

# **América Latina, Mercosur y Chile**

**Un mercado para los productos peruanos**



**Cristina Camacho**  
**Gerencia de Inteligencia de Mercados**

# América Latina y El Caribe



# América Latina y El Caribe

## Un mercado a considerar

<b>América Latina y El Caribe</b>	
Población:	590.5 Millones de habitantes
Area:	20.3 Millones de Km2
PBI	2,023.2 Billones de US\$
PBI per cápita:	3,681.9 US\$
Exportaciones	463.6 Billones de US\$
Importaciones	405.4 Billones de US\$

Fuente: Cepal, sobre la base de cifras oficiales.

Elaborado: Prompex - GIM



# En AL y EC tenemos ventajas naturales

- ***Idioma:***  
*igual o fácil de entender*
- ***Costumbres, idiosincrasia, cultura***  
*similares o parecidos*
- ***Cercanía geográfica***



# Las exportaciones a AL y EC han crecido más que las totales

- Totales
- No Tradicionales
- Tradicionales



## Peru: Exportaciones Totales

	2004	2005	2006	Var. % Prom Anual
Mundo	12,730.9	17,273.4	23,427.5	35.7
América Latina y El Caribe	2,527.0	3,562.2	4,784.4	37.6

Fuente: Sunat. Elaborado Prompex -GIM



# Las exportaciones a AL y EC han crecido más que las totales

- Totales
- No Tradicionales
- Tradicionales



## Peru: Exportaciones No Tradicionales

	2004	2005	2006	Var. % Prom Anual
Mundo	3,487.3	4,285.8	5,266.1	22.9
América Latina y El Caribe	1,103.0	1,441.6	1,951.8	33.0

Fuente: Sunat. Elaborado: Prompex -GIM





# Las exportaciones a AL y EC han crecido más que las totales

- Totales
- No Tradicionales
- Tradicionales



## Peru: Exportaciones Tradicionales

	2004	2005	2006	Var. % Prom Anual
Mundo	9,243.6	12,987.6	18,161.3	40.2
América Latina y El Caribe	1,424.0	2,120.6	2,832.5	41.0

Fuente: Sunat. Elaborado: Prompex -GIM



# 6 de los 10 principales mercados no tradicionales son de América Latina

## Perú: Principales Mercados No Tradicionales Millones US\$

País	2006	Var. % 06/05	Part. % 06
Estados Unidos	1,748.9	3.8	33.2
Colombia	393.4	53.6	7.5
Venezuela	327.6	39.6	6.2
España	296.7	0.9	5.6
Chile	231.5	18.8	4.4
Ecuador	228.0	28.2	4.3
Bolivia	178.5	19.6	3.4
Francia	157.8	54.6	3.0
Brasil	149.5	93.5	2.8
Paises Bajos	149.0	62.3	2.8
<b>Total</b>	<b>5,266.1</b>	<b>22.9</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Más de 1/3 de los productos No Tradicionales exportados por el Perú los compra AL y EC

## Peru: Exportaciones No Tradicionales

### Millones US\$

	2004	2005	2006
Mundo	3,487.3	4,285.8	5,266.1
Amé.Latina y El Caribe	1,103.0	1,441.6	1,951.8

### Participación %

	2004	2005	2006
Mundo	100.0	100.0	100.0
Amé. Latina y El Caribe	31.6	33.6	37.1

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# AL y EC cada vez es más importante como destino de las exportaciones peruanas

## Peru: Exportaciones Totales

### Millones US\$

	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Mundo	12,730.9	17,273.4	23,427.5
América Lat y Caribe	2,527.0	3,562.2	4,784.4

### Participación %

	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Mundo	100.0	100.0	100.0
América Lat y Caribe	19.8	20.6	20.4

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# AL y EC cada vez es más importante como destino de las exportaciones peruanas

## Peru: Exportaciones Tradicionales

### Millones US\$

	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Mundo	9,243.6	12,987.6	18,161.3
América Lat y Caribe	1,424.0	2,120.6	2,832.5

### Participación %

	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Mundo	100.0	100.0	100.0
América Lat y Caribe	15.4	16.3	15.6

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Perú: Principales Mercados en América Latina y El Caribe

## Millones de US\$

País	2006	Var. % 06/05	Part. % 06
Chile	1,421.5	29.2	29.7
Brasil	809.3	76.9	16.9
Colombia	504.0	44.5	10.5
Venezuela	411.6	37.8	8.6
México	387.9	16.8	8.1
Panamá	337.5	27.2	7.1
Ecuador	326.8	10.8	6.8
Bolivia	189.3	22.2	4.0
Argentina	74.0	38.1	1.5
Guatemala	69.0	19.2	1.4
Trinidad y Tobago	42.7	113.0	0.9
Haiti	39.4	77.1	0.8
Puerto Rico	31.3	4.5	0.7
Rep. Dominicana	28.4	33.7	0.6
Costa Rica	27.4	62.2	0.6
<b>Total</b>	<b>4,784.4</b>	<b>34.3</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a América Latina y El Caribe Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Alambrón de cobre	238.2	107.1	12.2
Películas, empaques flexibles de polipropileno	50.0	43.7	2.6
Preformas pet, envases de plástico	48.1	-9.3	2.5
Leche evaporada	41.7	52.3	2.1
Barras de acero laminadas o extruidas	38.1	-0.3	1.9
Cinc sin alear, contenido <99.9%	37.7	312.0	1.9





# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a América Latina y El Caribe Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Alimento para camarón, langostino	35.1	38.9	1.8
Polos de algodón licrado en tejido de punto	32.5	101.6	1.7
Impresos publicitarios: catálogos, folletos	27.4	11.8	1.4
Sulfato de cobre	25.8	3,197.3	1.3
Pañales, toallas higiénicas	22.8	97.1	1.2
Madera tropicales aserradas:cedro	20.7	50.1	1.1

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Sistemas de Integración

<b>ALADI.</b> Asociación Latinoamericana de Integración	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela
<b>MCCA.</b> Mercado Común Centroamericano	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua
<b>CAN.</b> Comunidad Andina de Naciones	Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, <b>Venezuela</b>



# Sistemas de Integración

<b>CARICOM.</b> Mercado Común Caribeño	15 islas Caribeñas (Bahamas,, Jamaica, Haití, Trinidad y Tobago etc.)
<b>MERCOSUR.</b> Mercado Común del Cono Sur	Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela
<b>NAFTA.</b> Zona de Libre Comercio de América Norte	Canadá, Estados Unidos, México



# Sistemas de Integración

<b>ALCA.</b> Area de Libre Comercio de las Américas	35 países con excepción de Cuba
<b>CSN.</b> Comunidad Sudamericana de Naciones.	Miembros de MERCOSUR, CAN, Chile, Guyana, Surinam



# **Mercado Común del Sur (MERCOSUR)**



# Mercosur: Mercado Común del Sur

- Creado en 1991 a través del Tratado de Asunción.
- Estados partes: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela.
- Estados Asociados: Chile, Bolivia, Ecuador, Perú, Colombia



# Relación CAN - MERCOSUR

- Miembros asociados, los Estados de un grupo en el otro .
- El comercio se rige por los Ace entre Mercosur y los países de la CAN:
  - Ace 36: Bolivia – Mercosur
  - Ace 58 : Perú – Mercosur
  - Ace 59: Colombia, Ecuador, Venezuela - Mercosur



# Ace 58

## Perú - Mercosur

- Liberalización del comercio de bienes para crear una Zona de Libre Comercio
- Programme de liberación comercial automática y progresiva.
- Desgravación arancelaria sobre los gravámenes impuestos a terceros países
- Plazos máximos de desgravación:  
Argentina y Brasil otorgaran en 8 años  
Paraguay y Uruguay en 13 años  
Perú en 15 años





