



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 MIAMI

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

- Las exportaciones no tradicionales a Estados Unidos crecieron 4,16% en el periodo de enero a mayo de 2016 en comparación con el año anterior, y alcanzando la cifra de US\$1,13 mil millones. Esta cifra representa el 28% de las XNT de Perú al mundo.
- Los principales productos no tradicionales exportados entre enero y mayo de 2016 a EEUU son: espárragos frescos, US\$66,14 millones; uvas frescas, US\$55,6 millones; plata en bruto, US\$52,21 millones; fosfatos de calcio, US\$47,86 millones; T-shirts de punto de algodón, US\$45,25 millones; y mangos frescos, US\$34,79 millones.
- A pesar de que OCEX Miami no tiene asignada la región Caribe, destacamos los principales destinos del área para nuestras exportaciones no tradicionales: República Dominicana fue el principal destino de nuestras XNT en el periodo mencionado acumulando US\$30,6 millones con un descenso de 14,6%; Puerto Rico importó US\$21,5 millones con un crecimiento de 5,6%; Jamaica fue destino de US\$3,3 millones exportados desde Perú, lo que supuso un aumento de 45,4%; y Cuba realizó compras por valor de US\$2,6 millones, descenso de 31,2% con respecto al periodo de enero a mayo de 2015.
- El distrito de Miami es el principal destino de las exportaciones peruanas a EE.UU., habiendo adquirido US\$1,24 miles de millones de nuestros productos en el último año (24,5% del total en todo el país). Esto significó una subida de dos puestos de Perú a la posición número 7 del ranking de principales socios comerciales de Miami. Este dato implica un aumento de 26,43% en las compras de productos de Perú desde este distrito, cuya lista viene encabezada por oro, vegetales frescos, plata, T-shirts de punto, filetes de pescado congelado, camisas de hombres y niños de punto, sweaters de punto, crustáceos, y frutas frescas.
- Se ha observado una creciente tendencia en los formatos de “food-truck” para servicios de alimentación en EEUU, esto es, caravanas móviles que extienden la presencia de restaurantes consolidados en otros puntos de las ciudades de manera itinerante, ofreciendo comida preparada en el momento, y donde ya se incluye la gastronomía peruana.
- Existe un creciente interés del consumidor en EEUU por los tipos de cocina con sabores picantes, por lo que la oferta de productos relacionados –incluyendo los incondicionales ketchup y mostaza en el país– tienden a presentar perfiles de sazones picantes, a través del uso de condimentos más atrevidos e interesantes. Parte de la tendencia también aplica a los productos naturales y



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

orgánicos, prestando camino al potencial éxito de los ajíes peruanos en este mercado de salsas y aderezos.

- Las ventas de productos frescos orgánicos han experimentado un crecimiento de 12% en 2014 con unas ventas de US\$12 mil millones. Estas ventas están impulsadas por un incremento en la disponibilidad y accesibilidad de estos productos, que se encuentran tanto en tiendas de productos naturales como en supermercados de mercancía general. El tipo de consumidor de orgánicos es cada vez más variado y extenso, teniendo que 16% de las familias hispanas en EE.UU. consume productos orgánicos, en comparación al 7% que lo hacía hace cuatro años.
- Hay un creciente interés en la demanda de prendas para fitness gracias a la gran acogida de los estilos de vida saludables y a la búsqueda de funcionalidad en los armarios. En concreto, se estima un crecimiento de 4% en las ventas de ropa deportiva, hasta alcanzar a final de 2015 la cifra de US\$81,7 miles de millones.
- Las perspectivas para las nuevas tendencias de alimentos naturales y orgánicos incluyen gran potencialidad para la palta, la papa morada y el maíz morado como ingredientes en productos con valor agregado.
- La detección de una plaga en el estado de Arkansas prevé efectos negativos en las cosechas de diversos cultivos entre los que resaltan los tomates, los pimientos, las papas y berenjenas.

