

# PLAN DE DESARROLLO DE MERCADO (PDM)

Seminario Miércoles del Exportador – PromPerú

Patricia Suárez Ayala  
[dsuarez@mincetur.gob.pe](mailto:dsuarez@mincetur.gob.pe)

09 de agosto de 2017

Lima, Perú



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

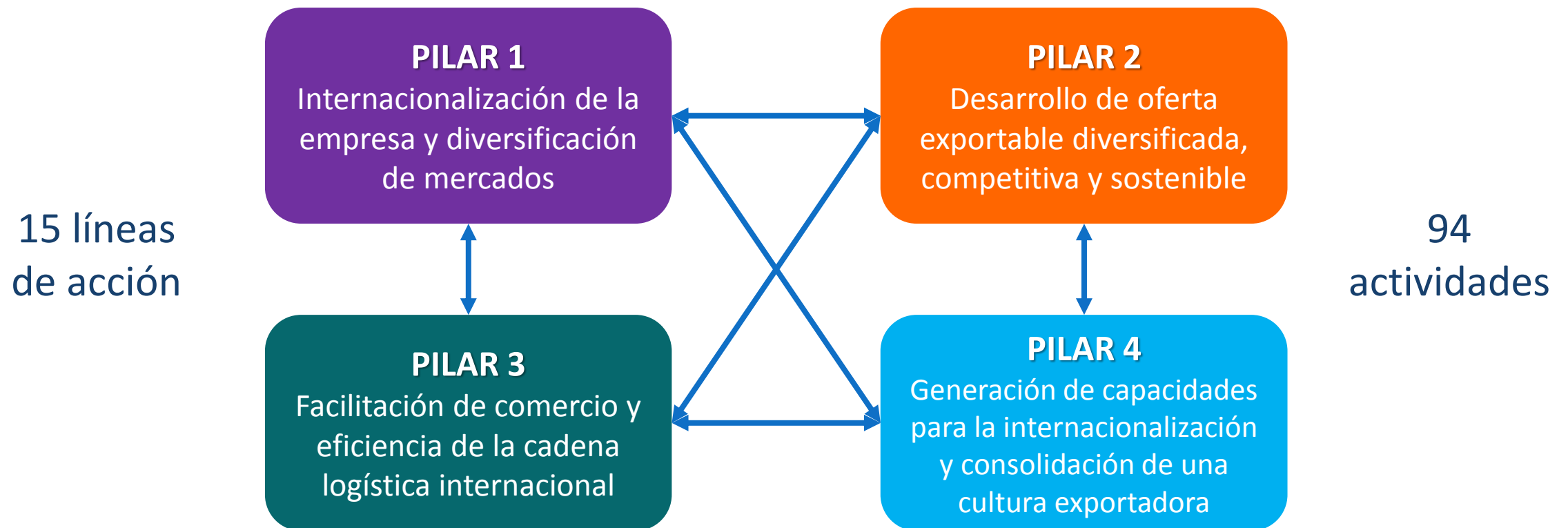
Viceministerio  
de Comercio Exterior



**PENX  
2025**

**PILARES**

# Plan Estratégico Nacional Exportador - PENX 2025





**PDM**

**PLAN DE DESARROLLO DE  
MERCADO**

“Coordinar las estrategias del sector para el desarrollo de mercados”

# PDM

Plan de Desarrollo de Mercados



Fortalece la institucionalidad al ser un repositorio de actividades de corto, mediano y largo plazo