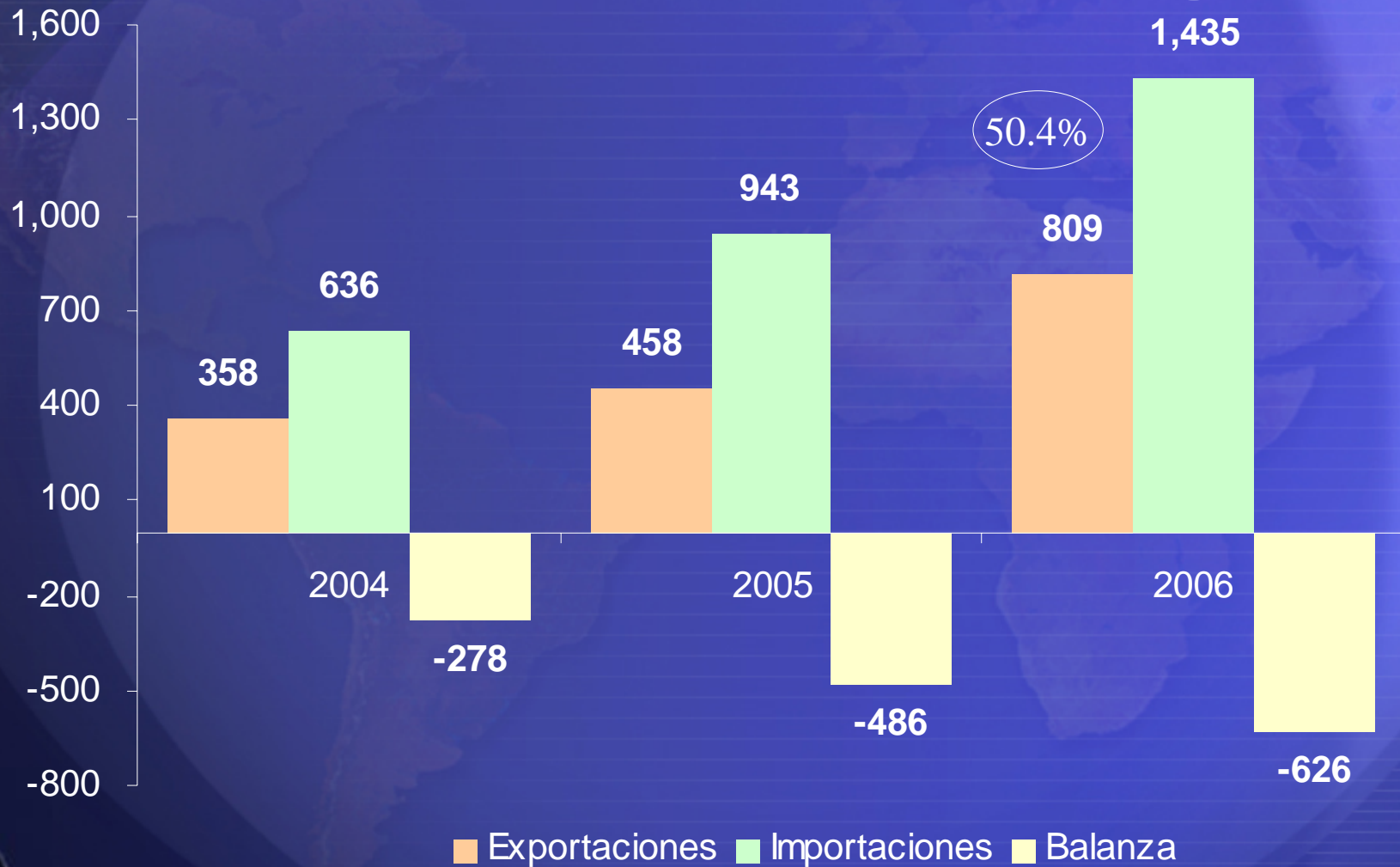


Brasil



# Comercial Perú - Brasil

## Millones de US\$



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Brasil

Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Alambrón de cobre	72.1	148.4	48.2
Conservas de jurel en aceite	7.1	450.3	4.7
Aleaciones de cinc	7.0	77.6	4.7
Película, empaque flex. polipropileno	6.4	2,395.6	4.3
Conserva aceituna verde, negra	6.4	100.3	4.3
Tops de fibras acrílicas	3.8	-24.2	2.5



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Brasil

## Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Cinc sin alear, < 99.9%	3.1	1,574.9	2.1
Laca colorante: carmin	2.8	20.1	1.9
Plomo antimodial	2.5	15.2	1.7
Oxido de cinc	2.4	364.1	1.6
Tara en polvo	2.2	317.4	1.5
Hilados de algodón peinado	2.1	268.4	1.4

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Mercado de Brasil:

Fuerzas	<ul style="list-style-type: none"><li>• 5to. país con mayor población del mundo</li><li>• Economía estable y en crecimiento.</li><li>• Estabilidad política</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento de la oferta peruana</li><li>• Sistema tributario complejo (Federal y Estadual)</li><li>• Dificultades para acceder a información: procedimientos aduaneros, requisitos sanitarios, normas técnicas</li><li>• Burocracia en el sistema operacional del comercio exterior</li></ul>



# Mercado de Brasil:

## Oportunidades

- Ace 58 entre Perú y Mercosur
- Programa de sustitución competitiva de importaciones a favor de productos de América del Sur (gob. de Brasil)
- Plan Operativo para el Mercado Brasileño (gob. del Perú)
- Crecimiento sostenido de las importaciones.
- Carretera Interoceánica
- Apreciación del Real
- 1.16 millones de familias con ingresos US\$123 mil al año
- País multicultural: distintos hábitos de consumo



# Mercado de Brasil:

## Amenazas

- Competencia de países del Mercosur
- Preferencia por productos nacionales y europeos
- Infraestructura vial deficiente
- Costos de fletes elevados



# Programa de Liberación Brasil - Perú

<b>Categoría</b>	<b>Período desgravación</b>	<b>Nº de items</b>	<b>Preferencia inicial</b>	<b>Preferencia actual</b>	<b>Total años</b>	<b>Se libera hasta</b>
<b>A</b>	Inmediata	1021	100	100	-	Vigencia Acuerdo
<b>B1</b>	8 años	3973	30	50	8	2012
<b>C1</b>	Patrimonio Histórico	1400	2005	de 55 - 90	6	2010
<b>No se aplica el acuerdo</b>		9	0		-	-
<b>Casos con condiciones especiales - Apéndice V</b>		118	-		-	-
<b>Preferencia fija</b>		-	-		-	-
<b>Total item NALADISA (*)</b>		6524				





# Programa de Sustitución Competitiva de Importaciones (PSCI)

- Estimular el crecimiento de las importaciones brasileñas de los países suramericanos
- A cargo del departamento de Promoción Comercial del Ministerio de las Relaciones Exteriores de Brasil
- Conocer sí los productos de los países andinos contarán con preferencias arancelarias relevantes en el corto plazo



# Programa de Sustitución Competitiva de Importaciones (PSCI)

- Identificar barreras arancelarias, no arancelarias y otros
- Agenda de medidas de carácter puntual para facilitar las exportaciones andinas.
- Identificar motivos por los cuales las empresas brasileñas importadoras no aumentan las compras de los países andinos.
- Diseñar una política comercial brasileña para los países andinos.



# Programa de Sustitución Competitiva de Importaciones (PSCI)

- Promoción de los productos de América del Sur en Brasil
- Reuniones bilaterales y multinterinstitucional para identificar acciones a efectuar



# Programa de Sustitución Competitiva de Importaciones (PSCI)

- Estimular el crecimiento de las importaciones brasileñas de los países suramericanos
- A cargo del departamento de Promoción Comercial del Ministerio de las Relaciones Exteriores de Brasil
- Conocer sí los productos de los países andinos contarán con preferencias arancelarias relevantes en el corto plazo



---

# Plan Operativo de Desarrollo del Mercado de Destino de Brasil

---



Fuente: Mincetur – Trading Consultant

## Objetivo

Diversificar y consolidar la oferta exportable peruana de bienes y servicios en el mercado brasileño.