1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Norma (denominación)	Revisión del análisis de riesgo de plagas para ingreso de higos frescos peruanos en EEUU continental
Descripción (Qué barrera origina)	El Departamento de Agricultura de EEUU aprobó abrir a comentario público el análisis realizado para permitir la importación de higos frescos desde Perú
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Se abrió el periodo para revisión y comentario público hasta el 13 mayo 2016
Acción realizada por la OCEX	Seguimiento y estudio de oportunidades comerciales
Enlace de acceso a la norma	https://www.federalregister.gov/articles/2016/03/14/2016-05669/notice-of-availability-of-a-pest-risk-analysis-for-the-importation-of-fresh-figs-from-peru-into-the

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

Norma (denominación)	Revisión del análisis de riesgo de plagas para ingreso de granadas frescas peruanas en EEUU continental
Descripción (Qué barrera origina)	El Departamento de Agricultura de EEUU aprobó abrir a comentario público el análisis realizado para permitir la importación de granadas frescas desde Perú
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Se abrió el periodo para revisión y comentario público hasta el 13 mayo 2016
Acción realizada por la OCEX	Seguimiento y estudio de oportunidades comerciales
Enlace de acceso a la norma	https://www.federalregister.gov/articles/2016/03/14/2016-05670/notice-of-availability-of-a-pest-risk-analysis-for-the-importation-of-fresh-pomegranates-from-peru

Norma (denominación)	Facilitación para el acceso de espárragos peruanos a EEUU
Descripción (Qué barrera origina)	En la actualidad se requiere que los espárragos peruanos pasen por un tratamiento de fumigación para su importación en EEUU. USDA está evaluando la relajación de esta normativa para facilitar el ingreso de nuestros espárragos, lo que resultaría en una mayor competitividad en el mercado.
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Mayo 2016, a la espera de abrir a comentario público la nueva propuesta regulatoria durante el tercer trimestre del año
Acción realizada por la OCEX	Seguimiento e impulso a la eliminación de este tratamiento para nuestros espárragos, en coordinación con instituciones locales.
Enlace de acceso a la norma	http://www.freshfruitportal.com/news/2016/05/12/peru-gets-closer-to-u-s-asparagus-market-access-without-fumigation/

Agencia Promotora - País	Colombia, Brasil, España, Unión Europea, Canadá, etc
Acción de Promoción	Promoción servicios tecnológicos con pabellones nacionales en feria eMerge Americas 2016
Público Objetivo	Profesionales del sector tecnológico y sector servicios, compradores, empresarios e inversores internacionales
Descripción del formato de la actividad	Feria comercial, cumbre, networking
Productos Promocionados	Software, servicios de publicidad, educación, seguridad, estrategias digitales

1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

A continuación se detalla la relación de actividades desarrolladas durante el segundo trimestre para la promoción de las exportaciones.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- **SCAA**
Lugar de realización: Atlanta, Georgia
Fecha de realización: 15 al 17 de abril, 2016
Comentarios sobre la actividad: Evento de promoción de café gourmet donde Perú participó con **20 asociaciones o cooperativas** de empresas exportadoras. Esta actividad fue coordinada por Promperú, y desde la OCEX se apoyó en las coordinaciones necesarias (incluyendo búsqueda de traductores/intérpretes y fotógrafo), y se realizó además la difusión de nuestra participación entre compradores potenciales. Durante el evento se realizaron catas de café peruano a los visitantes de perfil profesional. Hasta la fecha no se ha recibido de Promperú el monto negociado o esperado por parte de las cooperativas y asociaciones participantes en esta edición de la feria, primera en la jurisdicción de OCEX Miami.
- **Pisco Nights**
Lugar de realización: Miami, Florida
Fecha de realización: abril a agosto, 2016
Comentarios sobre la actividad: 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. En esta edición participan **4 marcas de pisco y 7 restaurantes locales**. Durante el segundo trimestre se han realizado coordinaciones con las marcas y entrenamiento a los restaurantes participantes, además de continuar con la estrategia de promoción en las redes sociales. Cada local comenzó su programa en fechas diferentes, cada uno tiene una duración de 12 semanas.
- **eMerge Americas**
Lugar de realización: Miami, Florida
Fecha de realización: 18 al 19 de abril, 2016
Comentarios sobre la actividad: Se realizó la prospección de la tercera edición de esta feria, enfocada en el mundo tecnológico. El evento es organizado por Technology Foundation of the Americas con el objetivo de convertir a Miami en el hub tecnológico de las Américas. Es una feria para profesionales del sector, y que ofrece al público visitante una exposición de las últimas tendencias tecnológicas en el salón de expositores, diversas cumbres, eventos de networking, competición de nuevas empresas y feria de empleo, entre otras.
Se considera un evento interesante para la promoción de tecnología y servicios en el mercado del sureste de EEUU, por lo que OCEX recomienda la participación agrupada de empresas peruanas bajo pabellón nacional, siguiendo el mismo formato que el resto de países participantes.
- **Perú Moda/Perú Gift**
Lugar de realización: Lima, Perú
Fecha de realización: 20 al 21 de abril, 2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

