



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 WASHINGTON

### 1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Con respecto al informe del primer trimestre, se logró el cumplimiento de metas en los siguientes indicadores. Todavía no se tiene información de junio de 2016.

#### **Nuevas Empresas que exportan al mercado (que no hayan exportado en los 4 años anteriores)**

1 nueva empresa. Maki Gourmet Organic - venta de Chocolates Organicos "Q'uma" en Seabras Foods

#### **Nuevos productos que ingresan al mercado (que no hayan sido exportados en los 4 años anteriores)**

- Eco Andino - venta de aguaymanto deshidratado y mermelada de aguaymanto con agave a Pichuberry
- Textil Colca - venta de sacos reversibles, shawls de royal alpaca con seda – compradores Stylemax

### 1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

El mercado estadounidense tiene 320 millones de habitantes, y un *PBI per cápita* de más de 50 mil dólares. El PBI real viene creciendo en promedio 1.1%, una tasa baja pero mayor a la de otros países desarrollados en Asia y Europa. Esta fortaleza estructural y el alto nivel de consumo permiten que la demanda por productos no tradicionales del Perú siga creciendo de manera sostenible (revisado)

Se observa que con excepción de la partida 03 todas la principales partidas de productos no tradicionales vienen creciendo. Asimismo, la partida 61, confecciones, ha crecido en los primeros 4 meses del año, indicando un cambio de tendencia con respecto a años anteriores.

#### 1.1.1 REGULACIONES DE ACCESO

Se deberán listar las variaciones a la legislación del país destino, que puedan afectar el acceso a productos importados, especialmente los peruanos.

<b>Norma (denominación)</b>	<b>Food Safety Modernization Act (FSMA)</b>
<b>Descripción (Qué barrera origina)</b>	Busca asegurar que la cadena de suministros de alimentos de Estados Unidos, mantenga una estándar óptimo para minimizar el riesgo de contaminación de los alimentos.
<b>Fecha de publicación / Entrada en vigencia</b>	Publicada: 04/01/2011 En vigencia: 09/2016

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

Acción realizada por la OCEX	La agregaduría agrícola del Perú en EE.UU. (Embajada del Perú) coordina estos aspectos con las OCEX en EE.UU. y el sector privado.
Enlace de acceso a la norma	<a href="http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/FSMA/">http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/FSMA/</a>

**1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES<sup>1</sup>**

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
1. Marca Perú Textil on-line – confecciones (abril)	5	>1,000	100 (confecciones y accesorios)
2. PERUMODA 2016 (abril)	200	La OCEX convocó a más de 50 compradores de los cuales 15 asistieron al evento en Lima	Confecciones y regalos
3. Rammys (junio)	5 marcas de pisco y exportadores de palta, uva, pescados y mariscos	2000 asistentes al evento lo que incluyen restaurantes, hoteles y distribuidores de alimentos	Pisco, frutas, vegetales, pescados
4. Feria Stylemax , Chicago (abril)	6 exportadores de Peruanos (ropa de bebes, accesorios, confecciones en alpaca, etc.	100	Confecciones en algodón (incluyendo prendas de bebé) y fibras finas de alpaca, así como diferentes artículos de joyería
5. Feria COVERINGS, Chicago (abril)			Coverings es el show más grande para acabados en

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

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

			EE.UU. En abril asistirán un grupo de 6 empresas.
6. Taste of Peru (mayo)	La OCEX WDC apoyó este evento en el que se promociona la gastronomía Peruana, alimentos y piscos	100	Gastronomía, pisco, alimentos y turismo
7. Campaña de Verano "Avocados from Peru" (junio)	Empresas que conforman el Peruvian Avocado Commission	>50 compradores de palta en EEUU	Palta

**1.2.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES****ACTIVIDAD 1: Marca Perú Textil on-line - confecciones**

Sergio Dávila junto con otras 4 marcas que incluyen ADF, Duke y Lama, ha liderado novedoso proyecto de venta de marcas de diseñador on-line. Con el apoyo de la OCEX se terminó de poner a punto el material fotográfico con un enfoque hacia los gustos y demandas del mercado de EE.UU. Se lanzó campaña de marketing y promoción en redes sociales. Ventas futuras apuntan a los mercados de USA y Europa. Se han sumado alianzas a la iniciativa gracias al apoyo del DC Fashion Foundation. El lanzamiento en el Perú está programado para el mes de julio.