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant



## II. Matriz de Oferta Exportable Priorizada

- La alta potencialidad exportadora del producto.
- Condiciones de acceso al mercado objetivo.
- Existencia de oferta exportable suficiente.
- Si cumple con las normas exigidas.
- Si son considerados productos de alto impacto.
- Medios de transporte disponible y costos.

### 60 Productos:

- **Corto Plazo:** 24 productos (pesca 8, agro 7, textil 6, químico 2 y artesanía 1).
- **Mediano Plazo:** 12 productos (agro 4, químico 4, pesca 2 y artesanía 2).
- **Largo Plazo:** 24 productos y servicios (agro 8, químico 4, servicios 4, artesanía 3, construcción 3, pesca 1 y gastronomía).



### III. Elaboración de Perfiles Sectoriales

Análisis de mercado, tendencias, canales de comercialización y distribución, etc. con fuentes primarias y secundarias:

- Perfil de la Aceituna
- Perfil del Aceite de Oliva
- Perfil del Sector Alimentos
- Perfil del Sector Pesca
- Perfil del Sector Químico
- Perfil del Sector Textil
- Perfil del Sector Servicios - Software
- Perfil del Sector Construcción

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant





## **IV. Análisis FODA**

## **V. Elaboración Plan Operativo (3 años)**

1. El posicionamiento del mercado brasileño como alternativa de exportación entre los empresarios peruanos.
2. La generación de una oferta exportable de acuerdo a las tendencias y necesidades del mercado de Brasil.
3. Condiciones de acceso al mercado.
4. Promoción comercial.
5. Facilitación comercial.

## **VI. Sistema de Evaluación y Monitoreo**

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant



# Perfil del Sector Alimentos

- Brasil es una economía considerada como autosuficiente en el sector de alimentos.
- Los productos importados son considerados como un bien de lujo y no una necesidad.
- Empresas minoristas ofrecen productos importados para ofrecer variedad en su oferta local y desarrollar nichos de mercado.
- Las empresas europeas implementan estrategias de marketing muy agresivas y mantienen un liderazgo en el sector de alimentos Premium.
- Nichos de mercado para un público que busque beneficios emocionales de status, diferenciación y nuevos sabores.
- Cerca del 80% de los alimentos se comercializan a través de hipermercados, supermercados y tiendas independientes.



# Perfil del Sector Pesca

- Existe una demanda insatisfecha en los principales productos de consumo.
- La demanda de los pescados importados se concentra principalmente en las especies que el país no produce o que produce en pequeñas cantidades
- El consumidor (y por consecuencia, el importador) prefiere el pescado en filetes sin espinas por su practicidad principalmente cuando se trata de congelados.
- Si bien es cierto que los filetes de pescado son muy apreciados, su principal competencia son los productos procesados con mayor valor agregado como nuggets y las hamburguesas.
- La comercialización se hace a través de supermercados pequeños y medianos dirigido a un público específico que deja de comprar en locales especializados y mercados libres.
- También se utilizan grandes distribuidores de productos diferenciados quienes importan pescado como: Filetes de merluza, pescada y badejo de Argentina, salmón de Chile, Kani Kama de Corea.

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant



# Perfil del Sector Químico

- El consumo interno de Fertilizantes, Agro – Químicos, Cuidado Personal, Cosmético, Productos Farmacéuticos y Jabones llegó a los US\$ 26 mil millones, con un crecimiento del 23% (2004).
- En el 2004, las importaciones representaron más del 20% de las importaciones totales de Brasil, alcanzando los US\$ 14.5 mil millones.
- La Unión Europea es el principal proveedor con US\$ 4.5 mil millones.
- La nueva tecnología y las perspectivas de la biotecnología, han abierto posibilidades para muchas materias primas vegetales y animales que podrían ser usadas en la industria química.

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant



# Perfil del Sector Textil y Confecciones

- Brasil es un mercado que en temas de diseño y de estilo está abierto a todo aquello que llegue desde el extranjero.
- Los principales países proveedores del sector son Estados Unidos y China (30%) del total del volumen importado, seguido por Taiwán, Argentina, Indonesia y Corea del Sur (30%).
- El que tiene dinero compra compulsivamente, el que no tiene tanto, hace cualquier esfuerzo para adquirir productos que mejoren su estatus.
- En el público de renta media y media/alta, que agrupa el 50% de la población, la industria de confecciones peruana podría competir.
- La empresa peruana debe centrarse en ofrecer productos con fibras diferenciadas de alta calidad, diseño, innovación y una mayor gama de productos.

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant



# Perfil del Sector Textil y Confecciones

- Algodón pima, lana/pelos finos/mezclas, hilados, tejidos y confecciones.
- Deben buscar un acercamiento con las grandes marcas de confecciones ya posicionadas para proveer los productos de dichas marcas.
- Resulta de gran ayuda contar con una presencia física en el país que responda por el producto y preste un servicio a los clientes.
- Los principales canales de distribución del sector son el comercio mayorista, las grandes redes de comercio al por menor, el pequeño comercio minorista, entre otros.
- La principal forma de comercialización de productos extranjeros es la importación directa por el vendedor final.
- Los grandes almacenes y mayores minoristas de Brasil importan ropa directamente o a través de importadores/distribuidores.

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant



# Perfil del Sector Servicios – Software

- De todos los subsectores de servicios, software es el de mayor potencial.
- El mercado brasileño de software y servicios de TI registró ingresos de US\$ 7,410 millones en el 2005
- Brasil es e decimosegundo mayor mercado de software del mundo.
- Se proyecta un crecimiento promedio en el sector de TI de 11% al año hacia el 2009.
- Brasil es el mercado más grande de Latinoamérica, por ello, ofrece grandes oportunidades a sus países vecinos en materia de diseño, producción y comercialización de software.
- Las importaciones alcanzaron alrededor de los US\$ 6,000 millones en el 2005.

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant



# Perfil del Sector Construcción

- El sector de construcción es el más grande de América Latina. Por ello, es uno de los sectores claves en la expansión económica del país.
- Este sector es intensivo en mano de obra con el uso predominante de ladrillos y cemento.
- Las importaciones de productos de este sector representan solamente el 2% del mercado de US\$ 70 mil millones.
- Algunos productos con potencial en el mercado de construcción de Brasil:
  - Paneles de cemento pre moldeado para construcciones residenciales y no residenciales.
  - Marcos de madera, acero y PVC.
  - Concreto de alta tecnología (construcciones residenciales y no residenciales).
  - Accesorios para baño (residencial).
  - Productos aislantes.

