



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 II TRIMESTRE 2016 OCEX LOS ÁNGELES

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

La costa oeste de Estados Unidos tiene un potencial económico inmenso, y se presenta como un mercado sumamente atractivo para los exportadores peruanos, para atraer mayor número de turistas, para identificar potenciales inversionistas, así como para posicionar la marca país. Es por esa razón que las actividades que esta OCEX realiza se enfocan en aprovechar y maximizar estratégicamente las oportunidades que existen en todos los sectores bajo su responsabilidad.

Como se puede observar en las tablas anteriores, las exportaciones no tradicionales a Estados Unidos han crecido en 5% durante los primeros cinco meses del año debido, principalmente, al incremento de las exportaciones en los sectores Agropecuario y Textil, los cuales han experimentado incrementos de 7% y 3% respectivamente.

Adicionalmente, debe resaltarse que las exportaciones no tradicionales a la costa oeste Estados Unidos han crecido en 8% durante los primeros cinco meses del año, estando por encima del incremento promedio del país. Esto es debido, principalmente, a la mejora de las exportaciones en los sectores Agropecuario y de Pesca, los cuales han experimentado incrementos de 13% y 5% respectivamente.

Con respecto a las confecciones, los envíos a la costa oeste de los Estados Unidos sufrieron una caída de 8% comparado a la caída de 3% en todo el país. Esto se debe a que las exportaciones peruanas de confecciones han ingresado por la costa este de los Estados Unidos.

Por otra parte, a continuación, se muestra la variación de las ventas de los productos priorizados por esta OCEX para el 2016 durante los primeros cinco meses del año.

En el caso del comportamiento durante los primeros cinco meses del año de los productos priorizados por esta OCEX, debe destacarse principalmente las ventas obtenidas por los productos agropecuarios, los cuales han crecido en su mayoría frente a los productos textiles que presentan resultados negativos.

En este sentido, productos como el mango, las mandarinas o las uvas han experimentado incrementos de 60%, 49% y 41% respectivamente. Cabe destacar, además, que los arándanos y el café son los productos priorizados que más han aumentado en este periodo crecimientos de 840% y 90% respectivamente.

En el caso de las exportaciones de los productos textiles, siguiendo la tendencia en todo el país, en la costa oeste los suéteres de algodón cayeron 31% mientras en todo el país cayeron 9%. En el caso de las prendas de bebés debido a mayores envíos a la costa este del país, estas exportaciones en la costa oeste cayeron 2%.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

Por último, y por ser un producto diferente a la oferta exportable peruana tradicional, debe resaltarse los resultados obtenidos durante estos cinco primeros meses del año por las placas y baldosas, con un incremento de 58%.

1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Ninguna, todos los temas regulatorios se deciden y administran en Washington DC.

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

En el marco de la estrategia de promoción de las exportaciones, y considerando la coyuntura actual, la participación en ferias y la organización de misiones constituyen sin duda una valiosa herramienta mediante la cual esta Oficina Comercial fortalece sus vínculos tanto con compradores norteamericanos como con las empresas exportadoras peruanas. Las ferias son espacios perfectos que sirven para conectarse con el mercado, conocer tendencias e identificar las necesidades y oportunidades en los diferentes sectores. Asimismo, se da un acercamiento con las empresas peruanas, lo que permite brindar asesoramiento y recomendaciones, a la vez que se plantea de manera conjunta con las empresas las estrategias para expandir la presencia de los productos peruanos en este territorio. En ese sentido, la oficina comercial cumple un rol de identificación de oportunidades comerciales, ampliación de contactos, y generación de agendas de negocio con empresas que han sido contactadas previamente a la feria para que se reúnan con las empresas expositoras, tanto en la misma feria, como en misiones comerciales individuales y/o grupales.

Feria Summer Fancy Food

Nueva York, NY 26-28 Junio

En la edición 2016 de esta feria asistieron más de 47,000 profesionales de la industria de alimentos gourmet, más de 2,670 expositores provenientes de 55 países. En dicho evento se promovió y generó nuevos negocios en el sector de alimentos procesados y gourmet. En coordinación con Promperú la OCEX de Los Ángeles apoyó a la delegación peruana en la feria, con contactos y reuniones para los exportadores de productos alimenticios procesados, gourmet y de valor agregado que participaron.