Comentarios sobre la actividad: desde OCEX Miami se trabaja anualmente en la difusión y convocatoria del evento entre los compradores del sector de vestimenta y artículos de regalo, obteniendo en esta edición el registro de 84 compradores del sureste de EEUU, Puerto Rico y República Dominicana, y que representó el 65% de todos los registros desde EEUU. El monto negociado a 12 meses por las empresas que asistieron y reportaron compras fue de **US\$6,3 millones**, lo que supone una cifra 34% superior a lo estimado en la edición anterior.

- **Misión a Texas**

Lugar de realización: Houston, San Antonio y Dallas (Texas)

Fecha de realización: 2 al 6 de mayo, 2016

Comentarios sobre la actividad: OCEX Miami realizó la segunda misión comercial de Perú al estado de Texas, en coordinación con AmCham Perú. La delegación estuvo formada por tres empresas del sector agroindustrial, además de los representantes de OCEX y AmCham: Sociedad Agrícola Saturno, Tal SA y Biosterre. La comisión mantuvo reuniones programadas por OCEX con entidades públicas y privadas, incluyendo empresas logísticas y autoridades de puerto y aeropuerto, 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.

La evaluación de la agenda arroja resultados de al menos **US\$1,3 millones** en ventas estimadas para el próximo año gracias a la actividad, habiendo logrado concretar negocios durante la misión. Los participantes valoraron la agenda comercial con un puntaje de 4,2 en una escala del 1 al 5, resaltando haber resultado no solo positiva para el cierre de negocios sino también formativa para el buen funcionamiento de las actividades comerciales.

- **Centro Exporta**

Lugar de realización: Ica, Perú

Fecha de realización: 26 de mayo, 2016

Comentarios sobre la actividad: OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con el sector agroindustrial de biocomercio. Se obtuvo el registro de 2 empresas, de las cuales asistió 1. Las compras reportadas a Promperú por la empresa participante de nuestra área fueron de **US\$250 000** durante los siguientes 12 meses.

- **Norte Exporta (sector pesca)**

Lugar de realización: Piura, Perú

Fecha de realización: 26 de mayo, 2016

Comentarios sobre la actividad: OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con el sector pesquero. Se obtuvo el registro de 1 empresa, pero Promperú no le otorgó beneficio.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- **Miami Fashion Week**

Lugar de realización: Miami, Florida

Fecha de realización: 2 al 5 de junio, 2016

Comentarios sobre la actividad: Semana de la Moda en Miami donde se dan cita medios de prensa, blogueros, artistas de cine, radio y televisión locales, personas vinculadas al arte, dueños de boutiques, representantes de centros comerciales y cadenas de tiendas de ropa, entre otros. OCEX coordinó la participación de 4 diseñadores peruanos (**Aguaclara Swimwear, Ana Maria Guiulfo, Claudia Bertolero y Yirko Sivirich**) en la pasarela de los días 4 y 5 de junio. De forma paralela se apoyó en la celebración de eventos relacionados para la promoción y difusión de la cultura y gastronomía peruana.

El objetivo de la participación peruana fue impulsar las marcas y diseñadores peruanos con el fin de diversificar los canales de distribución de las exportaciones peruanas del Sector Textil Confecciones en el mercado estadounidense. Eventos como los fashion shows y semanas de la moda son plataformas importantes para difundir y dar a conocer nuestra oferta exportable de diseñadores y marcas peruanas a nivel internacional.

La delegación peruana estuvo cubierta por varios medios de comunicación, tales como Fox News, New York Style Guide, Mujer Latina USA, UPI, Getty Images, El Latinoamérica, Miami.com, ElSalvador.com, Zimbio.com, Miami Times, Conestilotv.com. SFL Style Magazine, Examiner, Venue Magazine, Glamour México, Hispanically Yours, El Universal de México, El Nuevo Herald, Sun Sentinel, Miami Fashion Spotlight, Doral Times, Vida Latina SD, así como Bloggers invitadas especialmente para el evento y cobertura en las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat y Periscope. Además tuvieron entrevistas con Terra.com, Hola! Made in Usa y Telemundo.

