

**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 SANTIAGO**

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Análisis del comportamiento de las exportaciones no tradicionales del Perú al mercado de destino para los últimos tres meses disponibles.

Durante el periodo enero noviembre las exportaciones no tradicionales peruanas a Chile muestran un crecimiento del 1%. Donde destacan el crecimiento del sector químico, del sector alimentos de origen agropecuario y agroindustrial, así como pesqueros; así como el comportamiento positivo de las ventas de productos manufacturados de la minería no metálica. Los sectores que muestran descensos son el textil, metalmecánico, siderúrgico, prendas de vestir y maderas; debido a las menores inversiones mineras en Chile y a que el consumo de los hogares al tercer trimestre 2015 solo creció al 1,8%.

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS A CHILE					
PERIODO ENERO NOVIEMBRE 2011- 2015					
Sector	Millones US\$ FOB				
	2011	2014	2015	Var.% 2014- 2015	Par.% 2015
TOTAL	1.775	1.436	964	-33%	100%
TOTAL TRADICIONAL	1.218	818	340	-58%	35%
AGRO TRADICIONAL	1	1	1	-25%	0%
PESCA TRADICIONAL	113	157	63	-60%	7%
PETROLEO Y GAS NATURAL	256	182	40	-78%	4%
MINERIA TRADICIONAL	847	478	236	-51%	24%
TOTAL NO TRADICIONAL	557	618	624	1%	65%
QUIMICO	190	187	200	7%	21%
AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	76	105	123	16%	13%
METAL - MECANICO	72	93	82	-12%	8%
MINERIA NO METALICA	38	70	85	22%	9%
VARIOS	58	62	51	-18%	5%
TEXTIL	43	39	33	-16%	3%
PRENDAS DE VESTIR	27	32	21	-33%	2%
SIDERURGICO Y METALURGICO	33	22	20	-9%	2%
PESCA	19	6	8	34%	1%
MADERAS	1	2	1	-24%	0%
Fuente: Aduanas - Perú					
Elaboración Oficina Comercial del Perú en Chile - MINCETUR					

Durante el periodo de los meses en análisis, disponemos de cifras en la aduana del periodo octubre noviembre 2015 vs periodo similar del año anterior, por el cual se observa un descenso de las exportaciones no tradicionales peruanas a Chile del 12%. En este periodo destaca el crecimiento en las exportaciones del sector químico, de los productos pesqueros, prendas de vestir y minería no metálica; afectándose el crecimiento de las exportaciones no tradicionales por las menores ventas de alimentos, textil, productos metal mecánicos y sidero metalúrgicos; debido a las menores inversiones mineras y la desaceleración de la economía chilena. En el

**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**

caso del tercer trimestre, influye el menor consumo de bienes no durables y de servicios —en particular, alimentos y servicios de educación pública y transporte— en el gasto de las personas.

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS A CHILE					
PERIODO OCTUBRE - NOVIEMBRE 2011- 2015					
Sector	Millones US\$ FOB				
	2011	2014	2015	Var.% 2014-2015	Par.% 2015
TOTAL	277	278	192	-31%	100%
TOTAL TRADICIONAL	179	159	87	-45%	45%
AGRO TRADICIONAL	0	0	0	-21%	0%
PESCA TRADICIONAL	24	25	11	-55%	6%
PETROLEO Y GAS NATURAL	13	9	4	-57%	2%
MINERIA TRADICIONAL	142	125	71	-43%	37%
TOTAL NO TRADICIONAL	98	120	106	-12%	55%
QUIMICO	33	32	35	9%	18%
METAL - MECANICO	12	25	15	-41%	8%
AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	12	22	21	-4%	11%
MINERIA NO METALICA	6	12	12	2%	6%
VARIOS	11	11	8	-30%	4%
TEXTIL	7	8	6	-29%	3%
PRENDAS DE VESTIR	5	4	5	11%	2%
SIDERURGICO Y METALURGICO	5	3	3	-23%	1%
PESCA	4	1	1	45%	1%
MADERAS	0	0	0	-44%	0%

Fuente: Aduanas - Perú
Elaboración Oficina Comercial del Perú en Chile - MINCETUR

De ser posible, presentación de un comparativo entre el desempeño de las exportaciones peruanas y las de otros países competidores.