- Fuente: Mincetur – Trading Consultant





# Productos con potencial en Brasil

## Miles US\$

Producto	Imp. Brasil Perú	Exp. Perú	Imp. Brasil	Potencial
Alambres de cobre	30,684	117,336	114,629	83,945
Botellas, similares de plástico.	0	53,872	101,277	53,872
Filetes de pescado congelados.	0	40,763	69,250	40,763
Películas de polipropileno	20	35,106	59,994	35,086
Barra de acero laminada, extruida	0	38,181	32,993	32,993
Preparaciones de maquillaje	0	42,651	26,600	26,600



# Productos con potencial en Brasil

## Miles US\$

Producto	Imp. Brasil Perú	Exp. Perú	Imp. Brasil	Potencial
Alimentos para animales	249	26,554	79,928	26,305
Hidroxido de sodio (sosa caustica)	0	25,345	158,780	25,345
Neumaticos autobuses, camiones	0	20,540	162,321	20,540
Cables acrilicos, modacrilicos.	0	19,256	18,282	18,282
Libros, ompresos similares.	357	17,799	69,272	17,442
Cebollas frescas	0	17,336	27,941	17,336

Fuente: Comtrade. Elaboración Prompex-GIM



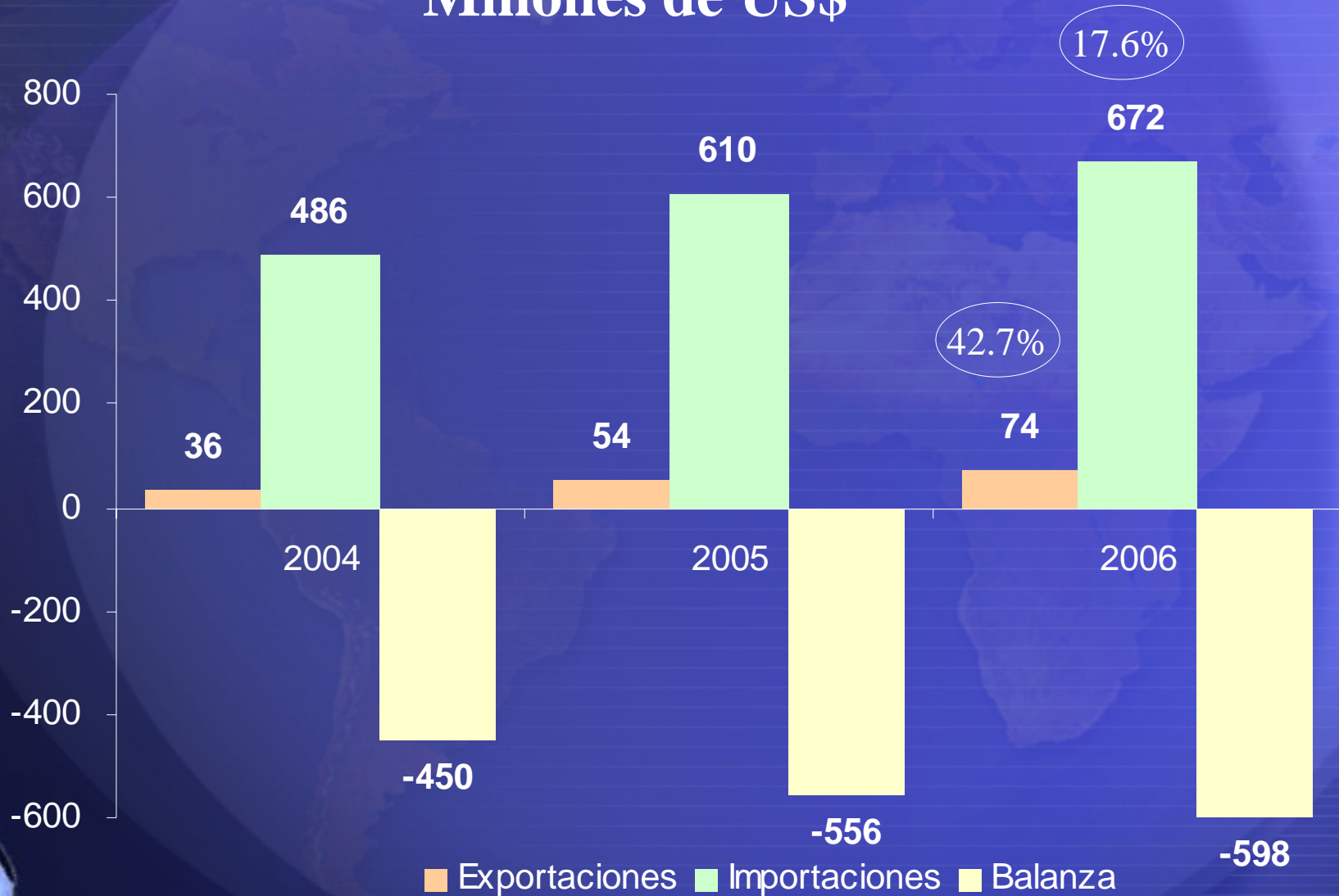


Argentina



# Comercial Perú - Argentina

## Millones de US\$



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Argentina

Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Alambre de cobre	6.8	137.9	17.1
Películas de polipropileno	2.9	1,193.0	7.4
Cuerdas de cobre	2.8		7.0
Tara en polvo	1.8	42.9	4.5
Enciclopedias, diccionarios	1.5	505.1	3.8
Fungicida (oxicloruro de cobre)	1.4	164.7	3.6



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Argentina

## Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Sulfato de plomo	1.4	34.8	3.6
Conservas de palmito	1.2	31.9	3.1
Refrigeradoras de uso doméstico	1.0	85.7	2.6
Cigarreras de plástico	1.0	-41.3	2.6
Medicamentos para uso humano	0.8	-50.4	2.1
Partes de máquinas:moler, molinos	0.8	432.7	2.1

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Mercado de Argentina:

Fuerzas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tercer mercado más grande de América Latina</li><li>• Ingreso per cápita alto</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Baja frecuencia de buques, transporte terrestre poco desarrollado</li><li>• Elevados costos de fletes</li></ul>



# Mercado de Argentina:

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ace 58 Perú - Mercosur</li><li>• Recuperación de la economía</li><li>• Incremento de las importaciones</li><li>• Recuperación del poder adquisitivo</li></ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia de productos nacionales como importados</li><li>• Cambio en hábitos de consumo</li></ul>





# Programa de Liberación Argentina - Perú

<b>Categoría</b>	<b>Período desgravación</b>	<b>Nº de items</b>	<b>Preferencia inicial</b>	<b>Preferencia Actual</b>	<b>Total años</b>	<b>Se libera hasta</b>
<b>A</b>	Inmediata	260	100	100	-	Vigencia Acuerdo
<b>B1</b>	8 años	4843	30	50	8	2012
<b>C1</b>	Patrimonio Histórico	1244	2005	de 55 - 90	6	2010
<b>No se aplica el acuerdo</b>		8	0			
<b>Casos con condiciones especiales - Apéndice III</b>		165				
<b>Total item NALADISA (*)</b>		6524				



# Productos con potencial en Argentina

## Miles US\$

Producto	Imp. Argentina Perú	Exp. Perú	Imp. Argentina	Potencial
Cafe sin tostar, sin descafeinar.	281	306,075	47,544	47,263
Alambre de cobre refinado	0	117,336	35,232	35,232
Películas de polipropileno	97	35,106	43,975	35,009
Botellas, similares de plástico.	0	53,872	32,463	32,463
Barras de aceros laminadas	58	38,181	32,024	31,966
Manteca, aceite de cacao	47	23,810	31,648	23,763



# Productos con potencial en Argentina

## Miles US\$

Producto	Imp. Argentina Perú	Exp. Perú	Imp. Argentina	Potencial
Preparaciones de maquillaje	0	42,651	22,306	22,306
Alimentos para animales	0	26,554	21,151	21,151
Neumaticos autobuses, camiones	45	20,540	117,390	20,495
Cables acrilicos, modacrilicos.	49	19,256	21,917	19,207
Bananas frescos	0	17,662	54,805	17,662
Libros, impresos similares.	140	17,799	45,955	17,659