Adicionalmente, esta identificación de contactos durante la feria sirvió para identificar y expandir la lista de invitados potenciales a Expoalimentaria 2016.

Misión Comercial hacia EE.UU. de Chocolates Finos

Los Ángeles, CA 24-26 Mayo

Se organizó una misión comercial a la ciudad de Los Ángeles para cinco empresas peruanas productoras de chocolate orgánico/gourmet, en donde se concretaron 42 reuniones con 17 distribuidores, mayoristas y cadenas de supermercados norteamericanos. Las empresas norteamericanas con las que se concretaron reuniones tienen un nivel de ventas de entre US\$



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

1.7 millones y US\$ 216 millones. En estas reuniones las empresas peruanas tuvieron la oportunidad de conocer a las empresas norteamericanas y presentarles la variedad de sus productos. El resultado de esta serie de reuniones fue positivo para ambas partes, algunas ya que algunas empresas iniciaron procesos de negociaciones con distribuidores norteamericanos para realizar pedido en el medio plazo.

Las empresas peruanas que participaron de esta misión fueron: AMAZ FOODS S.A.C, EMPRESA NACIONAL DE CACAO S.A.C, Q'UMA CHOCOLATES, PACHA MAMA FOODS S.A.C., SHATTELL CHOCOLATE.

Feria Gastronómica Food & Wine Classic

Aspen, CO 17-19 Junio

Considerada la feria gastronómica de mayor importancia en Estados Unidos, este evento en su edición del 2016 contó con la participación de más de 5,000 asistentes, entre los cuales destaca la participación de más de 550 expertos restauranteros o 70 chefs/celebridades internacionales, entre otros. Adicionalmente, debe destacarse que este evento fue cubierto por más de 150 reporteros de reconocidos medios norteamericanos como Forbes, Times y por supuesto la revista especializada Food & Wine.

La oficina comercial en Los Ángeles coordinó por cuarto año consecutivo la degustación de más de 5800 platillos elaborados con los productos más distintivos del Perú entre ellos Quinoa, Ají amarillo, palta, entre otros y 2000 cocteles en base a pisco, con la finalidad de promover una imagen moderna y sofisticada de la gastronomía peruana. También se repartieron más de 1,000 artículos promocionales e información de recetas promoviendo la marca país. Otro punto importante que se consideró durante la Feria Food & Wine fue la interacción entre el chef/los platillos peruanos y los asistentes del evento para promover el Perú como el destino culinario más importante de Latino América.

Es importante resaltar que la presencia de Perú fue cubierta por las cadenas de TV 82 Aspen TV, Telemundo, las revistas Food & Wine, Just Luxe, Resident Magazine, el diario New York Daily News, la estación de radio KSPN, entre otros.

Feria Perú Moda 2016

Lima, Perú 20-22 Abril

En dicho evento se promovió la oferta exportable peruana en confecciones, calzado y joyería. Para ello, esta OCEX identificó y reclutó compradores norteamericanos de la costa oeste de Estados Unidos para participar en esta feria de confecciones y moda.

Como resultado de este trabajo, se logró obtener 75 registros y terminaron asistiendo 51 compradores de esta jurisdicción, alcanzando un crecimiento de 40% en el número de asistentes con respecto al año anterior. Cabe resaltar, entre las empresas que esta oficina facilitó que asistieran al evento, empresas como Guess Inc. o Tommy Bahama, líderes del sector en Estados Unidos, presentes en más de 80 países y con ventas anuales en 2015 de US\$ 2 mil millones y US\$ 500 millones respectivamente.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

Convocatoria Feria Expoalimentaria 2016

Como componente importante en la facilitación de negocios para las empresas peruanas en el sector de alimentos, la oficina comercial de Los Ángeles está identificando y convocando a distribuidores, mayoristas y cadenas de supermercados norteamericanas de la Costa Oeste de Estados Unidos a participar en esta feria alimentaria. Hasta el momento se han contactado alrededor de 2,000 empresas por teléfono y/o correo electrónico para promover su participación en Expoalimentaria 2016 de los cuales se han logrado 52 registros. Estas empresas se han seleccionado en base a su compatibilidad con la principal oferta peruana, su nivel de ventas e importaciones, conocimiento del mercado peruano, entre otros.