- **FICAFE**

Lugar de realización: Satipo, Perú

Fecha de realización: 16 al 19 de junio, 2016

Comentarios sobre la actividad: OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con el sector de café.

- **Expoamazónica**

Lugar de realización: Tingo Maria, Perú

Fecha de realización: 15 de julio, 2016

Comentarios sobre la actividad: Durante el segundo trimestre OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con el sector de café, cacao y superfoods. Se obtuvo el registro de 3 empresas, una de las cuales recibió beneficios pero canceló en el último momento por enfermedad.

- **Peru Service Summit**

Lugar de realización: Lima, Perú

Fecha de realización: 11 al 14 de julio, 2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

Comentarios sobre la actividad: Durante el segundo trimestre OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con el sector de servicios.

- **Proyecto Internacionalización marcas textiles (Mercedes)**

Lugar de realización: EEUU

Fecha de realización: enero a junio, 2016

Comentarios sobre la actividad: Programa piloto de ventas en boutiques a nivel nacional de Estados Unidos. De los 12 diseñadores considerados inicialmente, aproximadamente 8 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.

Todos los diseñadores mostraron un avance en términos de la preparación para vender en este mercado con gestiones que son básicas en EEUU, pero que la industria de moda en Perú no aplica aún. Esto incluye preparación de linesheets y lookbooks así como cambios a sus páginas web y presencia en las redes sociales de EEUU. Poder llegar a desarrollar estas necesidades tomó la mayoría del piloto y resultó muy positivo.

En la segunda fase disminuyó el número de participantes por el escaso nivel de coordinación presentado por parte de algunos diseñadores. Con los diseñadores restantes (Amantani, Escudo, Claudia Bertolero y Ana Maria Guilfo) se organizó la presencia en ferias comerciales de moda: WWD Emerging Designers, Stitch y EDIT. El grupo de participantes peruanos reportó ventas a al menos 16 boutiques. El proyecto apoyó a las marcas en la preparación y coordinación para atender a los compradores en un tiempo razonable, investigación de sus costos de overhead para entrar con precios más competitivos, y mayor desarrollo de sus páginas web.

Cabe resaltar que en el caso de la MODA, el reconocimiento de marca es más importante que el volumen de ventas al principio, porque es este posicionamiento el que incentiva las ventas. La MODA no es comparable a SOURCING porque nunca se vende en cantidades masivas como es el caso con SOURCING.

El Piloto fue bastante exitoso para determinar qué preparación necesita la industria de la MODA en Perú, preparar a varios diseñadores, y determinar la mejor manera de comercialización en este mercado considerando la experiencia ganada durante la segunda fase.

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

- **Hostel Cuba**

Lugar de realización: La Habana, Cuba

Fecha de realización: 17 al 19 de mayo, 2016

Comentarios sobre la actividad: El CEC realizó una visita a este evento con el objetivo de prospectar la feria y reunirse con las entidades de Cuba nuevamente para continuar reforzando nuestra intención para el desarrollo de una estrecha relación comercial con el país caribeño, y continuar con la exploración del mercado cubano y las oportunidades que esta feria en particular pueda representar para nuestras empresas exportadoras de bienes y servicios. Es esta una feria que se realiza cada 2 años, y sus sectores de exposición incluyen equipos de maquinaria para hostelería, mobiliario y decoración, menaje de cocina, uniformes, equipos y productos para lavandería, tintorería y limpieza, franquicias, así como también heladería, y pastelería/panadería, entre otros. La OCEX recomienda la participación de Perú en la edición de 2017.

- **Summer Fancy Foods**

Lugar de realización: Nueva York, EEUU

Fecha de realización: 24 al 28 de junio, 2016

Comentarios sobre la actividad: Evento desarrollado cada año en Nueva York con importante participación de exportadores peruanos con oferta exportable de productos alimentarios procesados con valor añadido. La participación del CEC se enfocó en el apoyo a las empresas exportadoras, prospección de nuevos productos y tendencias en el sector de alimentos gourmet, y contacto con nuevos compradores potenciales de la jurisdicción de OCEX Miami.

Cuadro resumen de actividades realizadas

Actividad	Sector	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes
SCAA	Café	20	
Pisco Nights	Pisco	4	7
Perú Moda/Gift	Vestimenta/Art. regalo		36
Misión Texas	Agroindustrial	3	7
Centro Exporta	Agroindustrial		1
Miami Fashion Week	Vestimenta	4	
TOTAL		31	51

* Completar cuando la actividad es feria, misión, Expo Perú, rueda de negocios.

