



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

INFORME DE GESTIÓN IV TRIMESTRE OCEX PARÍS

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

- Las Exportaciones No Tradicionales de Enero a Diciembre 2015 al mercado francés ascendieron a USD \$ 190 millones, versus USD \$ 201 millones en el mismo período del año pasado.
- Entre los sectores productivos priorizados como son Agro, Textil y Pesca, se destaca un crecimiento de 4% en el sector Agro y de 15% en el sector textil; el sector Pesca se ha visto afectado por la falta de oferta, principalmente Conchas de Abanico, habiendo caído 15% que representa casi USD \$ 11 millones.
- Otro sector que ha afectado negativamente las XNT en Francia es el Sidero-Metalúrgico aunque la diferencia negativa de - USD\$ 5.2 millones a Agosto 2015 se redujo a - USD \$ 3.5 millones al final del 2015.
- A nivel de países comparativos hemos tomado los de la Alianza del Pacífico y aquí algunos datos (según Trademap) :
 - ✓ Francia importó de Colombia USD\$ 474 millones contra USD\$ 707 millones del 2013. Su principal caída se dio en carbón y en frutas cayó 13% pasando de USD 63 millones en el 2013 a USD\$ 55 en el 2014.
 - ✓ De Chile, Francia importó USD 1.4 billones en el 2014 versus USD 1.45 en el 2013, es decir prácticamente igual, siendo sus principales rubros el cobre, la madera y las frutas; en este último rubro, se importó USD 103 millones en el 2014 contra USD 143 millones del 2013 y para pesca, USD 84 millones versus 87 millones.
 - ✓ Francia importó de México USD 1.9 billones en el 2014 versus 2.3 billones en el 2013. A diferencia de los otros países, México exporta maquinarias y tecnología, en el caso de frutas exportaron USD 45 millones en el 2014 versus USD 42 millones en el 2013.
 - ✓ Siguiendo este mismo análisis, Francia importó del Perú USD 431 millones lo que representa un crecimiento de 6.3% más que el 2013; los productos del mar llegaron a los USD 103 millones vs. USD 83, y las frutas y verduras sumaron USD 154 millones versus USD 150 millones del 2013.

1.1.1. REGULACIONES DE ACCESO

Las regulaciones de acceso al mercado europeo se centralizan en la sede de la UE en Bruselas y en el último trimestre del 2015 no hemos tenido conocimiento de algún problema con controles sanitarios o de aduanas en Francia.

**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****1.1.2. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES**

Agencia Promotora - País	ProMexico
Acción de Promoción	Participación en feria Mipcom
Público Objetivo	Profesionales de la industria cinematográfica, productos televisivos, audiovisuales y programas digitales
Descripción del formato de la actividad	EL salón más importante de esta industria en Francia donde ProMéxico participa activamente todos los años.
Productos Promocionados	Films, documentales, programas de tv.

Agencia Promotora - País	Oficina de turismo Argentina
Acción de Promoción	Coctel premiación a profesionales del sector
Público Objetivo	Profesionales del Sector
Descripción del formato de la actividad	Premiaron a los principales profesionales del sector, entre líneas aéreas, TO y otros que contribuyeron en 2015 a vender y promocionar de mejor manera Argentina en Francia
Productos Promocionados	Turismo

Agencia Promotora - País	ProColombia
Acción de Promoción	D2D en Paris y Misión turística
Público Objetivo	Profesionales del Sector
Descripción del formato de la actividad	Visita de diferentes TO durante los meses de octubre y noviembre a fin de interesarlos en el destino Organización y asistencia a Misión de empresas turísticas que visitaron Paris en diciembre
Productos Promocionados	Turismo

Agencia Promotora - País	Oficina de turismo de Cuba
Acción de Promoción	Días de formación de 09h a 12h30 el 19/11 y 10/12 Paris
Público Objetivo	Profesionales del sector
Descripción del formato de la actividad	Formación del destino dando las pautas para saber venderlo mejor
Productos Promocionados	Destinos turísticos

**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****1.2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹**

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados	Transacciones comerciales estimadas a 12 meses (US\$)
Salón Natexpo	9	105	20	1 millón
Perú Moda Europa	15	126	75	16 millones
Salon du Chocolat	11	-	55	9 millones
Salón Anuga	23	16	12	1 millón
TOTAL	58	252	162	27 millones

1.2.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Salón Natexpo**
Paris – del 18 al 20 de noviembre de 2015
Primera participación del Perú con un stand de oferta exportable con el cual se pudo contactar con 105 compradores potenciales y se pudo promover y hacer conocer la variedad de productos orgánicos del Perú.
- **Perú Moda Europa**
Paris, el 22 de octubre de 2015.
Primer evento de esta naturaleza que se realiza en Europa. La Ocex Paris tuvo un activo y constante trabajo en la organización, convocatoria y gestión de este evento a donde acudieron 126 compradores de varios países de Europa y se logró un monto negociado de USD 16 millones.
- **Salon du Chocolat**
Paris, del 28 de octubre al 1 de noviembre de 2015
Salón orientado a gran público donde se tuvo la participación de 11 empresarios peruanos entre cooperativas agrarias y chocolateros.
La presentación peruana tuvo éxito y de las encuestas se estableció que el monto negociado se estimó en USD \$ 9 millones.
Los exportadores manejaron sus cuadernos de negociación y no se tuvo acceso a sus contactos con proveedores, algo que debe modificarse en el proceso de encuesta para próximos salones.
- **Salón Anuga**
Colonia, Alemania, del 10 al 14 de octubre de 2014

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

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

La Ocex Paris realizó una amplia convocatoria de importadores y distribuidores de Francia que asistieron a este importante salón. EL CEC asistió el 13 y 14.