Las importaciones chilenas en el periodo de análisis con estadísticas disponibles en el período enero- noviembre 2015 respecto al periodo 2014 nos muestra que la demanda chilena del mundo ha disminuido en 12,7%, siendo los países de Estados Unidos, Ecuador, Brasil, Canadá y Perú los que registran mayores valores de decrecimiento de las importaciones chilenas del mundo.

Perú es el doceavo socio comercial de adquisiciones chilenas.

**PAIS DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES CHILENAS
ENERO - NOVIEMBRE 2015/2014**

Nº	Pais de origen	Cif en Mill US\$ 2015	Cif en Mill US\$ 2014	Diferencia en Mill US\$	Variación 2015/2014
	Total general	52.354,1	59.969,4	7.615,3	-12,7%
2	USA. - ESTADOS UNIDOS	9.925,9	12.263,5	- 2.337,5	-19,1%
10	ECUADOR	1.112,8	2.272,7	- 1.159,9	-51,0%
	Otros países	36.839,5	40.311,6	- 3.472,1	-8,6%
3	BRASIL	4.475,9	5.113,5	- 637,7	-12,5%
16	CANADA	670,5	1.149,0	- 478,5	-41,6%
12	PERU	940,6	1.402,4	- 461,8	-32,9%
4	ARGENTINA	2.484,1	2.816,8	- 332,7	-11,8%
14	TRINIDAD Y TOBAGO	850,1	1.136,9	- 286,8	-25,2%
15	COLOMBIA	761,7	1.035,1	- 273,4	-26,4%
7	COREA DEL SUR	1.760,3	1.993,7	- 233,4	-11,7%
5	ALEMANIA	2.118,4	2.348,6	- 230,3	-9,8%
6	MEXICO	1.878,3	2.043,8	- 165,6	-8,1%



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**

Identificación de nuevas oportunidades y amenazas registradas en el trimestre de evaluación.

En el rubro de manufacturas diversas, la participación en la feria FULLPLAST que se desarrolló en el mes de Noviembre 2016, ha permitido tomar contacto con la compradora de Nestlé Latinoamérica, quién mencionó que sus procesos de licitación fueron en octubre, manifestaron interés en los envases y embalajes producidos en el Perú, por lo cual se les invitará a la Rueda de Negocios Industria Perú 2016 para que puedan contactar a potenciales proveedores peruanos.

Asimismo, la participación de 06 empresas peruanas en la feria EDIFICA, permitió identificar los siguientes productos que tuvieron mayor demanda y cerraron negocios a seis meses en la feria por US\$ 40 mil dólares: travertinos, madera contrachapada, tableros aglomerados, cerraduras, prensas y balanzas (medición de suelos). Adicionalmente, se presentó en la feria Aceros Arequipa con barras de construcción y pernos de fortificación, quien ve oportunidades en el mediano plazo, por lo cual la presencia peruana en Edifica prevé ventas por US\$ 3 millones de dólares.

El precio del cobre, está afectando a las operaciones mineras chilenas, quienes están reestructurando sus procesos de adquisiciones, vendiendo operaciones y/o postergando el inicio de la ejecución de los proyectos de inversión. Esta es la oportunidad para que los proveedores peruanos puedan ingresar al mercado chileno, debido a que están en el proceso de reducción de costos (sin perder la calidad) buscando nuevos proveedores. Para este caso, se recomienda que las empresas proveedoras de este subsector se instalen en Chile para que puedan prestar un servicio 24/7 que es requerido por las operaciones mineras.

En cuanto al rubro de servicios, la misión de servicios que se realizó en septiembre, ha permitido que la empresa Visualsoft encontrara oportunidades de futuros negocios, para lo cual esta OCEX le apoya con la asesoría para que pueda internacionalizar su empresa.

En el sector alimentos, dado que en el último trimestre del año comienza la cosecha de mango peruano, donde Chile se ha convertido en este cuarto trimestre en el segundo destino de exportación creciendo 9%, respecto a periodo similar anterior, con un monto de exportación que asciende a US\$ 1.2 millones de dólares, se han diversificado las ventas de variedades de mango Haden y Tomy Atkins (antes solo exportaban mango Kent).

