

**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 TORONTO

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Canadá es un país pequeño en población (33.5 millones de habitantes según censo del 2011), sin embargo es el segundo más grande en extensión. Su población se encuentra concentrada principalmente a lo largo de la frontera con los Estados Unidos de Norte América, desde Vancouver – British Columbia hasta Halifax – Nova Scotia. Esta situación genera costos logísticos muy elevados para el desarrollo del comercio toda vez que se debe cubrir íntegramente el país ya que, además del tamaño y ubicación de la población, no existen negocios solamente de la Costa Oeste o solo de la Costa Este.

Canadá es el cuarto destino de las exportaciones peruanas, el noveno país fuente de Inversión Extranjera Directa en el Perú y el décimo primer país emisor de turistas hacia Perú.

Cabe destacar que el comercio bilateral se ha dinamizado desde la firma del TLC Perú – Canadá. Las exportaciones de productos peruanos con mayor dinamismo han sido los no tradicionales que en el periodo 2010-2014 crecieron 158.59%. Los principales productos no tradicionales que actualmente Perú exporta a Canadá son: mangos y mangostanes, uvas frescas, conchas de abanico, quinua, T-Shirts, camias de punto de algodón y partes de maquinarias entre otros. Asimismo existe potencial para el desarrollo y posicionamiento de los arándanos peruanos luego de que la Canadian Food Inspection Agency aprobara los protocolos que permiten importarlos desde Perú.

Durante el periodo Enero – Noviembre del 2015, las exportaciones no tradicionales ascendieron a USD 175.38 millones, lo cual muestra un crecimiento del 14.4% respecto al mismo periodo del 2014. En este periodo destaca notoriamente las exportaciones siderometalúrgicos (+429.8%), pesquero (+20.2%) y textiles (+15.8%)

Nota: a la fecha de la elaboración de este informe, no se encuentra disponible información estadística en Infotrade – Sunat correspondiente al mes de diciembre del 2015.

AMENAZAS:

En el mercado canadiense, Perú compite directamente con Chile, Colombia, México, Honduras y Panamá ya que todos estos países gozan de preferencias arancelarias gracias a los acuerdos de libre comercio que tienen vigentes con Canadá. El potencial ingreso de Guatemala, Nicaragua, El salvador, Republica Dominicana y el bloque de países del MERCOSUR representan una amenaza para el posicionamiento de la oferta exportable no tradicional peruana en Canadá ya que se suman competidores con ofertas exportables similares a la peruana.

1.2. REGULACIONES DE ACCESO

Canadá tiene un marco regulatorio transparente respecto a la importación de productos. En tanto los productos que se desean introducir al mercado cumplan los requisitos de las entidades

**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**

reguladoras tales como el de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA por sus siglas en inglés) y la Aduana Canadiense, no existen mayores complicaciones. Esto se puede apreciar en las importaciones de frutas, segmento en el cual Canadá es un gran importador ya que sus condiciones climáticas y oferta local limitada no les permite satisfacer completamente la demanda interna. Por ende, el sistema y los mecanismos que regulan las importaciones son estrictos pero a la vez ágiles a fin lograr una provisión de alimentos eficiente durante todo el año

En ese sentido, el reto que se debe superar es la aprobación de protocolos sanitarios y de importación para productos denominados noveles o aquellos que recién forman parte de la oferta exportable peruana como es el caso de los blueberries que ya pueden ingresar a Canadá y cuya promoción comercial inicio la OCEX Toronto durante el tercer trimestre del 2015.

1.3. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

Las agencias comerciales competidoras realizan una activa campaña de promoción en Canadá que además de la organización de eventos en este país incluye una agresiva promoción de ferias en sus países de origen. Sobre el particular destacan las numerosas delegaciones de empresas canadienses que son invitadas por Pro Colombia y Pro México con todos los gastos pagados.

Agencia Promotora - País	Pro Colombia
Acción de Promoción	RUEDA DE NEGOCIOS PARA EMPRESAS DE SOFTWARE TORONTO 2015
Público Objetivo	Compradores norteamericanos
Descripción del formato de la actividad	Este fue un espacio donde se realizan encuentros comerciales entre compradores norteamericanos y empresarios de la industria TI de Colombia.
Productos Promocionados	Software, Contenidos digitales

1.4. 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\$)
Promoción De La Macro Rueda Sur Exporta	106	12	12	5,150,000
Degustación y Promoción de Alimentos en Alianza con Cadenas de Supermercados:		15	1	

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

Promoción de Blueberries Peruanos				
Lanzamiento del Programa de Inserción de Artesanías en Canadá	4		1	
TOTAL				

1.4.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

PROMOCIÓN DE LA MACRO RUEDA SUR EXPORTA

Del 11 al 12 de noviembre se realizará en la ciudad de Puno la feria Macro rueda Sur Exporta con el objetivo de promover las exportaciones del sur peruano, así como la internacionalización de sus productos a través de la realización de negocios con potenciales clientes del extranjero.