1.3. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS²

Actividad	Nº de Compradores Participantes	Nº de Exportadores Participantes
Salón FIE	15	15
Agritrade	2	1
TOTAL		

1.3.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Salón FIE**
Paris, del 1 al 3 de diciembre de 2015
Salón de ingredientes a donde se asistió para apoyar a los exportadores peruanos y para prospectarlo para una futura participación organizada.
Se contactó a 15 exportadores peruanos y a 15 compradores potenciales.
- **Agritrade**
Paris, 7 de octubre
Gestión y acompañamiento de citas con empresa Agritrade

1.4. 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	83	15	225	126
Agro	190	66	240	136
Pesca	11	3	23	6
Servicios	15	1	10	1
TOTAL	299	85	498	269

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 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****2. PROMOCIÓN DE TURISMO****2.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Workshop Cotal Estrasburgo y Lyon	22	36
Presentación en Carrefour Voyages Chartres y Athis Mons	2	110
Salón Comité de Empresas Toulouse	70	1000
Roadshow Montpellier y Burdeos Visiteur	28	60
Presentación con Crossivoyages	2	98
Salón Int. de Turismo Colmar	7	15,300
Información turística	22	149
TOTAL	153	17938

2.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- Workshop Cotal Estrasburgo y Lyon

Estrasburgo 06/10/2015

Lyon 13/10/2015

Estos workshop han permitido actualizar la base de información sobre los profesionales de turismo que nos visitaron, así como conocer el interés por el destino en estas regiones y las tendencias en el mercado hacia nuestro producto. Se ha capacitado a 36 tour operadores y agencias de viajes, (de 22 empresas) de modo directo, presentándoles información actualizada y respondiendo a sus interrogantes, buscando incentivarlos de esta manera a la comercialización. En la ciudad de Estrasburgo, Croisivoyages y Aventura nos informaron que empiezan a vender Perú, una con cruceros de lujo y el otro con programas clásicos del sur del país respectivamente. Se ha coordinado para apoyarlos en diferentes acciones de promoción. Se espera poder captar 440 turistas potenciales.

- Presentación en Carrefour Voyages Chartres y Athis Mons

Chartres 06/10/2015

Athis Mont 09/10/2015

Se realizó dos presentaciones sobre el Circuito sur, el norte del país y su gastronomía, así como la actual infraestructura hotelera que cuenta el País, apoyando la promoción realizada por Carrefour Voyages, contándose con la presencia de 110 personas.



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**

El público presente en las dos presentaciones manifestó su interés sobre el destino, a través de las diferentes preguntas que realizaron.

Se espera poder captar 30 turistas potenciales.

- Salón Comité de Empresas Toulouse

Toulouse del 15 al 16/10/2015

Este tipo de salón constituye una importante herramienta de promoción, buscando un acercamiento personalizado hacia ellos, con el objetivo de obtener resultados concretos a mediano plazo. El promedio de miembros de estos grupos va de 50 a 3000 personas, dependiendo del tamaño de la Empresa. Nuestra participación en octubre de este año en el salón de Toulouse, nos ha permitido brindar información actualizada sobre el producto turístico, apoyando la oferta de los dos Tour Operadores que nos acompañaban (Amerasia y Partir) así como fortalecer nuestra imagen en este segmento de mercado. Según los TO del total de empresas que nos visitaron hay 70 con potencial para el Perú a corto y mediano plazo, lo que representa aproximadamente 7000 turistas potenciales.

- Road show en Montpellier y Burdeos con "Visiteur"

Montpellier 27/10/2015

Burdeos 18/11/2015

Nuestra participación ha permitido brindar información actualizada sobre el producto turístico, así como fortalecer nuestra imagen en este segmento de mercado, y actualizarlos sobre nuestra oferta hotelera, los trabajos en Machu Picchu en abril del 2016 y la operatividad de los sobrevuelos en las líneas de Nazca. La asistencia en Montpellier fue de 26 personas, de 13 empresas y en Burdeos de 34 personas, que representan aproximadamente 15 empresas.

Se espera poder captar 336 turistas potenciales.

- Presentación con Crossvoyages

Paris el 06/11/2015 y el 02/12/2015

Con objetivo de promover la oferta turística hacia el público final y fortalecer el posicionamiento del Perú como destino turístico, se apoyó la solicitud de la Responsable de Producción Grandes Rios Grandes Civilizaciones de Croisvoyages by CroisiEurope, quienes iniciarán la comercialización de un programa hacia del Perú por primera vez en 2016, para realizar dos presentaciones en Paris y algunas en Provincias en 2016 con apoyo de nuestros Consulados Honorarios.