En el sector textil, en el mes de noviembre, la empresa Michell mediante su marca Sol Alpaca abrió dos tiendas en el mercado chileno. Lo cual representa que el mercado chileno ya dispone de la presencia de las tres marcas más importantes de prendas de alpaca peruanas (Incapalca con Kuna, Art Atlas con Anntarah y ahora Michell con Sol Alpaca). Esta importante presencia apertura acciones de mayor apoyo al posicionamiento de la alpaca peruana en Chile.

**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. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES**

Agencia Promotora - País	PROMEXICO
Acción de Promoción	Promoción de Inversión
Público Objetivo	Inversionistas chilenos
Descripción del formato de la actividad	Seminario con potenciales inversionistas chilenos, interesados en el tema portuario.
Productos Promocionados	Puertos

Agencia Promotora - País	PROCOLOMBIA
Acción de Promoción	Promoción Comercial
Público Objetivo	Empresarios colombianos de diferentes sectores
Descripción del formato de la actividad	17 empresas colombianas de diferentes sectores, tuvieron reuniones con los representantes de Chilecompra para obtener mayor información sobre el proceso de compra del estado chileno
Productos Promocionados	Portal de licitaciones del estado chileno Chilecompra.cl

1.3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS por la OCEX CHILE MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
MAC Perú	93	02	89
EDIFICA	06	276	24
Paula Gourmet	03	32	03
Encuentro Binacional Perú - Chile	300	08	13
Prospección Feria Full Plast	08	04	13
PMA Latinoamérica	04 (gremios)	35	05
TOTAL	414	357	147

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**

Número total de compradores únicos atendidos: 357 compradores chilenos atendidos a través de las diferentes actividades.

1.3.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

• **MAC Perú 2015**

Lima – 16 de octubre de 2015

La rueda organizada por PROMPERU obtuvo la presencia de representantes de 93 empresas manufactureras peruanas; la Ocex envió la propuesta de 06 empresas siendo 02 empresas chilenas las participantes que fueron aprobadas. Se espera negociaciones con estas empresas chilenas a 12 meses por el valor de US\$ 625 mil dólares.

• **EDIFICA 2015**

Santiago de Chile – 21 al 25 de octubre de 2015

Feria de la Construcción, organizada por la Cámara Chilena de la Construcción (CChC) y el Instituto del Cemento y del Hormigón de Chile (ICH), esta versión 2016 fue organizada con la Association of Equipment Manufacturers (AEM) de Estados Unidos con su feria internacional de maquinaria CONEXPO Latin América. El pabellón PERU fue organizado entre PROMPERU y la Cámara Peruano Chilena, participaron 06 empresas peruanas en el stand Perú. Esta OCEX invitó a 276 compradores a visitar el stand. Promperu estima negociaciones a seis meses por US\$40 mil dólares y a 12 meses por US\$ 3 millones de dólares.

• **Paula Gourmet**

Santiago de Chile – del 22 al 25 de octubre de 2015

Plataforma comercial dirigida al público final chileno, consumidor de productos gourmet y que cuenten con otros atributos como de origen natural, denominación de origen y certificaciones sostenibles.

El pabellón peruano estuvo conformado por nuevos pequeños importadores distribuidores chilenos de tres productos peruanos:

- **Café de Altura.-** Café de origen Pangoa
- **Cacao Soul –** Chocolate libre de gluten y certificación orgánica, de origen peruano.
- **Moldavita –** Derivados de maca, cacao, yacón en formato de suplemento alimenticios de la empresa peruana Ecoandino.

El monto de ventas de las tres empresas durante los 4 días de feria superó los diez mil dólares, esperan incrementar sus ventas en el año 2016 en más de veintisiete mil dólares.

El objetivo principal de la participación en esta feria fue de ser una plataforma promocional de los productos gourmet tipo activación, más que un evento comercial.

• **Encuentro Binacional Perú - Chile**

Arica – 05 de noviembre de 2015

Rueda de negocios organizada por PROMPERÚ y PROCHILE, donde destacan exportadores peruanos de la zona sur del Perú del sector agro y de prendas de vestir.

**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**

Entre los productos que se negociaron se encuentran el orégano, aceituna, sazónadores, pisco, café, cacao, maíz gigante del cusco, quinua, ajíes despepados, ropa industrial, chalecos reflectantes, delantales y poleras. La Ocex contribuyó con la participación de 08 compradores chilenos de alimentos procesados y uniformes industriales. El monto negociado fue de USD\$ 580 mil dólares y a 12 meses se estima alcance los USD\$2.8 millones de dólares.