Inteligencia Comercial – Boletín Inteligencia de Mercado EE.UU.

Es un aporte conjunto de las OCEX de EE.UU. donde se brinda información clave sobre las tendencias de consumo y oportunidades comerciales en el mercado norteamericano. También sirve como guía de acceso al mercado para las empresas peruanas interesadas en exportar a los Estados Unidos. Durante el segundo trimestre del año se elaboraron tres boletines de inteligencia comercial.

Cuadro resumen de actividades realizadas ¹

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
Feria Summer Fancy Food	Alimentos	33	400
Misión comercial hacia EE.UU. de Chocolates Finos	Alimentos	5	42
Feria Food & Wine	Turismo, gastronomía, imagen país	N/A	N/A
Feria Perú Moda 2016	Confecciones	150	51
TOTAL		188	493

¹ El monto de “transacciones comerciales” es una práctica que utiliza Promperú para las ferias que organiza y la cual concreta a través de encuestas para las empresas peruanas participantes. Dicha información es administrada y recopilada por Promperú, por lo que esta Oficina Comercial no tiene información al respecto. En todo caso, nuestra responsabilidad estaría en levantar dicha información con los importadores y/o compradores norteamericanos que participan en los eventos organizados por esta Oficina Comercial. Lamentablemente, esta no es una práctica común en Estados Unidos y las empresas norteamericanas no divulgan esa información porque es percibida como un compromiso o contingencia legal. Si bien esta Oficina Comercial ha hecho el esfuerzo de recopilar dicha información de diversas maneras y ocasiones, las respuestas siempre han sido negativas.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

1.3 ATENCIÓN DE CONSULTAS

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas
Textil	5	5	-	-
Agro	26	26	19	19
Manufacturas diversas	7	7	-	-
Pesca	2	2	-	-
Servicios	-	-	1	1
TOTAL	40	40	19	19

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

Feria Gastronómica Food & Wine Classic

Aspen, CO 17-19 Junio

Es importante mencionar que durante el evento Food & Wine 2016 se promocionó el turismo gastronómico del Perú. En un evento de tal magnitud como lo es el Food & Wine se trabajó en conjunto con el Chef seleccionado para dicho evento y la comitiva de esta OCEX para promover la gastronomía enfocándose en crear un vínculo entre los platos peruanos y los asistentes de la Feria. Promocionando la buena imagen de la gastronomía peruana mediante degustaciones de alimentos y bebidas tradicionales se incentiva el interés en los consumidores por conocer más sobre la cultura y el arte culinario peruano. Adicionalmente, durante todos los días de la feria se realizó un trabajo de promoción de la marca país, incluyendo souvenir, publicidad como el recorrido diario de un bus marca país promocionando por la ciudad de Aspen la imagen de Perú entre todos los locales y asistentes del evento.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

Como parte de las actividades relacionadas a la promoción de inversiones, esta Oficina Comercial prioriza los sectores de Energía e Infraestructura, habiendo materializado ocho reuniones con potenciales inversionistas.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con el objetivo de seguir contribuyendo al aumento de las exportaciones peruanas a la costa oeste de EE.UU., la OCEX Los Ángeles lleva a cabo diferentes actividades comerciales para facilitar el acceso de los productos al mercado y mejorar el conocimiento que tienen los consumidores norteamericanos sobre la oferta exportable peruana. Para ello, se deben destacar las principales actividades realizadas como la participación y apoyo a todos los exportadores peruanos presentes en las ferias dentro del territorio de esta OCEX durante el presente año en coordinación con Promperú. Asimismo, esta OCEX lleva a cabo la elaboración de agendas específicas para las empresas peruanas participantes en todas las ferias de la costa oeste de EE.UU.

Otra estrategia comercial que lleva a cabo esta OCEX es la organización de misiones comerciales durante el año. El objetivo de estas misiones es facilitar el acceso y el conocimiento de las empresas peruanas al mercado norteamericano y generar nuevas oportunidades de negocio con la visita de los



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

compradores directamente a las fábricas o centros productivos. Adicionalmente, esta OCEX seguirá identificando oportunidades de mercado para proponer a exportadores peruanos la realización de misiones individuales en estados o mercados potenciales para sus categorías de producto.