**ACTIVIDAD 2: PERU MODA 2016 (Abril)**

Se realizó una convocatoria importante en el mercado **USA Centro** para atraer compradores al **PERU MODA 2016**. Se tomó contacto con 100 compradores potenciales, de los cuales 15 empresas asistieron al evento en el Perú y visitaron las secciones de confecciones y regalos.

**ACTIVIDAD 3: Rammys (junio 2016)**

La gala Rammys, que es la principal premiación del food service en Washington, DC, en la cual asisten distribuidores de alimentos, hoteles y restaurantes. En el pabellón Peruano se promocionó pisco y alimentos como la palta, quinoa, pescados y mariscos.

**ACTIVIDAD 4: Stylemax, Chicago (abril)**

Participaron 6 empresas en Stylemax (Evelyn Brooks Jewelry, Textil Colca, Alpaca International, Itala Testino, InkaModa y Makicotton), la feria más importante para la moda y nuevos diseñadores de USA Centro.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior**ACTIVIDAD 5: Feria Coverings Chicago**

Se apoyó junto con PROMPERU misión de 6 empresas Peruanas a Feria Coverings (Chicago), que se especializa en acabados de piedra y cerámicos, incluyendo mármoles, travertinos y otras piedras.

**ACTIVIDAD 6: Taste of Peru (mayo)**

“Taste of Peru DC” es el principal evento 100% Peruano en la capital de EEUU para promocionar gastronomía, alimentos, pisco y turismo. Al evento asisten más de 2,000 personas, incluyendo representantes de la industria de alimentos, hotelería y restaurantes.

**ACTIVIDAD 7: Campaña de promoción de la palta (Verano de EE.UU.)**

En alianza con “Avocados from Perú” se ha lanzado campaña para promocionar la palta. Buses del sistema de transporte público con la campaña de la palta y la Marca Perú, recorren Washington, DC para promocionar entre los consumidores este super-food.

**1.3OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	Descripción
5. POM (USA)	Se están realizando 5 perfiles de producto y una sección especial sobre compras gubernamentales.
6. Latinicity (Chicago)	Se continua en contacto con concepto tienda /restaurant del Chef Richard Sandoval para que se ofrezcan productos Peruanos en la tienda.
7. Proyecto Pichuberry USA	Se está coordinando con el Proyecto Pichuberry (Aguaymanto) para venta de productos procesados y lograr acceso en el mercado de EEUU. Se ha conseguido que la empresa Ecoandino venda productos a base de aguaymanto.
8. Apoyo a empresas Peruanas con el Smithsonian Institution	Posterior a la exitosa presentación del Perú en el Folklife Festival 2015, se ha seguido promocionando a las empresas Peruanas. La empresa “Firenzes Gelato” ha vuelto a convertirse en proveedor del Folklife Festival 2016. Asimismo, se está trabajando con el Museo del Indio Americano para que nuestras empresas se conviertan en proveedores de las tiendas del Smithsonian.
9. Proyecto “Pop-up store”Georgetown	En coordinación con Evelyn Brooks y el DC Fashion Foundation se está coordinando para inaugurar el próximo verano en DC una tienda “pop up” en el barrio de Georgetown, que combine prendas, artesanías, joyería y otros productos.

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

10. Alpaca International en Chicago.	Se está apoyando para buscar un local en la ciudad de Chicago para que “Alpaca International” inaugure nueva tienda en EEUU.
11. Boletín OCEX - MINCETUR	Se han preparado distintos artículos para el boletín.
12. Boletín USA	Mensualmente se preparan artículos sobre temas de inteligencia comercial.
13. Creación de Asociación de “Cereals from Peru”	Con el mismo modelo de la Asociación “Avocados from Peru”, se espera replicar este modelo de éxito para asociación que desarrolle esta marca en el mercado de EE.UU.

**1.4 ATENCIÓN DE CONSULTAS**

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas
Textil	<b>27</b>	<b>11 empresas:</b> 6 (stylemax), Helen Hamman, Creaciones Cerexa, Cámara de Comercio de Huancayo, Evelyn Brooks Designs, Inka Moda	<b>8</b>	<b>1 empresa:</b> Pramie Kids,
Agro	<b>45</b>	<b>14 empresas:</b> Inka Amazon, Talsa, J&R Global Trade, Ibaperusac, Centauro Group, Verastegui Corp, Golden Suku , La Onda, CPX Peru, Karen Gallegos, Chicago Events, Corporación Castillo, Ecoandino, Maki Gourmet	<b>29</b>	<b>10 empresas</b> Pichuberry, Sealand Foods, Royal Cup Coffee, Uncommon Coffee Roasters, Sysco, Community Coffee, Tienda Inc, Artic Foods, Andean Naturals, Perdue
Manufacturas diversas	<b>1</b>	<b>1:</b> Brylia Imports	<b>1</b>	National Trade Productions
Pesca	<b>12</b>	<b>1:</b> Exalmar		
Servicios	<b>4</b>	<b>1:</b> (Juicy Jack)	<b>1</b>	<b>1:</b> Hatsoffhospitality
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>31</b>	<b>39</b>	<b>12</b>