A la fecha esta Oficina Comercial apoyo con la presentación del 06 de noviembre ante 98 personas y el 02 de diciembre ante, encontrándose gran interés por el destino entre los asistentes. Así mismo se les ha proporcionado fotos y algunos gadget, para las "Journées privées" que habían previsto en 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**

La Responsable de Producción de Croisivoyages nos ha informado, al día de hoy, que los 3 grupos de 2016 cuentan ya con confirmaciones pagadas para el 04 de junio (39 paxs), 8 de setiembre (16 paxs) y 8 de noviembre (40 paxs), y que después de la presentación del 02 de diciembre ya se iniciaron las ventas para el 2017, donde las salidas serán el 7 de mayo, 6 de junio, 16 de setiembre y 10 de octubre

- Salón Internacional de Turismo de Colmar -SITV
Colmar del 06 al 8/11/2015

La participación al SITV de Colmar, tuvo por objetivo de promover la oferta turística ante el público final de esta región y fortalecer el posicionamiento del Perú como destino turístico diversificando nuestra oferta turística hacia el turismo solidario y/o productos turísticos que ofrece el país.

Público bastante atraído por el destino, quienes según lo declarado desean viajar en un promedio de 18 a 21 días, ya que optarían por un adicional hacia el norte o en amazonia. Cabe señalar que 80% de las personas que visitaron el stand es un público senior (45 a 64 años).

Se espera poder captar 1000 turistas potenciales.

- Acciones de Información Turística
Paris 29/10, 26/11 y 17/12/2016

Esta oficina comercial ha atendido 64 solicitudes de material turístico de octubre a diciembre por vía postal de público y agencias de viaje, 85 solicitudes directas de personas que se han acercado a nuestras oficinas o que han llamado telefónicamente.

Se espera poder captar 45 turistas potenciales.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos	N° de empresas peruanas promovidas	Monto de inversión proyectado (US\$)
Eiffage	1	10	
Tupuy	1	1	US\$ 5,000
Capeco	4	1	
TOTAL			US\$



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

3.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- EIFFAGE

Reunión con la empresa Eiffage, Sr. Carlos Velásquez, Director de Desarrollo Internacional, quien nos explicó que es el tercer grupo de construcción de Francia y aún no tienen presencia en nuestro país.

En conjunto con Cancillería, se coordinó distintas citas con Perú para la primera semana de Febrero 2016 así como una posible participación en la misión empresarial de la visita presidencial.

El Grupo Eiffage está completamente integrado e incluso crea, desarrolla, construye y comercializa, ciudades sostenibles. Aún es muy pronto para dar una cifra de inversión proyectada.

- TUPUY

Empresa que comercializa audio guías a la cual se le contactó con la Basílica del Sacre Coeur para lograr una alianza estratégica y que los turistas puedan acceder gratuitamente a la guía de Sacre Coeur en Tupuy; aproximadamente son 30,000 turistas al día y el interés de Tupuy es que los turistas al conocer el producto pueden bajar otras guías de la misma web.

A nivel de ventas, esta alianza estratégica podría significar a Tupuy ingresos anuales superiores al millón de dólares lo que lo posicionaría como el primer servicio de audio guía del Perú.

- CAPECO

Se organizó una agenda de negocios al Director de Capeco, Sr. Elías Plaza, al cual se le contactó con la Agence Francaise de Developement (AFD), Medef, Eiffage e INTA, además de acompañarlo a su exposición en el pabellón de Perú en la COP 21.

4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS

4.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Semaine du Gout	80	5
Back to Barrio	120	2
COP 21	50000	100
OCDE	1	
TOTAL	50200	107



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

4.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- ACTIVIDAD SEMAINE DU GOUT

Se logró la participación del Chef peruano Carlos Camino, en la Semaine du Gout de Paris para dar una conferencia sobre el desarrollo de la gastronomía peruana.

- BACK TO BARRIO

Centro musical y cultural afro-peruano. La Ocex Paris apoyó con una barra y difusión del Pisco.

- COP 21

La Ocex Paris contribuyó con apoyar al Ministerio de Ambiente en la gestión del pabellón Perú dando información turística a los asistentes. Así mismo, se apoyó con Pisco para la inauguración y la relación con el grupo musical que amenizó el evento.

- OCDE

Acompañamiento y asistencia a las conferencias en el marco del Foro Mundial de Comercio en la OCDE el 3 y 4 de noviembre 2015,

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El 4to ha continuado las tendencias del 2015, con un desarrollo positivo de los sectores agro y textil a pesar del entorno económico y comercial mundial; el sector pesca ha sido afectado por la falta de oferta exportable.
- Insisto en que es importante contar con información proactiva de Promperú sobre la evolución de la oferta exportable y los efectos que sobre la producción pueda tener situaciones climatológicas o de plagas.
- El turismo francés hacia el Perú sigue creciendo, las cifras a Noviembre 2015 muestran un crecimiento de 8.5% con respecto al mismo acumulado del 2014; la Ocex Paris continua su plan de workshops y D2D, tanto en la región de Paris como en el interior del país.