Contribuye a una mejor planificación del POI

Es una herramienta de gestión que permite la continuidad de la política pública

Está correctamente alineado con la estrategia sectorial

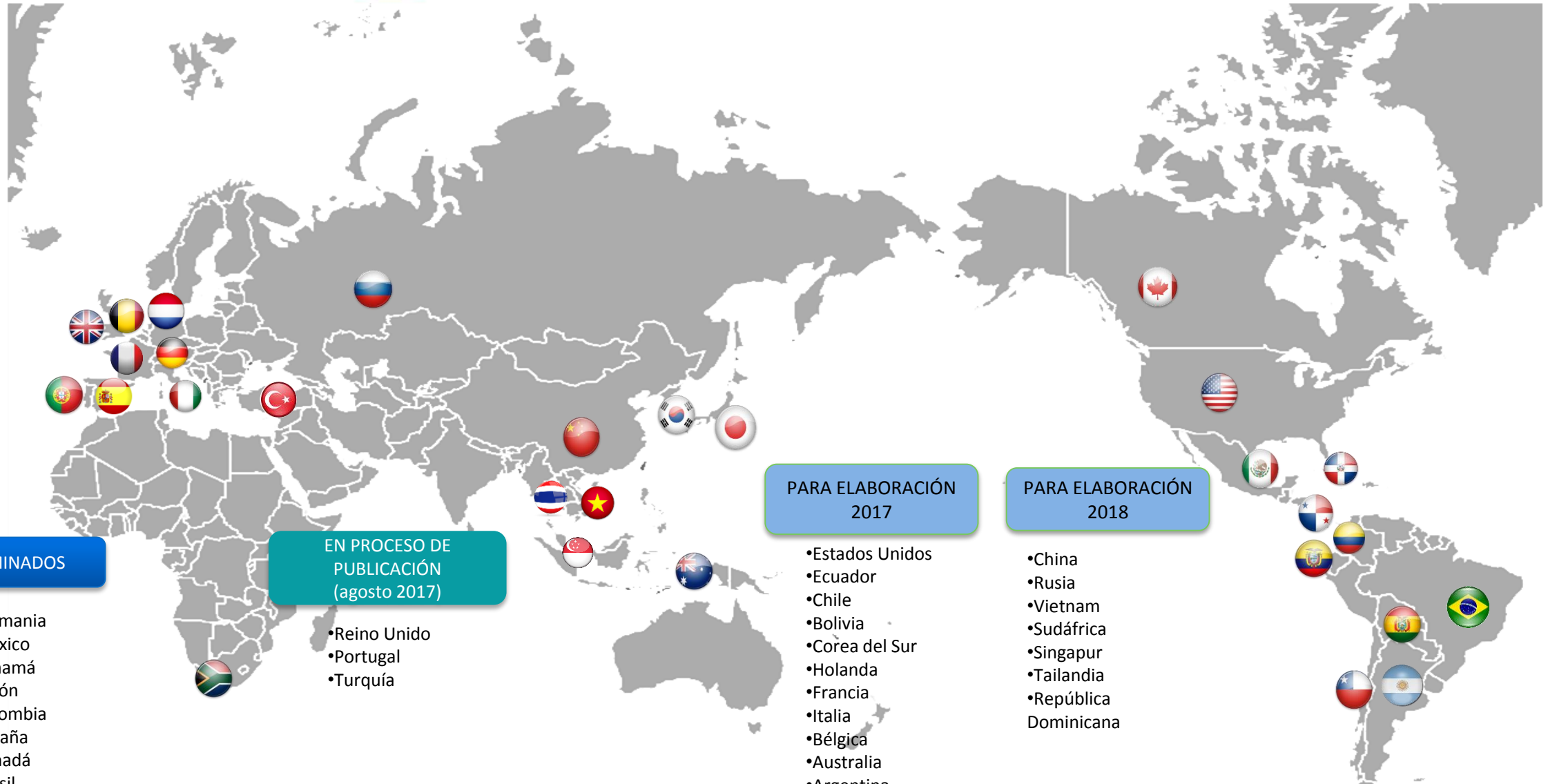
# Planes de Desarrollo de Mercados (PDM)



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Viceministerio de Comercio Exterior



# PLAN DE DESARROLLO DE MERCADO



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio  
de Comercio Exterior

Información de mercado  
relacionado con el Sector  
Comercio Exterior



Coordinar las actividades  
del Sector para el  
desarrollo de mercados  
internacionales