1.2.2 ACTIVIDADES EN PROCESO

A continuación se detalla la relación de actividades coordinadas durante el segundo trimestre para la promoción de las exportaciones, cuya ejecución no necesariamente tiene lugar en este periodo.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

- **Proyecto textil Beth Sobol**

Lugar de realización: Miami, Florida

Fecha de realización: enero a diciembre, 2016

Comentarios sobre la actividad: Programa piloto desarrollado para la educación, guía y desarrollo de **10 profesionales de la industria de la moda** en el competitivo mercado de Estados Unidos, haciendo un enfoque especial en el sector de ventas online (por la razón antes mencionada en el piloto de Mercedes). Así, este piloto comprende el desarrollo de una plataforma de ventas online creada por ejecutivos que anteriormente han manejado las compras de Macy's y Louis Vuitton, y otros elementos como webinars y talleres interactivos, presencia en showroom virtual promocionando las marcas a compradores, agentes y otros representantes, y misión de compradores a Perú.

- **Tales of the Cocktail**

Lugar de realización: Nueva Orleans, Louisiana

Fecha de realización: 21 al 22 de julio, 2016

Comentarios sobre la actividad: Participación de Perú, por segunda ocasión, 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 interactivo, incrementando así la visibilidad y conocimiento de la categoría de pisco a nivel nacional, y contando con la participación de marcas de pisco peruanas. Durante el primer y segundo trimestres se ha gestionado la participación de las **9 marcas de pisco** y se ha realizado la coordinación de las actividades a realizar.

- **Americas Food & Beverage**

Lugar de realización: Miami, Florida

Fecha de realización: 26 al 27 de septiembre, 2016

Comentarios sobre la actividad: Durante el segundo trimestre se han realizado coordinaciones para la participación de Perú con pabellón nacional en esta feria regional de alimentos y bebidas. Se ha coordinado con CCL la participación de **8 exportadores** de diversos productos de valor agregado, haciendo presentación de oportunidades vía webinar, y OCEX está desarrollando el diseño del pabellón y la gestión de las agendas comerciales individuales.

- **Expoalimentaria**

Lugar de realización: Lima, Perú

Fecha de realización: 28 al 30 de septiembre, 2016

Comentarios sobre la actividad: Durante el segundo trimestre OCEX Miami preparó la convocatoria en el sureste de EEUU, y difundió el evento entre las empresas relacionadas con los sectores agroindustrial y pesquero, haciendo seguimiento semanal a los registros. Hasta la fecha se ha obtenido el registro de 80 empresas del sureste de EEUU y Caribe.

**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	10	8	3	3
Agro	25	22	7	6
Manufacturas diversas	10	10	1	1
Pesca	2	2	1	1
Servicios	0	0	1	1
Inversiones	3	2	0	0
Turismo	1	1	1	1
TOTAL	51	45	14	13

Adicionalmente, se desarrollaron 3 agendas comerciales durante el segundo trimestre:

- Empresa Peru Plast (7-9 junio, Miami y Orlando), se desarrolló una agenda de 6 citas con compradores potenciales de envases flexibles. La empresa no ha reportado hasta la fecha el monto estimado de ventas.
- Empresa MP Pack (8-9 junio, Miami), se desarrolló una agenda de 9 citas con compradores de productos pesqueros. Ha reportado un monto de ventas aproximado de US\$1 millón.
- Universidad del Pacífico (25-27 julio, Miami), en el segundo trimestre se comenzó a desarrollar una agenda de citas empresariales con diversas instituciones locales y empresas privadas, como apoyo anual de la OCEX al programa de integración y visitas empresariales de esta universidad.

Estas agendas comprenden ventas que se deben incluir como logros pero lamentablemente no todas las empresas reportan sus ventas después de realizar las agendas ya que no tienen obligación de hacerlo.

2. PROMOCIÓN DE TURISMO

2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

A continuación se detallan las actividades desarrolladas durante el segundo trimestre para la promoción del turismo.