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

## 2. PROMOCIÓN DE TURISMO

### Avance (cumplimiento) de Metas Anuales 2016

Si bien la OCEX-WDC ya ha cumplido al 100% con la meta anual del indicador N° 5.1 “Actividades de turismo de convenciones traídas al Perú”, se espera recibir más solicitudes de propuestas y concreción de eventos en lo que resta del año.

Asimismo, la OCEX está enfocada en el trabajo de promover inversiones hacia el sector hotelero peruano. Para ello, ha elaborado dos informes referidos a cadenas hoteleras. Con ello, la OCEX-WDC ha avanzado en el cumplimiento de la meta del indicador 5.2 “Elaboración de perfiles de potenciales inversionistas en el sector turismo”, presentando en el segundo trimestre dos perfiles de los tres que se tiene como meta anual.

### 2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Se requiere completar el Anexo 1: Directorio de empresas atendidas.

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Mesa de Negocios WEC-MPI	16	16
Promoción del destino Perú para reuniones y viajes de incentivos corporativos	25	25
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>41</b>

#### 2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

##### **ACTIVIDAD: MESA DE NEGOCIOS DEL CONGRESO MUNDIAL DE EDUCACIÓN (WEC) DE MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL (MPI)**

**Atlantic City, New Jersey, 11-14 de junio, 2016**

Por segundo año consecutivo, el Perú estuvo presente en el WEC –*World Education Congress*– que se llevó a cabo en Atlantic City del 11 al 14 de junio de 2016. WEC es el evento bandera de MPI –*Meeting Professionals International*–, la más grande asociación global de la industria de eventos y reuniones, que agrupa a aproximadamente 18,500 miembros que pertenecen a 70 capítulos y clubes de todo el mundo. En esta oportunidad, más de 2,000 profesionales participaron en el WEC.

WEC es un gran congreso de 4 días que, además de brindar a sus participantes capacitación en el uso de diferentes instrumentos, técnicas y prácticas de vanguardia en la organización de eventos, es un gran escenario para conducir reuniones de negocios entre planificadores de eventos seleccionados y acreditados por los organizadores, por un lado, y proveedores de la industria de reuniones y de la hospitalidad, por otro lado, principalmente a través del Programa de Compradores Acreditados –*Hosted Buyer Program*.

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

Participaron más de 200 planificadores y 159 proveedores, muchos representando ciudades y centros de convenciones. El Perú estuvo representado por la OCEX-WDC que trabajó muy de cerca con PromPerú para llevar a cabo citas de negocios con 16 planificadores y organizadores de eventos de Estados Unidos. Uno de los resultados inmediatos de esta participación ha sido la presentación de una solicitud de propuestas (*request for proposal*) de *Worldview Events* para un viaje de incentivos hacia el Perú que ya ha sido canalizada a PromPerú.

### **ACTIVIDAD: PROMOCIÓN DEL DESTINO PERÚ PARA REUNIONES Y VIAJES DE INCENTIVOS CORPORATIVOS (CONTRATO CON DCI)**

DCI (Development Counsellors International) viene trabajando con la OCEX-WDC y PromPerú en el desarrollo del mercado de turismo norteamericano de reuniones y viajes de incentivos corporativos. En el segundo trimestre del 2016, DCI llevó a cabo llamadas telefónicas con 654 asociaciones en los EEUU, como parte del trabajo de posicionar al Perú como destino premier para este tipo de turismo. Asimismo, en el mismo trimestre, DCI –en coordinación con PromPerú y la OCEX-WDC- hizo seguimiento a las solicitudes de 14 organizaciones para hacer del Perú la sede de reuniones y destino de viajes corporativos, consiguiendo tres solicitudes de propuestas que están bajo negociación y cuyo impacto futuro llegaría a un total de US\$644,100. Adicionalmente, DCI apoya a PromPerú en el contacto con asociaciones internacionales cuyos congresos y conferencias son registrados por ICCA (International Congress and Convention Association). En el segundo trimestre, DCI contactó e hizo seguimiento a 11 asociaciones que están en el registro de ICCA.

