail.
- Expectativas positivas para las ventas de espárragos.
- Presencia de US Foods en Expoalimentaria 2015.
- Asistencia a programas educativos.
- Crecimiento de las compras online.
- Los consumidores demandan vegetales y frutas con certificación de comercio justo.
- Crece presencia de bebidas con sabor a cítricos.
- Potencial de la chía como ingrediente en los snacks.
- Incremento en el consumo de granos y oportunidades para granos andinos.
- Tendencias y oportunidades futuras en la industria de alimentos y bebidas.
- Nuevos productos peruanos aceptados en Florida.
- Oportunidad para los alimentos "free-from".
- Crece la presencia de fruta en los snacks.
- Oportunidades en las estrategias de mercadeo de productos ricos en fibra.



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 Consolidación del Mar de Grau**

- Expertos reconocen potencial del sachu inchi en EEUU.
- Las ventas de té requieren productos innovadores en el mercado de EEUU.
- Importantes resultados en Expoalimentaria 2015.
- Nuevas rutas aéreas comerciales a Perú.
- Participación peruana en PMA.
- Participación peruana en Americas Food & Beverage.
- Creación de sinergias en la promoción de productos peruanos en Miami.
- Resultados de exportaciones peruanas en Americas Food & Beverage.
- Misión comercial en el estado de Texas en el mes de noviembre 2015.
- Nueva regulación de FDA para seguridad alimentaria.
- Participación de artista peruano en Miami Art Week.
- Buen desempeño de las exportaciones de uva a EEUU en 2015.
- Generaciones jóvenes buscan aumentar beneficios cuando compran alimentos.
- La lúcuma se podría convertir en el próximo súper alimento.
- Aumentan las exportaciones peruanas de percederos hacia el sur de FL.
- Aumento sostenido en las ventas durante las festividades de fin de año.

- **ACTIVIDAD 2**

Elaboración de artículos mensuales para boletín de las OCEX de EE.UU. sobre oportunidades comerciales, tendencias y hábitos de consumo de diferentes industrias con efecto en el volumen exportador de nuestras empresas. Durante el año 2015 se han enviado los siguientes:

- Predicciones para el mercado de regalos y accesorios 2015.
- Segmentos y oportunidades en el mercado de alimentos gourmet.
- Supermercados: nueva vitrina para la gastronomía peruana.
- Regulación de los cítricos y Cold Treatment.
- Editorial sobre el plan de OCEX Miami para 2015.
- Empaques de alimentos: retos y tendencias.
- Nuevas tendencias en diseños de interiores.
- Regulación para la importación de artículos de cuero.
- Editorial sobre la importancia de cumplir con calidad, cumplimiento y comunicación.
- Papaya fresca: apertura a nuevas oportunidades comerciales.
- Oportunidades en el segmento de consumidores con dietas especiales.
- Oportunidades que ofrece el estado de Texas.
- Cómo exportar flores a EEUU.
- Oportunidades en la industria de bebidas sin alcohol.
- El futuro del sector de los cereales.
- Crece la demanda de productos naturales y orgánicos para bebés y niños.
- Nuevas tarifas de usuario del departamento de agricultura en EEUU.
- Principales tendencias en la compra de artículos de regalo.

- **ACTIVIDAD 3**

Desarrollo de diversos informes de inteligencia comercial del mercado, sectores y/o productos: análisis de oportunidades comerciales en Caribe, estudios de consumo y demanda de productos, perfil de sectores, entre otros. Durante el año se ha trabajado en los siguientes:



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 Consolidación del Mar de Grau**

- Elaboración de la segunda fase del estudio sobre comportamiento del consumo y demanda en EEUU.
- Elaboración de presentación sobre importaciones de frutas y vegetales frescos en EEUU y oportunidades comerciales.
- Análisis de exportaciones del sector pesquero y elaboración de informe.
- Preparación de datos y entrega informe OCEX Miami dentro del PENX.
- Elaboración de propuesta de productos o servicios para elaboración de estudios de mercado dentro del PDM, junto a análisis de los sectores y oportunidades comerciales.
- Informe sobre comportamiento de compra de los hispanos en EEUU en los sectores de fragancias y joyería/bisutería.
- Análisis de importaciones de piedra natural en EEUU, con especial enfoque en el travertino.
- Análisis del sector de la construcción y reformas residenciales.
- Análisis de XNT a EEUU, por año, y por mes vencido de 2015.
- Análisis de la industria de venta directa en EEUU.
- Análisis de la industria de bisutería en EEUU.
- Análisis demanda y hábitos de consumo de papaya fresca en EEUU.
- Elaboración de informe sobre los cambios en las tasas de los servicios de cuarentena agrícola y de inspección del USDA/APHIS.
- Elaboración de informe sobre segmento de productos Halal.
- Elaboración de informe sobre segmento de dietas especiales.

- **ACTIVIDAD 4**

Asistencia a conferencias, seminarios y webinars sobre sectores o temas de interés. Durante el año se atendieron los siguientes:

- Proposed Adjustments to the Agricultural Quarantine and Inspection Program User Fees (13 enero).
- Oportunidades Comerciales de EEUU con Cuba (12 febrero).
- Conversation on the Regional Economic and Trade Agenda with the US Ambassadors in Canada, Chile and Peru (12 febrero).
- The Food Packaging Migration Forum (13 marzo).
- USA Snacking Trends Forum (18 marzo).
- Halal Certification Webinar (7 mayo).
- Serving your special diet customers webinar, sobre el segmento de consumidores con dietas especiales (27 mayo).
- Reunión anual PAIA (Asociación de Importadores de Espárragos Peruanos) en Miami (28 mayo).
- Grains and Seeds in Beverages: Capturing new opportunities through plant-based ingredients (webinar grabado, septiembre).
- 39th Annual Conference of the Caribbean and Central America (16-17 noviembre).
- World City, Trade Connections: 2016 Trade Forecast (11 diciembre).
- US CBP Partner Government Agency Series: Food and Drug Administration (FDA) and ACE (webinar on-demand, 14 diciembre).

- **ACTIVIDAD 5**

Actualización de bases de datos e identificación de nuevos compradores potenciales:

- Compradores para Peru Moda y Peru Gift.



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 Consolidación del Mar de Grau**

- Distribuidores de alimentación, para convocatoria Expoalimentaria.
- Agentes de viaje y operadores turísticos.
- Medios de prensa escrita y digital en Caribe.
- Oficinas de desarrollo comercial en Caribe.
- Distribuidores de mármol y travertino.
- Arquitectos y estudios de arquitectura.
- Constructoras.
- Identificación de ferias del sector pavimentos de madera.
- Desarrollo de base de datos de compradores de café.

- ACTIVIDAD 6

Seguimiento y análisis de regulaciones federales y estatales que afectan a la importación de nuestros productos: FDA, USDA, APHIS, fumigación, tratamiento frío, admisión de nuevos productos, entre otros.

- ACTIVIDAD 7

Entrevistas con compradores/importadores/distribuidores además de brokers y representantes de puertos/aeropuertos sobre tendencias de su demanda actual y futura en los distintos sectores, para realizar proyecciones de demanda y descubrir potenciales nichos.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

OCEX Miami recomienda mantener la continuidad anual de las actividades realizadas este año, a fin de que el público objetivo pueda identificar a Perú en los diferentes sectores de exportación.

Adicionalmente, se han recibido comentarios de representantes comerciales de otros países expresando el buen posicionamiento del Perú en nuestro mercado así como la notoriedad de las actividades realizadas por OCEX.