- Prospección Feria Full Plast
Santiago de Chile – del 04 al 06 de noviembre de 2015

La OCEX participó con un stand de 3x3, como parte de la labor de prospección. Se entregó un folleto con los datos de 08 empresas peruanas fabricantes de artículos de plásticos –datos proporcionados por PROMPERÚ.

Asimismo, formó parte de la rueda de negocios organizado por la Asociación de Industriales del Plástico, ASIPLA, y FISA; donde la especialista tuvo reuniones con Nestlé, Cencosud, Watt’s y Falabella.

Se aprovechó la oportunidad para promocionar la VII Rueda Internacional de Negocios Industrias Perú.

- PMA Latinoamérica
Santiago de Chile – 11 y 12 de noviembre de 2015
Feria especializada en el sector de productos frescos agrícolas, que tuvo su segunda versión en Latinoamérica en la ciudad de Santiago de Chile.

El Perú estuvo representado por los presidentes de los principales gremios privados pertenecientes a AGAP, incluyendo a los presidentes de los comités de PROHASS, IPEH y PROVID. El pabellón PERU se organizó gracias a un convenio entre MINCETUR y AGAP que hizo posible disponer de un stand de 32 metros, duplicando el área del año 2014.

Esta feria sirvió para fortalecer los lazos comerciales que se tienen con exportadores chilenos que compran uva de mesa peruana y es despachada desde el Perú. Y en el caso de Palta, en posicionar la calidad de este producto que ha significado un monto de importación de más de USD\$14 millones de dólares.

1.4. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS²

Actividad	Nº de Invitados	Nº de Exportadores Participantes
Coordinaciones con empresa Sol Alpaca para posicionamiento en el mercado chileno	0	1
Gestor Logístico Comercial (*)	0	50
Lanzamiento de la Guía de Restaurantes Peruanos en Chile Perú, mucho gusto	106	0
TOTAL		

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

Número total de exportadores únicos atendidos: 51

Número total de invitados al evento: 106

(*) Nro estimado de pequeñas empresas peruanas beneficiadas con la orientación de la Guía de Facilitación logística y comercial.

1.4.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Coordinaciones con empresa Sol Alpaca para posicionamiento en el mercado chileno

Santiago de Chile – 11 de noviembre de 2015

A partir de noviembre 2015 la empresa MITCHELL con su marca Sol Alpaca está presente en Chile con dos tiendas. En reunión con la gerencia y representantes de MITCHELL se le orientó sobre el mercado chileno y opciones para posicionar su marca, asimismo sugerimos acciones con las que la OCEX Chile los puede ayudar para incrementar sus ventas en el mercado chileno. Se está trabajando en uno de estos mecanismos de apoyo, tales como ingresar al retail en campañas estacionales para que la marca sea reconocida.

- Gestor Logístico Comercial

Santiago de Chile –14 de diciembre de 2015 en adelante

La finalidad del desarrollo de esta herramienta para las pymes del sector textil tanto de Lima como de Tacna, es contribuir con el conocimiento logístico - comercial del sector confecciones peruanas, mediante la generación de:

Un Flujograma de procesos y guía de exportación que incluya aspectos comerciales y los costos logísticos según diferentes INCOTERMS desde dos puntos del Perú a la capital chilena (Lima – Santiago; Tacna – Santiago).

Infografía organizacional de los principales retails chilenos, que cuenten con datos de contacto. Costos de corner en principales retails (Falabella, Ripley y Paris); así como negociaciones con retail para promoción de marca peruana en campañas estacionales.

- Lanzamiento de la Guía de Restaurantes Peruanos en Chile | Perú, mucho gusto

Santiago de Chile – 22 de diciembre de 2015

Lanzamiento de la Guía que promociona la gastronomía peruana, proyecto realizado en el año 2014, con el apoyo de la Revista Paula, el Círculo de Cronistas Gastronómicos de Chile y la Embajada del Perú.

El evento de lanzamiento de la publicación fue financiado por dos auspiciadores: JUMBO y BCP – Oficina de Representación en Chile. Y contó con la participación de más de 100 empresas y representantes de prensa especializada.