Fuente: Comtrade. Elaboración Prompex-GIM

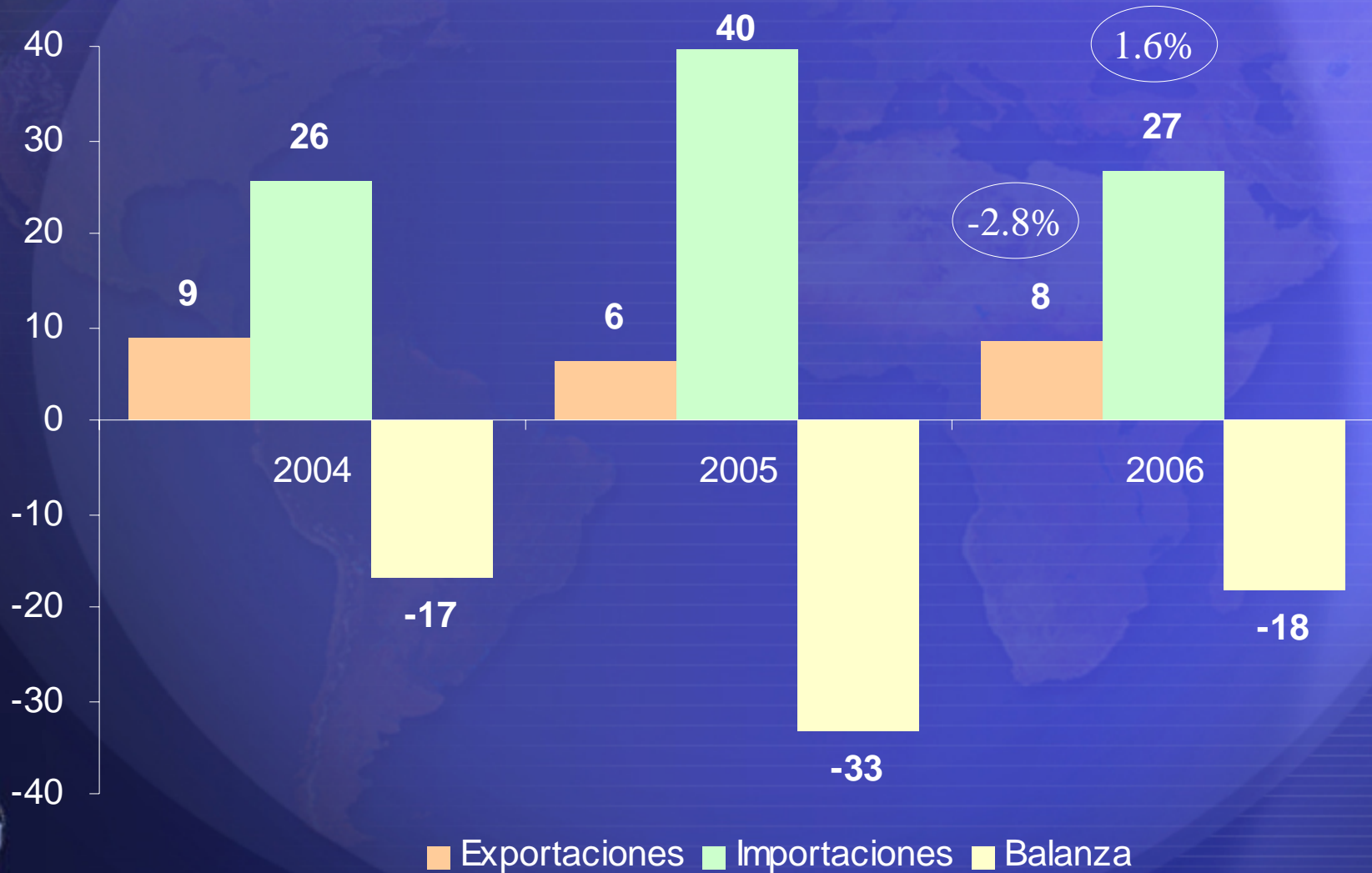


# Uruguay



# Comercial Perú -Uruguay

## Millones de US\$



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Uruguay Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Conservas de jurel, sardinas grated	1.7	165.4	30.0
Tara en polvo	0.7	18.5	12.5
Pota congelada	0.6		10.0
Fungicida (oxicloruro de cobre)	0.3	28.9	5.7
Hilados de alpaca	0.3	39.7	4.6
Hilados de fibras acrílicas	0.2	61.4	3.9



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Uruguay

## Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Tela malla	0.2		3.1
Tops de alpaca	0.1	-29.7	2.0
Torta natural de cacao	0.1		1.9
Conservas de jurel entero	0.1		1.8
Cigarreras de plástico	0.1	635.2	1.5
Hilados de algodón peinado	0.1	132.4	1.3

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Mercado de Uruguay:

Fuerzas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estabilidad política, jurídica, instituciones sólidas</li><li>• Ingreso per cápita mediano</li><li>• Red vial amplia y facilidades portuarias</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado pequeño</li><li>• Perfil conservador, tradicional y desconfiado del empresario y consumidor</li><li>• Frecuencia irregular de transporte</li><li>• Costos elevados de los fletes</li></ul>





# Mercado de Uruguay:

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ace 58 Perú – Mercosur</li><li>• Recuperación económica</li><li>• Incremento de las importaciones</li><li>• Apreciación del peso</li><li>• Pto. Montevideo: ingreso a Uruguay, Argentina , Brasil, Bolivia</li></ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia de los países del Mercosur</li><li>• Presencia creciente de abastecedores de Asia (China)</li></ul>



# Programa de Liberación Uruguay- Perú

<b>Categoría</b>	<b>Período desgravación</b>	<b>Nº de items</b>	<b>Preferencia inicial</b>	<b>Preferencia Actual</b>	<b>Total años</b>	<b>Se libera hasta</b>
<b>A</b>	Inmediata	4367	100	100	-	Vigencia Acuerdo
<b>B5</b>	Cronograma General: 5 años	8	20	60	5	2009
<b>B6</b>	Cronograma General: 7 años	1276	39	43	7	2011
<b>D7</b>	Sensibles	215	5	15	13	2017
<b>D8</b>	Sensibles	39	10	10	13	2017
<b>No se aplica el acuerdo</b>		607	-		-	-
<b>Casos con condiciones especiales - Apéndice IX</b>		10	-		-	-
<b>Preferencia fija</b>		-	-		-	-
<b>Total item NALADISA</b>		6524				



# Productos con potencial en Uruguay

## Miles US\$

Producto	Imp. Uruguay Perú	Exp. Perú	Imp. Uruguay	Potencial
Neumaticos autobuses, camiones	0	20,540	11,818	11,818
Manufacturas de plastico.	0	8,789	9,715	8,789
Politereftalato de etileno	0	8,694	62,879	8,694
Medicamentos preparados	21	8,584	40,338	8,563
Preparaciones aglutinantes moldes	0	8,165	12,326	8,165
Preparaciones tensoactivas	0	8,130	11,595	8,130



# Productos con potencial en Uruguay

## Miles US\$

Producto	Imp. Uruguay Perú	Exp. Perú	Imp. Uruguay	Potencial
Neumaticos automoviles	0	7,868	11,670	7,868
Baldosa, revestimiento ceramico	0	11,150	7,488	7,488
Maices	0	7,308	8,686	7,308
Pañales, artículos higienicos	0	11,547	7,093	7,093
Botellas, similares de plástico.	0	53,872	7,065	7,065
Peliculas de poleiteleno	0	14,904	6,868	6,868