- **Comercial en taxis de Miami**
Lugar de realización: Miami, Florida
Fecha de realización: 1 al 30 de junio, 2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

Comentarios sobre la actividad: Durante la semana que se realizó el Miami Fashion Week y durante todo el mes de junio, la OCEX Miami contrató los servicios de una empresa para que en las pantallas de los taxis de la ciudad de Miami se difundiera un video promocional mostrando al Perú como un destino turístico. Esta difusión no solo abarca al público objetivo que concurrió al Miami Fashion Week, sino también a los turistas de todas partes del mundo, debido a que la ciudad de Miami es un destino internacional de turismo. Es importante mencionar que la empresa encargada de este servicio nos proporcionará información acerca del impacto del video en los taxis al finalizar esta campaña de difusión, que incluye su transmisión también en taxis de Nueva Orleans durante la semana de celebración de Tales of the Cocktail en el mes de julio.

- **FCCA Nueva Orleans**

Lugar de realización: Nueva Orleans, Louisiana

Fecha de realización: 22 al 23 de junio, 2016

Comentarios sobre la actividad: Participación en la Conferencia FCCA PAMAC donde se dieron cita más de 150 asistentes, entre los que se incluyeron importantes ejecutivos de líneas de cruceros. El evento contó con reuniones y talleres para analizar las tendencias y estándares de la industria de cruceros, además de desarrollar las relaciones y beneficios de las líneas de cruceros, empresas afines y países destino en las rutas. El CEC aprovechó el evento para difundir las diversas oportunidades que Perú ofrece a esta industria.

- **Starwood**

Lugar de realización: Dallas, Texas, y Charlotte, Carolina del Norte

Fecha de realización: 1 de junio a 28 de septiembre de 2016

Comentarios sobre la actividad: Proyecto para la promoción de Perú como atractivo turístico a través de actividades en dos centros comerciales de la cadena Starwood, en Northlake Mall de Charlotte (NC) y The Shops at Willow Bend en Dallas (TX). El objetivo es promover el atractivo de Perú como destino turístico e impulsar la acogida de productos peruanos entre los consumidores finales, a través de la realización de diferentes actividades durante la duración de la campaña. Durante el segundo trimestre dio comienzo la primera fase en el centro comercial de Charlotte, Carolina del Norte, desde el 1 de junio hasta el 27 de julio. El programa continuará en el centro comercial The Shops at Willow Bend de Dallas-Texas del 3 de agosto al 28 de septiembre de 2016.

El centro comercial Northlake Mall está situado en la zona metropolitana de North Charlotte, como principal área comercial del lugar, y cuenta con varias tiendas ancla, salas de cine, y 150 tiendas y restaurantes. La campaña cuenta con las siguientes actividades: quiosco de información al cliente, paneles de activación para que los visitantes se hagan selfies con fondos de atractivos turísticos de Perú y usando los hashtags de la campaña en las redes sociales, descuentos especiales en productos peruanos de venta en el mall, agencia de turismo promocionando paquetes vacacionales a Perú, ubicación de banners y posters por todo el centro comercial, inclusión de marca Peru y avisos publicitarios en página web. Adicionalmente,



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

durante la campaña se trabaja para agregar nuevos productos peruanos en los menús de los bares y restaurantes.

Northlake mall en Carolina del Norte es la primera fase de un programa de 4 meses de duración. Los resultados finales no serán conocidos hasta que finalice el proyecto.

2.1.2 ACTIVIDADES EN PROCESO

A continuación se detalla la actividad coordinada durante el segundo trimestre para la promoción del turismo, cuya ejecución tiene lugar en otro trimestre.

- **Starwood**

Lugar de realización: Dallas, Texas, y Charlotte, Carolina del Norte

Fecha de realización: Durante 8 semanas cada uno en 2016

Comentarios sobre la actividad: Realización de campaña de promoción del turismo y comercio en dos centros comerciales de la cadena Starwood, en Northlake Mall de Charlotte (NC) y The Shops at Willow Bend en Dallas (TX). El objetivo es promover el atractivo de Perú como destino turístico e impulsar la acogida de productos peruanos entre los consumidores finales, a través de la realización de diferentes actividades durante la duración de la campaña. Durante el primer trimestre, OCEX ha estado coordinando el material y presentación de la campaña.

Durante el segundo trimestre dio comienzo la primera fase en el centro comercial de Charlotte, Carolina del Norte, desde el 1 de junio hasta el 27 de julio. El programa continuará en el centro comercial The Shops at Willow Bend de Dallas-Texas del 3 de agosto al 28 de septiembre de 2016.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

A continuación se detallan las actividades desarrolladas durante el segundo trimestre para la promoción de la inversión.