En esta edición de la Macro rueda sur Exporta, estuvieron presentes trece empresas canadienses convocadas por la OCEX Toronto en coordinación con Promperu. Cabe resaltar que la delegación canadiense fue la segunda más numerosa de todas las que participaron en los dos días de feria.

Como se sabe, la Macro Región Sur es un gran productor de bienes No Tradicionales; y como tal, Canadá es un importante mercado para las empresas exportadoras de dicha región. Sobre el particular, cabe destacar que las exportaciones no tradicionales hacia Canadá están creciendo sostenidamente desde que el TLC Perú - Canadá entro en vigencia. Durante el periodo 2009 – 2014, las exportaciones no Tradicionales hacia Canadá crecieron 205.2%, y en el 2014 se incrementaron en 35% respecto del año anterior.

La Oficina Comercial de Perú en Toronto viene desarrollando actividades para introducir y posicionar productos peruanos en Canadá y así aprovechar las oportunidades comerciales que este mercado ofrece como es el caso de las prendas de vestir de alpaca. De acuerdo con cifras de Statistics Canada, importaciones de prendas de pelo fino superaron los USD 32 millones durante el 2014. En esta edición de la Macro Rueda Sur, tres de las trece empresas canadienses provienen del segmento de prendas de vestir de alpaca.

Otro segmento con importantes oportunidades para la macro región sur peruana en Canadá son los súper alimentos tales como la maca, quinua, kiwicha, tarwi, Kañiwa y cacao entre otros. De acuerdo con el último estudio de la Asociación Canadiense de Comercio Orgánico (COTA por sus siglas en ingles), el valor del mercado orgánico canadiense asciende a más de USD 2,250 millones, cifra que se ha triplicado en el periodo 2006 – 2013. Es oportuno destacar que Canadá es el segundo mercado de destino de las exportaciones de quinua.

DEGUSTACIÓN Y PROMOCIÓN DE ALIMENTOS EN ALIANZA CON CADENAS DE SUPERMERCADOS:
PROMOCIÓN DE BLUEBERRIES PERUANOS

La reciente aprobacion de los protocolos para la importación de arándanos peruanos por parte de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA, por sus siglas en inglés), marcó el inicio para la implementación de una campaña de promoción que la OCEX Toronto realizó sobre este nuevo producto, y que se ha sumado a la oferta exportable no tradicional presente en el mercado canadiense.



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 mencionada campaña tuvo como objetivo dar a conocer y promover el consumo de los blueberries peruanos en Canadá. Para ello, la OCEX Toronto orientó su atención hacia los consumidores finales y súper mercados, así como también a los importadores y distribuidores con sede en Toronto.

Los días 7 y 14 de noviembre se realizaron jornadas de difusión de información y degustación en el emblemático Mercado Saint Lawrence ubicado en el centro de la ciudad de Toronto. Este mercado, con sus más de 200 años de historia y que alberga a 120 comerciantes y artesanos, es el más antiguo y con más tradición en Toronto, razón por la cual atrae tanto a consumidores del Gran Área de Toronto (GTA) y a turistas locales e internacionales. Los resultados de esta actividad fueron auspiciosos, tanto consumidores como comercializadores de frutas frescas resaltaron las cualidades de los blueberries peruanos tales como el dulzor, grado de acidez y lo compacto de cada fruto.

Por otra parte, el 12 de noviembre se realizó una actividad de promoción en el Terminal de Alimentos de Ontario (OFT por sus siglas en inglés) dirigida a importadores y distribuidores de frutas. Estos degustaron los blueberries peruanos, recibieron muestras así como también fichas técnicas del producto y la lista de los productores y exportadores peruanos a quienes pueden contactar para concretar sus operaciones de importación. Además de resaltar las bondades del producto, los importadores y distribuidores de frutas contactados valoraron las ventajas que Perú tiene como proveedor de arándanos. Tal es el caso de la capacidad de proveer a Canadá en el periodo Setiembre – Noviembre, durante el cual dos de los principales países proveedores (Chile y Argentina) no cuentan con producción para la exportación. Finalmente se realizó una jornada de promoción en la cadena de supermercados Pusateri's, cadena de tiendas orientada a atender las necesidades de alimentos del segmento más alto de los consumidores en la ciudad de Toronto.