La finalidad de realizar esta publicación es apoyar el desarrollo comercial de los restaurantes peruanos presentes en Chile, con la finalidad de que este crecimiento contribuya a impulsar mayores exportaciones de alimentos peruanos hacia Chile. La publicación está en formato digital en: restaurantesperuanosenchile.ocexperuenchile.cl

**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****1.5. ATENCIÓN DE CONSULTAS**

Predominan las atenciones de turismo, inversiones, alimentos seguidos de consultas del rubro textil y servicios. Adicionalmente se atienden múltiples llamadas telefónicas a consultas específicas.

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas
Textil	13	13	64	41
Agro	28	26	116	91
Manufacturas diversas	32	23	51	40
Servicios	17	15	41	36
Inversiones	3	3	75	71
Turismo	-	-	118	106
TOTAL	93	80	465	385

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

Actividad	Nº de empresas / operadores atendidos	Nº de participantes / personas atendidas
"Promoción del Perú Plataforma de eventos internacionales y sus nuevos destinos turísticos "	20	07
TOTAL	20	07

Número total de empresas / operadores atendidos: 27

2.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Seminario y rueda de negocio: "Promoción del Perú | Plataforma de eventos internacionales y sus nuevos destinos turísticos "

- Iquique – 14 de octubre de 2015

Este seminario fue organizado por la OCEX Santiago, en la ciudad de Iquique, con la finalidad de promocionar nuevos destinos turísticos y posicionar al Perú como una plataforma para desarrollar eventos internacionales. Adicionalmente al seminario, se organizaron ruedas comerciales entre las 07 empresas peruanas participantes –agencias de viajes y hospedajes con los 20 operadores turísticos chilenos participantes.

**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**

Las reuniones de negocios lograron fortalecer los vínculos comerciales entre los operadores turísticos de Tacna, Arica e Iquique, para promover el turismo en frontera.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES**3.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos	N° de empresas peruanas promovidas
Jornada de Trabajo denominado "Zonas Económicas Especiales como mecanismo para facilitar la inversión chilena en el Perú"	20	03
Agenda de Reuniones para 02 representantes de PROINVERSIÓN	05	02
Seminario: "Jornada Oportunidades de Inversión en Perú"	30	0
TOTAL		

Número total de inversionistas (empresas / personas) atendidos: 55

3.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- Jornada de Trabajo denominado "Zonas Económicas Especiales como mecanismo para facilitar la inversión chilena en el Perú"

Antofagasta – 15 de octubre de 2015

La jornada de trabajo para la promoción de los Céticos, fue organizada por esta OCEX en la ciudad de Antofagasta, se contó con el apoyo del MINCETUR y PRODUCE, quienes participaron como expositores en el seminario, Roberto Anguis, asesor de la Dirección Nacional de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR; el gerente de CÉTICOS Ilo, Jorge Pacora; y la CEC de esta OCEX. Participaron 20 personas relacionadas con el sector proveedores a la minería a las cuales se les motivó a instalarse en CETICOS ILO, de las cuales a la fecha tres de ellas están coordinando con CETICOS ILO para su instalación.

- Agenda de Reuniones para representantes de PROINVERSIÓN

Santiago de Chile – 22 y 23 de octubre de 2015

Los representantes de PROINVERSIÓN, la Sra. Niulza Shiroma y el Sr. Jorge Valverde, quienes aprovechando su participación en el seminario de inversiones que se realizó en el marco de la Feria EDIFICA, tuvieron 05 reuniones organizadas por esta OCEX con instituciones y empresas chilenas, para promocionar los proyectos de inversión que se encuentran en cartera.

Seminario: "Jornada Oportunidades de Inversión en Perú"



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**

Santiago de Chile – 23 de octubre de 2015

La actividad fue organizada por la Cámara Chilena de la Construcción en coordinación con esta OCEX, en el marco de la Feria EDIFICA. Además de Perú, participaron representantes de Colombia, Ecuador, México, Ecuador y Paraguay. La OCEX contribuyó con la convocatoria al evento y las ponencias fueron realizadas por: los representantes de PROINVERSIÓN, la Sra. Niulza Shiroma y el Sr. Jorge Valverde; la CEC, Silvia Seperack y por PROMPERU, la Srta. Cecilia Pacheco.

Participaron más de 50 representantes de empresas chilenas del sector construcción interesados en invertir o hacer negocios con el mercado peruano.