Promover el  
aprovechamiento de las  
oportunidades comerciales  
identificadas



1. INFORMACION  
GENERAL



2. INDICADORES  
MACROECONÓMICOS



3. CULTURA DE  
NEGOCIO



4. INTERCAMBIO  
COMERCIAL



5. ACUERDO  
COMERCIAL Y  
REGULACIONES



6. DISTRIBUCIÓN Y  
TRANSPORTE DE  
MERCADERÍA



7. CANALES DE  
COMERCIALIZACIÓN



8. TENDENCIAS Y  
CARACTERÍSTICAS DEL  
MERCADO



9. OPORTUNIDADES  
COMERCIALES



10. PRIORIZACIÓN DE  
PRODUCTOS



11. PLAN DE ACCIÓN



12. FERIAS



13. FUENTES DE  
INFORMACIÓN



**PDM**

**PERFILES Y OPORTUNIDADES  
DE PRODUCTOS**



# ESTRUCTURA DE LOS PERFILES DE PRODUCTOS PRIORIZADOS



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio  
de Comercio Exterior

## 1. MERCADO

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1.1 Tamaño del mercado</b></li><li>• Producción Local</li><li>• Exportaciones</li><li>• Importaciones</li><li>• Importaciones desde Perú</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1.2 Características generales</b></li><li>• Uso y formas de consumo</li><li>• Descripción del producto</li><li>• Auditoría de tiendas</li><li>• Análisis de la competencia</li><li>• Regiones y/o sectores de mayor consumo</li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1.3 Perfil, tendencias del consumidor</b></li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1.4 Ventajas del producto peruano</b></li></ul>   |

## 2. CONDICIONES DE ACCESO

- 2.1 Aranceles
- 2.2 Normas de origen y pruebas de origen
- 2.3 Requisitos específicos de los importadores
- 2.4 Barreras y normas

## 3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

## 4. INFORMACIÓN ADICIONAL

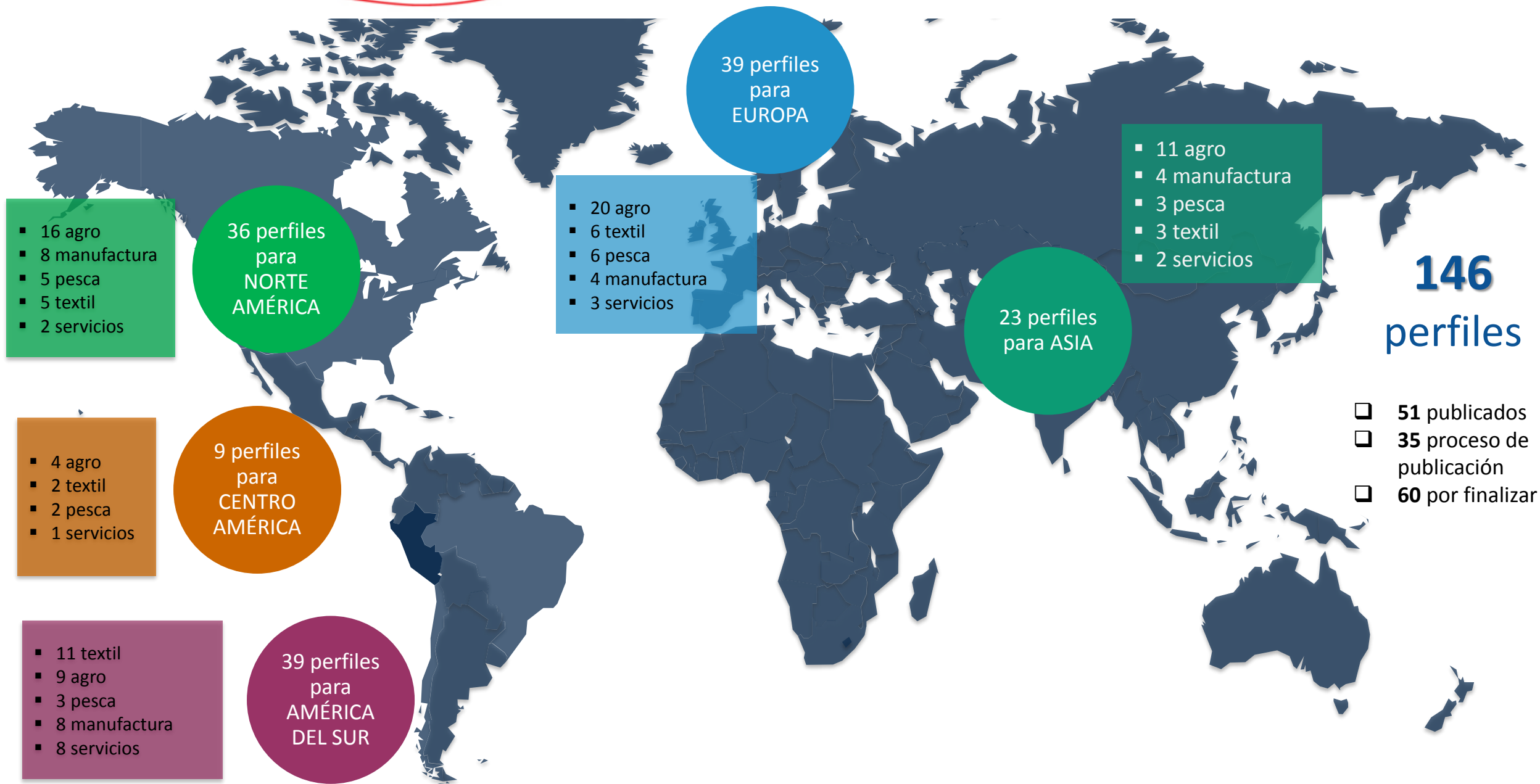
- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 4.1 Datos de contacto de importadores</li><li>• 4.3 Ferias comerciales</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 4.2 Oficinas y/o gremios</li><li>• 4.3 Links de interés</li></ul> |
|--|---|