LANZAMIENTO DEL PROGRAMA DE INSERCIÓN DE ARTESANÍAS EN CANADÁ (30 de noviembre)

El lunes 30 de noviembre, en el Atrio Oeste del MaRS Discovery District en la ciudad de Toronto, se llevó a cabo el evento oficial de lanzamiento del programa “Canadá – Perú Trade and Branding Initiative” durante el cual se presentaron los primeros resultados de un nuevo modelo para el comercio global y el desarrollo. Este programa es fruto de un convenio de cooperación entre la Oficina de Facilitación de Comercio de Canadá (TFO Canadá) y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), que tiene como articuladores y coordinadores por el lado Peruano a la Oficina Comercial de Perú en Toronto – OCEX Toronto, y la Dirección Nacional de Artesanías (DNA).

El programa que cuenta con un fondo de USD 900,000; brinda asistencia técnica especializada a artesanos de Puno, Cusco, Piura y Ucayali para que desarrollen productos de acuerdo con la demanda y tendencias del mercado canadiense bajo la orientación de profesionales canadienses en diseño y marketing. Esto permitirá que sus productos ingresen exitosamente a dicho mercado, incrementen sus ingresos, y como consecuencia, mejoren su calidad de vida.

Coya – Inca (Cusco), Qoñi (Puno), Toquilla (Piura) y Shipibo Collective (Pucallca) son las primeras cuatro de pequeñas empresas de artesanos peruanos beneficiadas por este programa. Dichas



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**

empresas participaron en el evento de lanzamiento y exhibieron sus productos frente a un auditorio integrado por más de 200 personas entre las que destacan ejecutivos vinculados con la importación de textiles y confecciones, artículos de decoración y regalos; así como representantes de medios de prensa especializados.

El evento de lanzamiento contó con un panel de discusión integrado por Steve Tipman – Director Ejecutivo de la Oficina de Facilitación de Comercio (TFO) de Canadá, S.E Marcela López Bravo – Embajadora de Perú en Canadá, Joe Jackman - CEO de Jackman Reinvention Inc., Matthew Rivard – Jefe de Desarrollo Industrial de Google, Tania Carnegie – Representante de KPMG, y Patricia Langan-Torell, Director y Consejero Comercial Senior del Departamento de Relaciones Exteriores, Comercio y Desarrollo de Canadá.

Cabe mencionar que el panel destacó la importancia de este programa como modelo para el aprovechamiento de oportunidades comerciales en el marco del TLC Perú – Canadá, la generación de negocios sostenibles que ponen en valor la tradición y cultura de los pueblos, así como la generación de bienestar e inclusión de las minorías en el comercio internacional.

Finalmente, cabe señalar que este evento sirvió de plataforma para promocionar también la imagen país a través de medios audiovisuales y la gastronomía peruanas. La presencia de esta última no solo realizó el evento sino que confirmó el creciente reconocimiento del cual goza en Canadá.

ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO DE MERCADO, PDM – CANADÁ, Y COORDINACIONES PARA LA ELABORACIÓN DE PERFILES DE PRODUCTOS.

A fin de incorporar en el Plan Estratégico Nacional Exportador 2015 – 2025 (PENX), La OCEX Toronto, en coordinación con la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior - DGPDCE del Mincetur, realizó la actualización del Plan de Desarrollo de Mercado correspondiente a Canadá, así como su respectivo Plan de Acción. Estos documentos fueron oportunamente enviados a la DGPDCE para su incorporación al PENX.

Asimismo, la OCEX Toronto a solicitud de la DGPDCE coordinó la contratación de servicios para la elaboración de perfiles para los siguientes productos:

- Aceituna
- Aguaymanto fresco y procesado
- Aceite y grano tostado (snack) de Sacha Inchi
- Pisco
- Baldosas y Mármol Travertinos (Perfil Exploratorio)
- Insumos e Ingredientes Cosméticos, aceites esenciales
- Maca
- Paiche
- Artesanías: Cerámica

A la fecha de la elaboración del presente informe, la OCEX Toronto se encuentra revisando los documentos enviados por las consultoras a cargo de su elaboración, la cual incorporará los

**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**

ajustes y observaciones de esta oficina a fin de entregar la versión final que será remitida al MINCETUR para su posterior publicación y difusión.

