

OCEX – Norteamérica y CCEX presentaron avances en comercio exterior

Las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) de Norteamérica y el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) realizaron el pasado 10 de marzo un conversatorio con el fin de dar a conocer los avances en materia de exportación de los diferentes sectores del comercio exterior, a fin de desarrollar sinergias y alianzas que promuevan el ingreso de nuevos productos y el incremento de las exportaciones en el mercado norteamericano.

En el primer bloque de presentación de actividades e intereses, liderado por la CCL, la directora ejecutiva del Gremio de Comercio Exterior (XCOM), Rocío Boza, aseguró que se tienen actividades planteadas para el presente año, en los sectores de agro, pesca y moda, las cuales se vienen trabajando con fuerza.

Asimismo, indicó que desde el 2010 se trabaja en forma consecutiva en la organización de ferias emblemáticas en Canadá y Estados Unidos, como también en el desarrollo de ruedas de negocio e importantes citas de negocios.

Por otro lado, el presidente del sector moda del gremio XCOM, Ramón Véliz, señaló que “existe una reducción importante en las compras de los principales importadores. En general, el sector textil exportador está bastante preocupado porque este año se observa alrededor de un 30% a 40% menos del promedio de

los años anteriores”.

Misiones comerciales

En ese sentido, Rocío Boza precisó que se plantea la posibilidad de desarrollar actividades con el afán de promover relaciones comerciales, debido a que “hay mucho interés por parte de las empresas del sector en realizar misiones comerciales a Estados Unidos, principalmente en las ciudades de Los Ángeles y Las Vegas”.

Del mismo modo, el gerente del Gremio Indumentaria de la CCL, Juan Salcedo, manifestó que es necesario realizar la planificación de misiones comerciales o de prospección en el mercado norteamericano, así como conocer el comportamiento del consumidor bajo un enfoque sostenible.

El cierre del primer bloque, lo realizó el jefe de promoción comercial del Centro de Comercio Exterior (CCEX), John Rodríguez, quien destacó la importancia de los alimentos funcionales del sector Agro, y su valiosa participación en las misiones comerciales o de prospección en el mercado norteamericano.

El segundo bloque liderado por las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) de Norteamérica, lo inició la consejera económico comercial de Toronto-Canadá, Soledad Campos, quien enfatizó que agronegocios, pesca y textil en prendas de vestir de algodón, son sectores potenciales en los cuales se desarrollarán proyectos interesantes.

Marca país

Asimismo, el consejero económico comercial de New York – EE.UU., Bernardo Muñoz, refirió que “debemos trabajar en el cambio de nuestra imagen en Estados Unidos, y se debe hacer un esfuerzo entre todos y en cada acción para reordenar el tema de marca país”.

Frente a ello, remarcó la necesidad de ser eficientes y a la vez estratégicos, a través de alianzas y propuestas que podrían generar óptimos resultados, como la posibilidad de unir la feria Magic en New York, con ferias emblemáticas del sector moda e indumentaria organizadas por la CCL, bajo un enfoque sostenible.

También consideró que la inteligencia comercial es una herramienta útil en el desarrollo de estrategias, destacando el trabajo que viene desarrollando Promperú, en la geolocalización de los principales importadores de los diferentes productos del sector pesca, para conocer en dónde se encuentra la mayor concentración de compradores y poder reforzar las actividades.

Gastronomía

A su turno, el consejero económico comercial de Miami – EE.UU., Max Rodríguez, realtó la importancia de trabajar en el sector pesquero, gastronómico y agro, debido al boom gastronómico peruano y a los 2.000 restaurantes peruanos en Estados Unidos.

“Debemos aprovechar lo que tiene Perú y que no lo tienen los otros países”, recalcó. Impulsando también la oportunidad de iniciar campañas para que los restaurantes peruanos empiecen a usar en su mayoría productos de la marca país, y promover las exportaciones del Mahi Mahi (Perico) hacia el mercado estadounidense.

Trabajo articulado

El cierre del segundo bloque estuvo a cargo del director de Promoción de las Exportaciones, Ricardo Limo, quien destacó la importancia del trabajo articulado entre instituciones y las alianzas con los gremios empresariales, en el marco de los factores de calidad, sostenibilidad y digital.

Finalmente, la Cámara de Comercio de Lima ofrece el apoyo a través del Centro de Comercio Exterior y sus gremios empresariales vinculados a este sector, para poder unir esfuerzos y realizar en forma conjunta actividades que permitan hacer sinergias y tener un mayor impacto, puntualizó Mónica Chávez, gerente del Centro de Comercio Exterior de la CCL.