Fuente: Comtrade. Elaboración Prompex-GIM

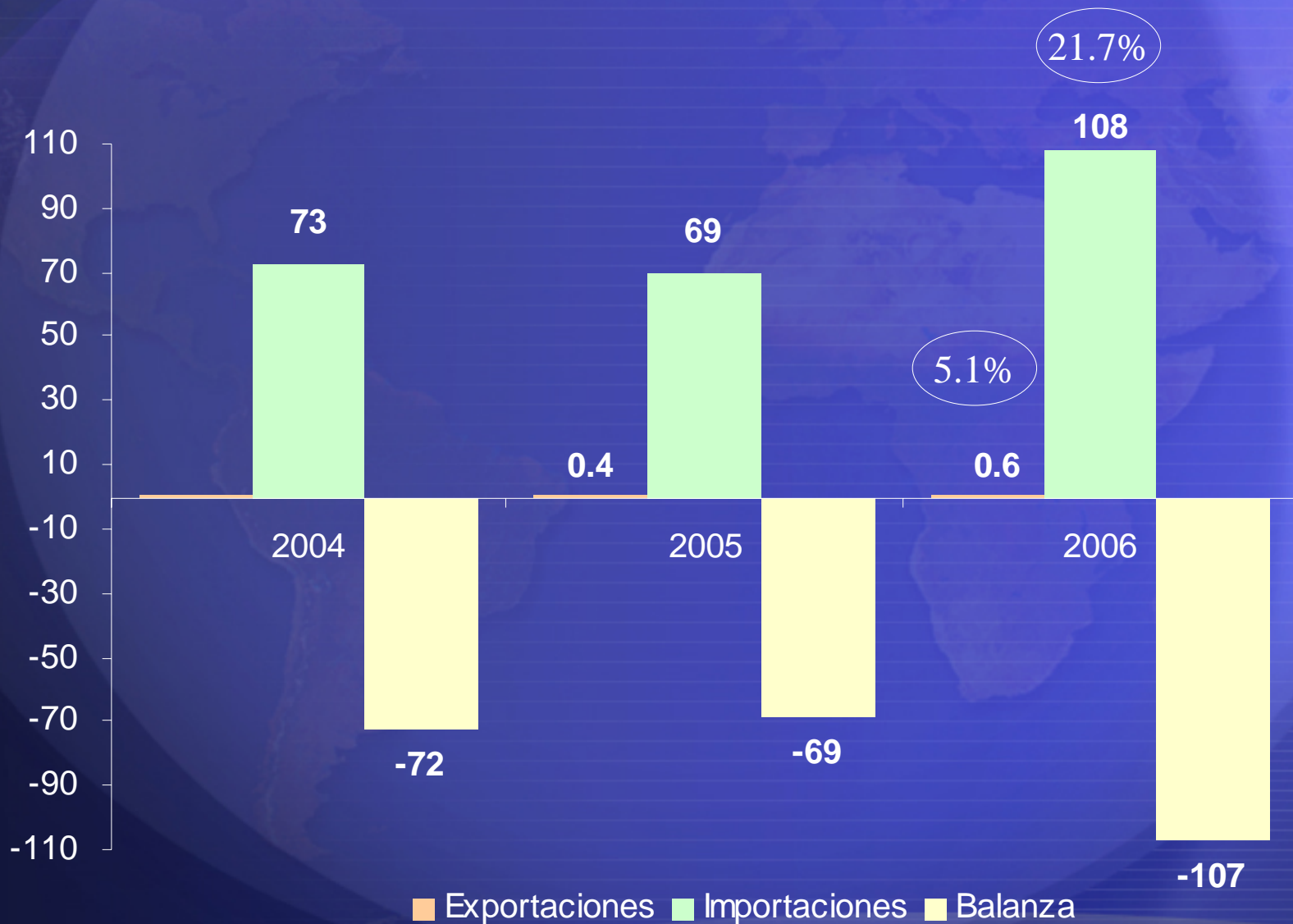


# Paraguay



# Comercial Perú -Paraguay

## Millones de US\$



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Paraguay

Miles de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Alambre de cobre telefónico	177.1		27.9
Neumáticos: autobuses, camiones	93.3		14.7
Cigarreras de plástico	54.3	38.2	8.6
Marcadores	31.2	-30.3	4.9
Betún	25.8	-30.8	4.1
Hidrogenoortofosfato de calcio	25.5	3.7	4.0
Neumáticos para automóviles	24.9		3.9

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM



# Mercado de Paraguay:

Fuerzas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estabilidad macroeconómica</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado pequeño</li><li>• Población y consumo concentrado en las grandes ciudades</li><li>• Contrabando</li></ul>
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ace 58 Perú - Mercosur</li><li>• Importador neto</li><li>• Compradores brasileños de ciudades fronterizas</li></ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia de países del Mercosur</li></ul>





# Programa de Liberación Paraguay- Perú

<b>Categoría</b>	<b>Período desgravación</b>	<b>Nº de ítems</b>	<b>Preferencia inicial</b>	<b>Preferencia Actual</b>	<b>Total años</b>	<b>Se libera hasta</b>
<b>A</b>	Inmediata	1005	100	100	-	Vigencia Acuerdo
<b>B3</b>	8 años	5070	30	38	8	2012
<b>C3</b>	Patrimonio Histórico	12	39	de 56 - 94	8	2012
<b>D5</b>	Sensibles	142	0	10	13	2017
<b>D6</b>	Sensibles	224	0	0	13	2017
<b>No se aplica el acuerdo</b>		10	-		-	-
<b>Casos con condiciones especiales - Apéndice VII</b>		59	-		-	-
<b>Preferencia fija</b>		-	-		-	-
<b>Total ítem NALADISA (*)</b>		6524				

# Productos con potencial en Paraguay

## Miles US\$

Producto	Imp. Paraguay Perú	Exp. Perú	Imp. Paraguay	Potencial
Neumaticos autobuses, camiones	0	20,540	44,846	20,540
Joyeria metales de preciosos	0	90,454	16,104	16,104
Pañales, prod. higienicos	0	11,547	15,514	11,547
Baldosa, revestimiento ceramico	0	11,150	11,202	11,150
Galletas dulces, barquillos	0	18,617	9,100	9,100
Politereftalato de etileno	0	8,694	20,545	8,694



# Productos con potencial en Paraguay

## Miles US\$

Producto	Imp. Paraguay Perú	Exp. Perú	Imp. Paraguay	Potencial
Medicamentos preparados	0	8,584	19,515	8,584
Preparaciones tensoactivas	0	8,130	8,714	8,130
Neumaticos automoviles	0	7,868	34,769	7,868
Preparaciones de maquillaje	0	42,651	7,753	7,753
Perfumes, agua de tocador	0	7,420	21,501	7,420
Tejidos de mezclilla (denim)	0	6,232	11,350	6,232

Fuente: Comtrade. Elaboración Prompex-GIM





Chile



# Relación Perú - Chile

- Chile miembro asociado de la Can
- Ace 38: Perú – Chile
- Acuerdo de Libre Comercio Perú - Chile