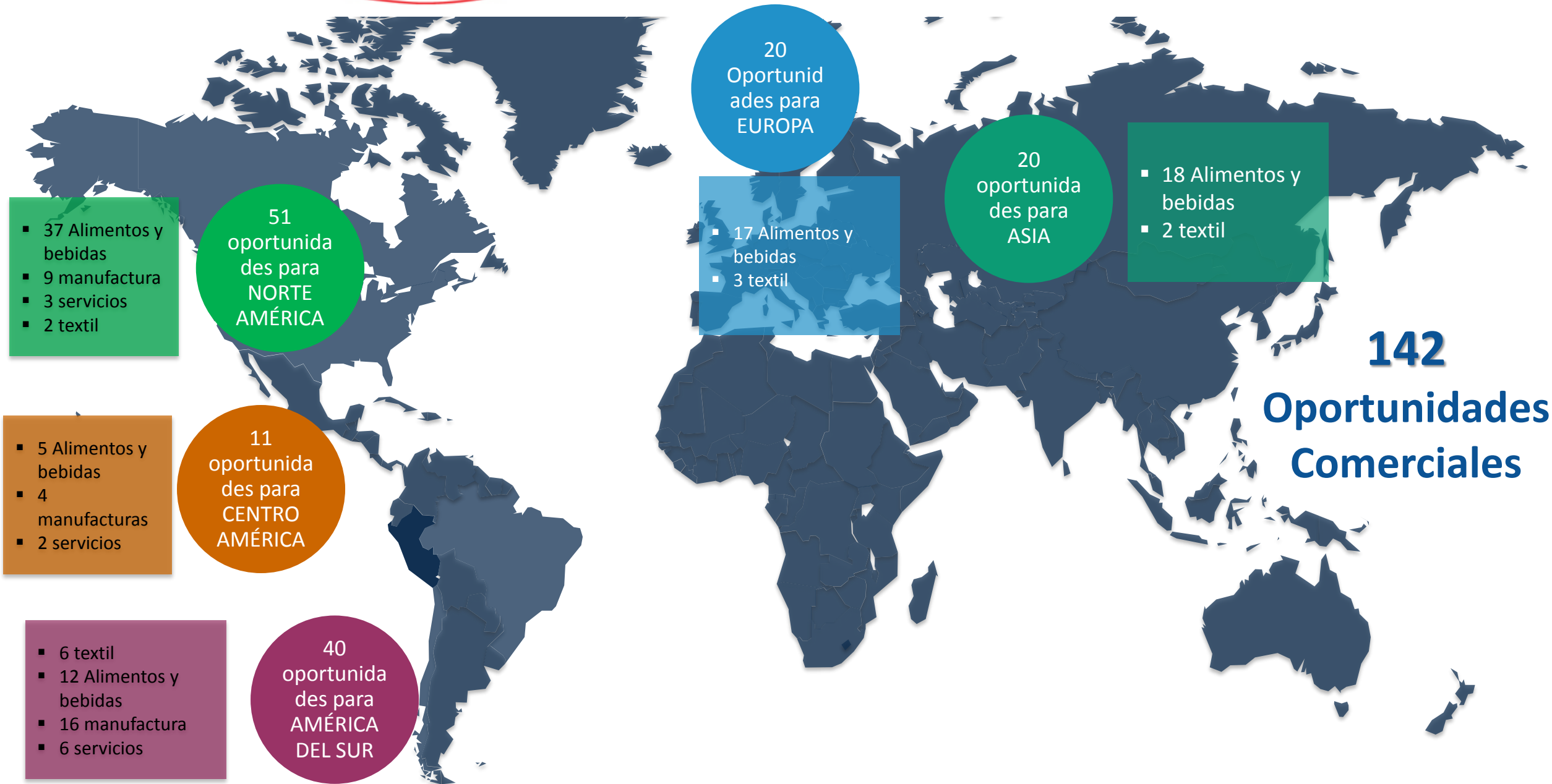
## 5. BIBLIOGRAFÍA

### **OBJETIVO**

Conocer los principales productos identificados con potencial de ingreso a los distintos mercados

“Los PDMs contarán con un promedio de 10 perfiles entre los cuales se incluirá como mínimo un perfil del sector servicios”





- 37 Alimentos y bebidas
- 9 manufactura
- 3 servicios
- 2 textil

51  
oportunidades para  
NORTE  
AMÉRICA

20  
Oportunidades para  
EUROPA

- 17 Alimentos y bebidas
- 3 textil

20  
oportunidades para  
ASIA

- 18 Alimentos y bebidas
- 2 textil

- 5 Alimentos y bebidas
- 4 manufacturas
- 2 servicios

11  
oportunidades para  
CENTRO  
AMÉRICA

- 6 textil
- 12 Alimentos y bebidas
- 16 manufactura
- 6 servicios

40  
oportunidades para  
AMÉRICA  
DEL SUR

142  
Oportunidades  
Comerciales

# NORTEAMÉRICA

## PDM

## Perfiles de productos

## Oportunidades Comerciales



- Maca procesada, cafés especiales, cereales andinos, snacks de fruta deshidratada, aceite de sacha inchi, chocolates finos, productos de mar (anchoveta y pota) y pisco
- Preparaciones de perfumería o cosmético, preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel
- Preparaciones orgánicas tensoactivas
- Prendas de algodón pima para bebés, prendas de alpaca y textiles utilitarios
- Artículos de joyería y bisutería
- Recubrimientos de piedra y madera
- Turismo dental

- Arándano, pimiento capsicum, granada, mandarina y quinua.
- Maca (deshidratada y gelatinizada en polvo)