- **Foro sobre perspectivas con las elecciones 2016**

Lugar de realización: Miami, Florida

Fecha de realización: 11 de mayo, 2016

Comentarios sobre la actividad: Organización de evento para la promoción de la inversión y del comercio, destacando las perspectivas generadas con las elecciones presidenciales en Perú. Se contó con la colaboración del World Trade Center de Miami y se contó con la presencia de representante del estudio Bafur para la presentación del foro.

- **CHRIS/HOLA**

Lugar de realización: Miami, Florida

Fecha de realización: 10 al 13 de mayo, 2016

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

Comentarios sobre la actividad: Cada año BHN (Burba Hotel Network) organiza diversos eventos para la industria hotelera, dos de los cuales se desarrollan en la ciudad de Miami de forma consecutiva y en la misma ubicación. El primero de ellos es la conferencia CHRIS-Caribbean Hotel & Resort Investment Summit, desarrollada entre el 10 y 11 de mayo y que se enfoca en las oportunidades de inversión hotelera en el área del Caribe; y la segunda es HOLA-Hotel Opportunities Latin America, del 11 al 13 de mayo, que trata sobre lo propio en toda Latinoamérica. Ambos eventos cuentan con la asistencia de ejecutivos de hoteles, inversores, prestamistas, desarrolladores de proyectos, y agentes profesionales interesados en este mercado. El CEC atendió las diferentes sesiones, realizando networking entre los asistentes, y logrando incrementar la base de datos del sector.

Adicionalmente, se contó con una mesa en el evento donde la OCEX presentó información de inversión hotelera y turística en Perú, promocionando de esta manera la atracción de inversión extranjera a nuestras industrias.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

En OCEX Miami se ha experimentado el nuevo procedimiento de contratación de Promperú para asesoría técnica, y que ha ocasionado desfases entre la contratación y la realización de proyectos. Un proceso de contratación que demora más de un trimestre es demasiado ineficiente y perjudica potenciales eventos en el futuro porque estos asesores no van a aceptar el cierre del contrato y el pago tras la finalización del proyecto. Siguiendo con el tema de procedimientos, los requerimientos de uso de presupuesto y rendiciones son demasiado rígidos e ineficientes. El proceso obliga a presentar la misma información varias veces y no deja la flexibilidad que experimentamos en años anteriores. Esa flexibilidad da la oportunidad de mover presupuesto adonde tenga mayor impacto, pero ya no es posible bajo los nuevos procesos.

Adicionalmente, y en referencia al área del Caribe, sería más eficiente poder manejar el desarrollo de esta región si fuese asignada oficialmente a la OCEX Miami. Se han ido realizando viajes de prospección los cuales son necesarios, pero en el caso de poder realizar actividades con impacto comercial se requiere presupuesto y la habilidad de ejecutar dicho presupuesto. En la actualidad se requiere ir a Promperú para sugerir que estén presentes en eventos del Caribe, siendo este procedimiento ineficiente y bastante limitante.

4.2 RECOMENDACIONES

Recomendamos que se revisen y mejoren tanto los nuevos procedimientos de contratación de Promperú como los procesos de uso del presupuesto y rendiciones para tener la flexibilidad necesaria de operar de una manera eficiente y rápida.

También recomendamos que las empresas que soliciten agendas de negocios sean obligadas a reportar sus proyecciones de ventas. La OCEX pide que reporten sus ventas pero en casi ningún caso lo hacen o informan de que aún se encuentran en negociaciones aunque sea meses después de la agenda, por lo que es difícil medir el impacto total de esta actividad desarrollada por la OCEX de forma regular.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

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

A su vez, se recomienda la asignación oficial a OCEX Miami de un presupuesto específico para el desarrollo de las islas del Caribe, tras haber realizado diversos viajes de prospección donde se ha observado el potencial del área para nuestras exportaciones.

Finalmente, se recomienda que el Ministerio o Promperú se configuren como miembro platino de FCCA, la Asociación de Cruceros de Florida y Caribe, con el fin de poder aprovechar la gran potencialidad de esta industria no solo para el impulso de nuestros atractivos turísticos, sino también para tomar ventaja de las iniciativas que se manejan directamente con las líneas de cruceros para el abastecimiento de diversos productos.

ERICK ELVIS APONTE NAVARRO

Consejero Económico Comercial
OCEX Miami