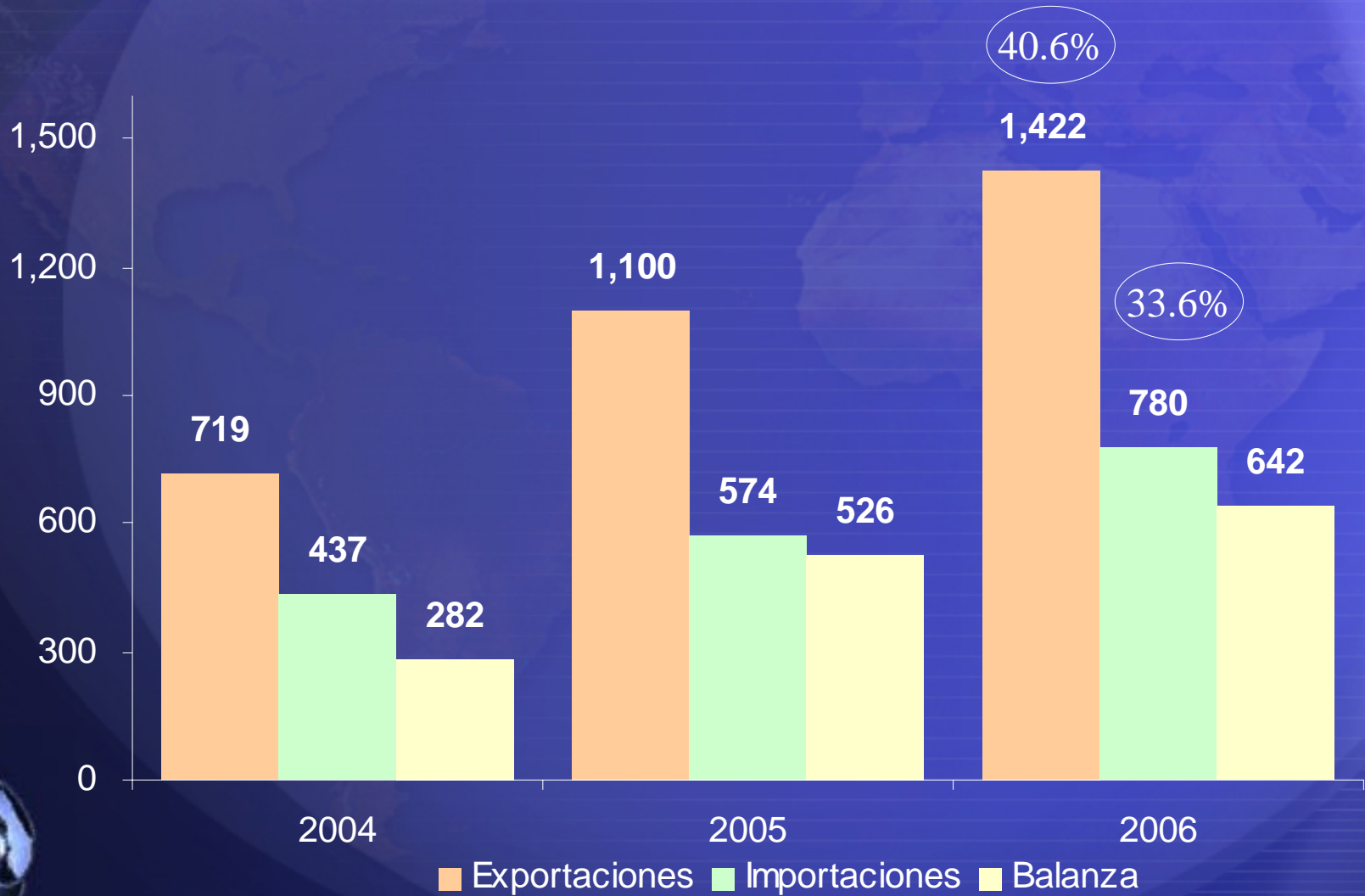
## Ace 38

- Firmado en 1998
- Cronograma de desgravación que elimina en un plazo máximo de 18 años el comercio.



# Comercial Perú -Chile

## Millones de US\$



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Chile

Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Barra de acero laminada, extruida	37.6	-0.5	16.2
Sulfato de cobre	24.1		10.4
Hidrogenoortofosfato de calcio	11.5	63.4	5.0
Bolas para molinos de acero fundido	10.2	-19.4	4.4
Redes de nylon (mallas anudadas)	9.4	78.2	4.1
Soda cáustica líquida	5.9	-33.5	2.6



# Perú: Principales Productos No Tradicionales Exportados a Chile

Millones de US\$

<b>Producto</b>	<b>2006</b>	<b>Var. % 06/05</b>	<b>Part. % 06</b>
Pisos cerámicos, revestimientos	5.7	70.8	2.5
Fideos	4.3	4.0	1.9
Guías telefónicas, libros, revistas	4.0	12.8	1.7
Oxido de cinc	3.5	576.8	1.5
Tops de fibras acrílicas	2.7	49.0	1.2
Tabaco rubio en hojas	2.5	18.6	1.1

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex -GIM





# Mercado de Chile:

Fuerzas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estabilidad política, jurídica</li><li>• Economía estable y en crecimiento.</li><li>• Ingresos per cápita mediano</li><li>• Precios de commodities altos</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado concentrado en Santiago</li><li>• Requerimiento de una segunda ola de reformas (educación, investigación y desarrollo, mercado laboral)</li></ul>



# Mercado de Chile

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incorporación a la Can (país asociado)</li><li>• Principal destino de las exportaciones peruanas en América Latina</li><li>• Aumento de las importaciones</li><li>• Alta propensión al consumo</li><li>• Mercados regionales (norte y sur)</li></ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fuerte presencia de productos chinos (textiles y confecciones)</li><li>• Caída de los precios de los commodities</li></ul>



# Productos con potencial en Chile

## Miles US\$

Producto	Imp. Chile Perú	Exp. Perú	Imp. Chile	Potencial
Camisetas de algodón punto mujeres	4,050	336,692	65,830	61,780
Preparaciones de maquillaje	362	42,651	36,617	36,255
Alimentos para animales	334	26,554	38,319	26,220
Sueteres, chalecos de algodón	291	99,585	24,056	23,765
Cemento portland	0	22,549	27,509	22,549
Neumaticos autobuses, camiones	0	20,540	85,777	20,540



# Productos con potencial en Chile

## Miles US\$

Producto	Imp. Chile Perú	Exp. Perú	Imp. Chile	Potencial
Bananas frescos	0	17,662	33,651	17,662
Barras hierro obtenidos laminado	0	17,315	29,332	17,315
Pantalones, shorts de algodón.	249	17,279	49,066	17,030
Hidroxido de sodio (sosa caustica)	8,456	25,345	30,450	16,889
Cafe sin tostar, sin descafeinar.	4,200	306,075	19,060	14,860
Peliculas de polietileno	68	14,904	41,436	14,836

Fuente: Comtrade. Elaboración Prompex-GIM



# Mercosur y Chile – Mercados Importantes

## Conservas de jurel en aceite

País	2006	Par. %
Brasil	7.1	41.4
Uruguay	1.7	10.1
Chile	0.1	0.8
Argentina	0.1	0.6
<b>Total</b>	<b>17.1</b>	<b>100.0</b>

## Conserva aceituna verde, negra

País	2006	Par. %
Brasil	6.4	60.8
Chile	0.7	6.8
<b>Total</b>	<b>10.5</b>	<b>100.0</b>

## Soda cáustica líquida

País	2006	Par. %
Chile	5.9	29.9
Brasil	1.8	9.3
<b>Total</b>	<b>19.8</b>	<b>100.0</b>



# Mercosur y Chile – Mercados Importantes

<b>Oxido de cinc</b>		
<b>País</b>	<b>2006</b>	<b>Par. %</b>
Chile	3.5	5.9
Brasil	2.4	4.0
Argentina	0.1	0.2
<b>Total</b>	<b>59.6</b>	<b>100.0</b>

<b>Sulfato de cobre</b>		
<b>País</b>	<b>2006</b>	<b>Par. %</b>
Chile	24.1	81.4
Argentina	0.2	0.6
<b>Total</b>	<b>29.6</b>	<b>100.0</b>

<b>Hidrogenoortofosfato de calcio</b>		
<b>País</b>	<b>2006</b>	<b>Par. %</b>
Chile	11.5	80.1
Argentina	0.2	1.6
Paraguay	0.0	0.2
<b>Total</b>	<b>14.3</b>	<b>100.0</b>



# Mercosur y Chile – Mercados Importantes

## Película, empaque flex. polipropileno

País	2006	Par. %
Brasil	6.4	12.7
Argentina	2.9	5.8
Chile	2.4	4.7
<b>Total</b>	<b>50.6</b>	<b>100.0</b>

## Tops de fibras acrílicas

País	2006	Par. %
Brasil	3.8	28.9
Chile	2.7	20.5
<b>Total</b>	<b>13.1</b>	<b>100.0</b>

## Redes de nylon (mallas anudadas)

País	2006	Par. %
Chile	9.4	86.9
<b>Total</b>	<b>10.9</b>	<b>100.0</b>



# Mercosur y Chile – Mercados Importantes

## Barra de acero laminada, extruida

País	2006	Par. %
Chile	37.6	98.7
Brasil	0.0	0.0
<b>Total</b>	<b>38.1</b>	<b>100.0</b>

## Pisos cerámicos, revestimientos

País	2006	Par. %
Chile	5.7	30.3
<b>Total</b>	<b>18.8</b>	<b>100.0</b>

## Bolas para molinos de acero fundido

País	2006	Par. %
Chile	10.2	96.2
Brasil	0.0	0.0
<b>Total</b>	<b>10.6</b>	<b>100.0</b>





# Mercosur y Chile – Mercados Importantes

## Alambrón de cobre

País	2006	Par. %
Brasil	72.2	29.9
<b>Total</b>	<b>241.7</b>	<b>100.0</b>

## Alambre de cobre

País	2006	Par. %
Argentina	6.8	77.5
Chile	0.0	0.0
<b>Total</b>	<b>8.7</b>	<b>100.0</b>



# ALADI

ALADI - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN - ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO - Microsoft Inter...