COORDINACIONES PARA LA PARTICIPACIÓN DE PERÚ EN LAS PRINCIPALES FERIAS CANADIENSES DURANTE EL 2016

A fin de asegurar la presencia de Perú y empresas exportadoras nacionales en las principales ferias que se desarrollan en Canadá, la OCEX Toronto realizó las gestiones ante los organizadores de:

Prospectors Developers Association Canada (PDAC); feria minera más grande del mundo
Salón Internacional de la Alimentación (SIAL): feria de alimentos más importante en Canadá
Canadian Produce Marketing Association (CPMA): feria especializada en alimentos frescos

La alta demanda de espacios en feria por parte de expositores de todo el mundo originó el agotamiento de espacios disponibles para la instalación de pabellones nacionales. Ante esto la OCEX Toronto en coordinación con la DGMOCEX reservó los espacios en las ferias SIAL y CPMA, así como la participación de Perú en el PDAC como país auspiciador.

1.5. 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	4	3		
Agro	4	4	11	10
Manufacturas diversas	1	1	1	1
Pesca	3	3		
Servicios	1	1	5	4
TOTAL	13	12	17	15

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

Las actividades de promoción desarrolladas por la OCEX Toronto son de carácter transversal. La participación en ferias locales especializadas es aprovechada para realizar no solo la promoción de oferta exportable sino también para promover la imagen país y los destinos turísticos peruanos.

2.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Actividad	Nº de empresas / operadores atendidos	Nº de participantes / personas atendidas
Expedición Perú 2015	2	25
Seminario para tour operadores y consumidores finales en el Salón Internacional de Turismo y Viajes 2015	20	100
TOTAL	22	125



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**

2.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

EXPEDITION PEROU 2015

Por segundo año consecutivo, la OCEX Toronto participó como patrocinador en la promoción del “Challenge SRC” organizado por la Societe de Recherche sur le Cancer (SRC), que tiene a Perú como uno de los destinos elegidos para la realización de una expedición de turistas canadienses vinculadas a dicha institución.

Cabe destacar que cada la Expedición Perú lleva anualmente a Perú 25 – 30, y esta actividad se promociona a través de la SRC en todo Montreal.

Los destinos elegidos para las expediciones a Peru han sido Choquequirao y Macchu Picchu, esta última se encuentra en la lista junto con otros destinos tales como Bolivia, Vietnam, Marruecos, Islandia, Tanzania y EEUU. Durante la etapa de organización de la expedición, los participantes y la SRC realizan una intensa labor de promoción de las actividades de la expedición a través de medios sociales (internet), posters y pancartas distribuidas en estaciones de metro y vagones de tren. Esto asegura la difusión de Perú no solo entre los miembros de la expedición, amigos y familiares; sino también entre el resto de habitantes de la ciudad de Montreal.

SEMINARIOS, CONFERENCIAS Y CHARLAS INFORMATIVAS A TOUR OPERADORES Y CONSUMIDORES FINALES SOBRE DESTINOS TURÍSTICOS PERUANOS: SEMINARIO DE PROMOCIÓN EN EL MARCO DEL SALÓN INTERNACIONAL DE TURISMO Y VIAJES

Del 23 al 25 de Octubre se desarrolló la feria Salón Internacional de Turismo y Viajes (SITV) en la ciudad de Montreal. Durante los tres días de feria, el SITV acogió a 300 expositores (operadores turísticos, agencias de viajes y oficinas nacionales de promoción de turismo). En la edición 2015 de la mencionada feria, se registró la asistencia de 25,000 visitantes que tuvieron la posibilidad de apreciar los 300 destinos turísticos que los expositores presentaron en sus respectivos stands.

En el marco de esta importante feria, La OCEX Toronto organizo la conferencia denominada “Le Perou, une destination de reve” (Peru, el destino soñado) y que se desarrolló los días viernes 23 y sábado 24 de octubre. Las conferencias lograron atraer la atención de un 120 representantes de agencias de viajes, tour operadores y consumidores finales.

Las presentaciones permitieron promover y difundir información acerca de nuevos destinos turísticos, en especial la ciudad de Lima como destino gastronómico de América, la Ruta Moche, Kuelap, la Ruta del Pisco, la Ruta del Cacao y Ruta del Café.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

No se realizaron actividades de promoción de inversiones durante el 3er trimestre del 2015 debido a que Proinversión cancelo el Roadshow que se había programado para Canadá.



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**

3.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

PROMOCIÓN COMERCIAL Y DE INVERSIONES EN CALGARY Y EDMONTON

Del 19 al 23 de octubre la OCEX Toronto desarrolló una intensa labor de promoción de oportunidades comerciales y de inversiones en las ciudades de Calgary, Edmonton y Fort Saskatchewan. Estas actividades fueron realizadas en coordinación con Calgary Economic Development, Edmonton Economic Development, TEC Edmonton y la Canadian Council for the Americas – Alberta. La agenda de promoción incluyó presentaciones, reuniones de trabajo con empresarios e inversionistas, y visitas a los principales centros de desarrollo tecnológico financiados por el gobierno provincial de Alberta tales como TEC Edmonton, el Food Processing Development Centre de Leduc, y el Alberta Innovates Technology Futures.