## **3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES**

### **3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Actividad	N° de empresas / operadores atendidos	N° de participantes / personas atendidas
Informe sobre las principales cadenas hoteleras de EEUU	n.a.	n.a.
Perfil de la cadena hotelera Choice	n.a.	n.a.
<b>TOTAL</b>	n.a.	n.a.

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

### 3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

#### ACTIVIDAD X+3: INFORME SOBRE LAS PRINCIPALES CADENAS HOTELERAS DE EEUU

Este informe contiene información sobre las principales cadenas hoteleras de los Estados Unidos, su tamaño relativo y el acelerado proceso de fusión o consolidación que se lleva a cabo en esta industria. El informe muestra que las principales cadenas hoteleras de EEUU ya están operando en el Perú y permite identificar qué grupos no están aún en nuestro país y que valdría la pena contactar para promover su ingreso al mismo.

#### ACTIVIDAD X+4: PERFIL DE LA CADENA HOTELERA CHOICE

Choice Hotels International Inc. es un cadena hotelera con presencia en EEUU, Europa, Asia, Oceanía, América Central, México y Brasil, especializada en los segmentos mid-scale (upper and lower) y economy. El interés de la OCEX-WDC es explorar las posibilidades de ingreso de esta cadena al Perú.

### 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el segundo trimestre del 2016, la OCEX-WDC continuó con su trabajo para posicionar al Perú como destino premier del turismo internacional de reuniones e incentivos en el mercado norteamericano, con el apoyo de la empresa consultora DCI y en estrecha coordinación con PromPerú. La participación de la OCEX-WDC en la mesa de negocios del Congreso anual de Meeting Professionals International generó un significativo interés por parte de un gran número de planificadores de eventos y ha puesto al Perú en la cartera de destinos de planificadores atendidos. Asimismo, la OCEX está enfocada en el trabajo de promover inversiones hacia el sector hotelero peruano. Para ello, ha elaborado dos informes referidos a cadenas hoteleras.

### 5. Inteligencia y Oportunidades Comerciales

En el período comprendido entre abril y junio de 2016 se ha avanzado en el indicador 3.1 con las siguientes 10 nuevas notas y artículos:

1. OCEXLA Boletín - Abril "Tendencias en el mercado de joyería"
2. OCEXLA Boletín - Mayo "El rol de los representantes en el mercado de ropa y accesorios"
3. OCEXLA Boletín - Mayo "Editorial"
4. OCEXLA Boletín - Mayo "Regulación y Acceso, "Importación de muestras y materiales para ferias y eventos"
5. OCEXLA Boletín - Junio "Perspectivas positivas para los azulejos cerámicos peruanos"
6. Mincetur Boletín 49- Participación en Stylemax  
[http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/comercio/ocex/boletines/Ocex\\_Washington/washington\\_boletin49.html](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/comercio/ocex/boletines/Ocex_Washington/washington_boletin49.html)
7. Mincetur Boletín 50 –Junio Participación en Feria Coverings  
[http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/comercio/ocex/boletines/Ocex\\_Washington/washington\\_boletin50.html](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/comercio/ocex/boletines/Ocex_Washington/washington_boletin50.html)
8. Mincetur Boletín 54 - "Industria de belleza y cuidado personal emplea ingredientes orgánicos peruanos"
9. Mincetur Boletín 55 - "Envíos de confecciones peruanas a EE.UU. siguen en ascenso en los cuatro primeros meses del año"
10. Mincetur - "Portal de EEUU elabora mapa interactivo sobre la gastronomía peruana en Washington DC"





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

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

[\(http://ww2.mincetur.gob.pe/portal-de-ee-uu-elabora-mapa-interactivo-sobre-la-gastronomia-peruana-en-washington-d-c/\)](http://ww2.mincetur.gob.pe/portal-de-ee-uu-elabora-mapa-interactivo-sobre-la-gastronomia-peruana-en-washington-d-c/)

[\(http://ww2.mincetur.gob.pe/empresa-peruana-de-helados-se-consolida-como-proveedor-del-festival-cultural-smithsonian-en-washington-dc/\)](http://ww2.mincetur.gob.pe/empresa-peruana-de-helados-se-consolida-como-proveedor-del-festival-cultural-smithsonian-en-washington-dc/)