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Multimedia


Dirección <http://www.aladi.org> Ir Vínculos >>

Y! Introducir búsqueda aquí Buscar Resaltar Entrar Correo Yahoo! Mi Yahoo! Noticias >>

ALADI ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

Búsqueda > Español > Português > English

Acerca de Aladi Secretaría General Actividades Mapa del Sitio Contactos



- Acuerdos
- Régimen de Origen
- Aranceles y Nomenclaturas
- Normas Regulatoras de Comercio Exterior
- Estadísticas
- Integración Física y Distribución

Última actualización 15/03/05

### NOVEDADES

Embajador Juan F. Rojas Penso finaliza su mandato al frente de la ALADI [->>](#)

Operti asume el cargo de Secretario General de la ALADI el próximo viernes [->>](#)

Informe del Secretario General sobre la evolución del proceso de integración regional durante el año 2004 [->>](#)

Selección de Noticias Discursos Comunicados de Prensa

**aquí atendemos su consulta**

PORTAL EMPRESARIAL SICOEX E-COMERCIO TIC GUÍA DEL EXPORTADOR CONVENIO DE PAGOS SITA

Reuniones Técnicas Publicaciones Biblioteca Directorio Glosarios Vínculos Preguntas Frecuentes Boletín ALADI.org

Aviso Jurídico Importante  
Ayúdenos a mejorar nuestro sitio

ALADI para niños Pinacoteca Fototeca Cátedra Latinoamericana para la Integración

Abriendo página <http://www.aladi.org/>...

Internet

# ¿Cómo hacemos Inteligencia de Mercados?





## Alerta de Inteligencia de Mercados No. 01-2007 Año 2; Lima, Viernes 19 de Enero del 2007

NOTICIAS  
RELEVANTES

DESARROLLO  
DE MERCADOS

SECTORES  
PRODUCTIVOS

FACILITACIÓN  
Y CANALES  
DE DISTRIBUCIÓN

NOTAS  
ESPECIALES

PRÓXIMOS  
EVENTOS



### noticias relevantes

#### Apuesta por los Latinos

... ym. firmas de negocios. Las "vegas" con  
vention and Visitors Authority,....

[Ver más](#)

#### Perspectivas de la economía para el año 2007

...reci-  
cial-  
mientos en Estados Unidos y Europa", se  
reducirá el aumento de los precios de la  
vivienda hasta el ajuste,....

[Ver más](#)

**1,170 Inscritos – Red Inteligencia**

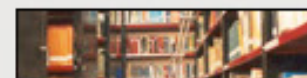
**35,158 Visitantes**

Buscador de noticias



RED DE INTELIGENCIA DE  
MERCADOS

[Inscríbete](#)



CONTENIDOS  
ESPECIALIZADOS

[Ver más](#)

### desarrollo de mercados

#### América latina: crece pero continúa rezagada

Como muchos de ustedes, me alegré con  
los últimos titulares que señalan que se  
proyecta otro buen año para las econo-  
mías latinoamericanas en 2007.....

[Ver más](#)

#### Bolivia: solicitará ser miembro pleno Mercosur

El gobierno de Bolivia manifestó ayer su  
intención de incorporarse como miembro  
pleno del Mercosur, sin perder su condi-  
ción de miembro de la Comunidad  
Andina.....

[Ver más](#)



# Clasificación de información

## Alerta de Inteligencia de Mercados

## Alerta de Inteligencia de Mercados No. 01-2007 Año 2; Lima, Viernes 19 de Enero del 2007



### notas especiales

#### Rechazo de alimentos adelgazantes por consumidores británicos

Aunque los índices de obesidad en el Reino Unido permanecen altos, el mercado para alimentos adelgazantes está disminuyendo. Un tercio de los consumidores prefieren no usar alimentos adelgazantes y buscar soluciones más naturales y permanentes para perder peso. Las ventas de los batidos adelgazantes y las barras energéticas han caído en picada, su mercado disminuyó en 27 % (81 millones de libras) en los últimos cinco años. Las cifras no son agradables para las marcas como SlimFast, que fue la estrella en el sector de alimentos adelgazantes, por lo que relanzarían la línea de productos y sus presentaciones a fin de traer de vuelta a los consumidores.

Los profesionales de la salud han presionado al indicar que esos alimentos son una salida rápida que no ayuda a la gente a mantener un peso saludable a largo plazo, además de tener mal sabor por los ingredientes artificiales. Se viene una nueva era para los alimentos saludables vistos como naturales, esta tendencia beneficiaría a la industria láctea debido a la imagen natural asociada a sus productos.

Dentro de los próximos cinco años el mercado para los batidos adelgazantes y las barras energéticas descendería en 50%, lo que significa una reducción en las ventas de 90 millones de libras en el 2001 a 16 millones en el 2011.

Fuente: Dairy Reporter

# Búsqueda de información



**Alerta de Inteligencia de Mercados**  
**No. 01-2007 Año 2; Lima, Viernes 19 de Enero del 2007**

NOTICIAS  
RELEVANTES

DESARROLLO  
DE MERCADOS

SECTORES  
PRODUCTIVOS

FACILITACIÓN  
Y CANALES  
DE DISTRIBUCIÓN

NOTAS  
ESPECIALES

PRÓXIMOS  
EVENTOS

**Alerta de Inteligencia de Mercados**

[www.prompex.gob.pe/alertagim](http://www.prompex.gob.pe/alertagim)



**10 Años**  
Promoviendo  
Exportaciones y  
Generando Empleo  
3 de abril de 2006



can

Búsqueda

Buscar en la Web  Búsqueda en [www.prompex.gob.pe/alertagim](http://www.prompex.gob.pe/alertagim)

**La Web** Resultados **1 - 10** de aproximadamente **39** de **can** en el dominio **www.prompex.gob.pe/alertagim**. (0.09 segundos)

[Chile: acepta reintegrarse a la CAN - Alerta de Inteligencia de ...](#)

Chile: acepta reintegrarse a la **CAN**. La presidente de Chile, Michelle Bachelet, confirmó ayer en Quito que su país iniciará un proceso para adherirse como ...

[www.prompex.gob.pe/alertagim/10-08-06/dm4090806.htm](http://www.prompex.gob.pe/alertagim/10-08-06/dm4090806.htm) - 7k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

[Ecuador: niega que vaya a salirse de la CAN - Alerta de ...](#)

Entrevistado por Radio Centro, el segundo de Comercio indicó que Ecuador tiene una serie de dificultades que deben ser resueltas en el seno de la **CAN**, ...

[www.prompex.gob.pe/alertagim/03-11-06/dm1231406.htm](http://www.prompex.gob.pe/alertagim/03-11-06/dm1231406.htm) - 7k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Discusiones no disponibles en <http://www.google.com/>



# **América Latina, Mercosur y Chile**

**Un mercado para los productos peruanos**



**Cristina Camacho**  
**Gerencia de Inteligencia de Mercados**