En el ámbito de las inversiones se identificó notable interés en proyectos correspondientes a las áreas de minería e hidrocarburos, saneamiento y salud, telecomunicaciones y servicios. El mensaje transmitido a los empresarios sobre el Perú como Hub para el desarrollo de los negocios en América del Sur fue gratamente recibido por los empresarios que asistieron a las diversas presentaciones. Al culminar las actividades de promoción, la OCEX Toronto recibió una solicitud para apoyar en la organización de una misión exploratoria para una empresa de la provincia de Alberta interesada en invertir en el Perú. Esta busca desarrollar infraestructura y desarrollar capacidades con el fin de exportar servicios de alta tecnología desde nuestro país hacia el resto del mundo, aprovechando así los acuerdos comerciales que el Perú tiene con las principales economías del mundo.

En el ámbito de las importaciones canadienses, se identificaron empresas interesadas en productos de la agroindustria del Perú, especialmente en los alimentos orgánicos. Esto se debe a la acogida han tenido productos como la quinua y el café orgánico peruanos en la provincia de Alberta. En este mismo ámbito, directivos del Food Processing Development Centre reconocieron la gran oferta de alimentos peruanos y manifestaron su disposición para colaborar con contrapartes peruanas en procesos de transferencia tecnológica que permitan el desarrollo de productos innovadores y con potencial comercial.

La provincia de Alberta, está ubicada en el centro de Canadá y como tal tiene un gran potencial para operar como “hub” logístico entre Canadá y los Estados Unidos. Es además una pujante región impulsada por los sectores del petróleo, gas y la minería. Del mismo modo, la creciente población de Alberta goza de un poder adquisitivo superior al resto de Canadá y esta privilegiada con una tasa impositiva menor que el resto de provincias.

En ese sentido, la OCEX Toronto seguirá desarrollando actividades de promoción transversal en Alberta a fin de posicionar productos peruanos, impulsar la formación de asociaciones estratégicas entre empresas de Canadá y Perú, así como difundir nuestros 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****4. PROMOCIÓN IMAGEN PAÍS****4.1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de participantes / personas atendidas	N° de notas / publicaciones en medios
Promoción de Alimentos Peruanos en George Brown College y Humber-Guelph University	900	2
TOTAL	900	2

4.1.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**PROMOCIÓN DE ALIMENTOS PERUANOS EN GEORGE BROWN COLLEGE Y HUMBER-GUELPH UNIVERSITY (12 al 9 de noviembre)**

Del 12 al 19 de noviembre del presente año la OCEX Toronto desarrollo actividades de promoción de destinos turísticos, productos y gastronomía peruana en prestigiosos centros de educación superior de esta ciudad.

Por segundo año, el Centro para la Hotelería y Artes Culinarias de George Brown College fue el escenario de una clase magistral de cocina peruana a cargo del reconocido Chef Guillermo Russo quien demostró al público asistente la preparación de diversos platos peruanos típicos tales como el ceviche y la causa, así como innovaciones sobre la base de productos peruanos tales como la quinua caramelizada y el “mousse de Lúcumá”. Gracias a la acogida e impacto que tuvo este evento, Los directivos de George Brown están evaluando incluir en el currículo de estudios de la escuela de chef, una sección dedicada a la gastronomía peruana.

Por otra parte, el 18 y 19 de noviembre, Perú estuvo presente en la “International Educational Week” organizada por la Universidad Humber para promocionar la riqueza cultural, turística y gastronómica de del mundo; especialmente los países de origen de los estudiantes extranjeros que acoge dicha casa de estudios. En esta ocasión, la OCEX Toronto realizó una actividad de degustación de platos típicos peruanos y de promoción turística. Esta última a través de la difusión de videos de la marca país y la provisión de información sobre nuestros principales atractivos turísticos a más de 900 personas entre alumnos y docentes.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Durante el año se abren ventanas de promoción que pueden ser aprovechadas, tal es el caso del Toronto Internation Film Festival durante el 3er trimestre. En esta edición del festival se presentó 01 película peruana (Magallanes) y llegaron a Toronto actores, directores y personalidades vinculadas a la industria del cine nacional. Este evento pudo ser aprovechado para poner al Peru en vitrina.

Se requiere flexibilidad en el uso de los fondos para aprovechar las posibilidades de promoción.