- Mango (deshidratado, puré, pulpa y congelado)
- Banana (pure, deshidratado, polvo y congelado)
- Ají (polvo, extracto, salsa)
- Perico (refrigerado, congelado, entero y filete)
- Pota y calamar, y vieiras
- Baby food
- Cápsulas de café, infusiones y cacao
- Yacón
- Frijol panamitos
- Jaleas y mermeladas
- Equipos de procesamiento de panadería y baldosas de cerámicas barnizadas



- Aceituna fresca y preparada
- Aguaymanto fresco y procesado
- Aceite y snacks de sacha inchi
- Maca procesada
- Paiche
- Pisco
- Mármol y travertinos
- Aceites esenciales
- Artesanía

- Arándano, frambuesa, plátano, mango, nuez de brasil, granada, granadilla, chirimoya, cacao en grano y en polvo, productos orgánicos frescos y procesados, productos naturales para la salud, tilapia, camarones y langostinos, flores y capullos
- Prendas de alpaca, prendas de algodón para bebés y niños, artículos de joyería y bisutería, artículos del hogar y regalos, artesanías, materiales de construcción, insumos e ingredientes cosméticos y productos de belleza
- Franquicias







- Ajos frescos
- Anchoveta
- Botas y botines de cuero
- Conchas de abanico
- Harina de maca
- Maquinaria para la industria de la minería
- Pisco
- Perforadoras autopropulsadas
- Pota
- Uvas frescas

- Alimentos gourmet, pisco, harina de maca, aceite de palma, quinua y chía, papas, arándanos.
- Cerveza, condimentos y especias, uña de gato y orquídea
- Pisos de madera
- Servicios de diseñadores peruanos

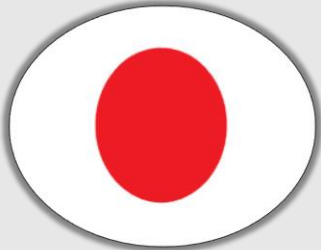
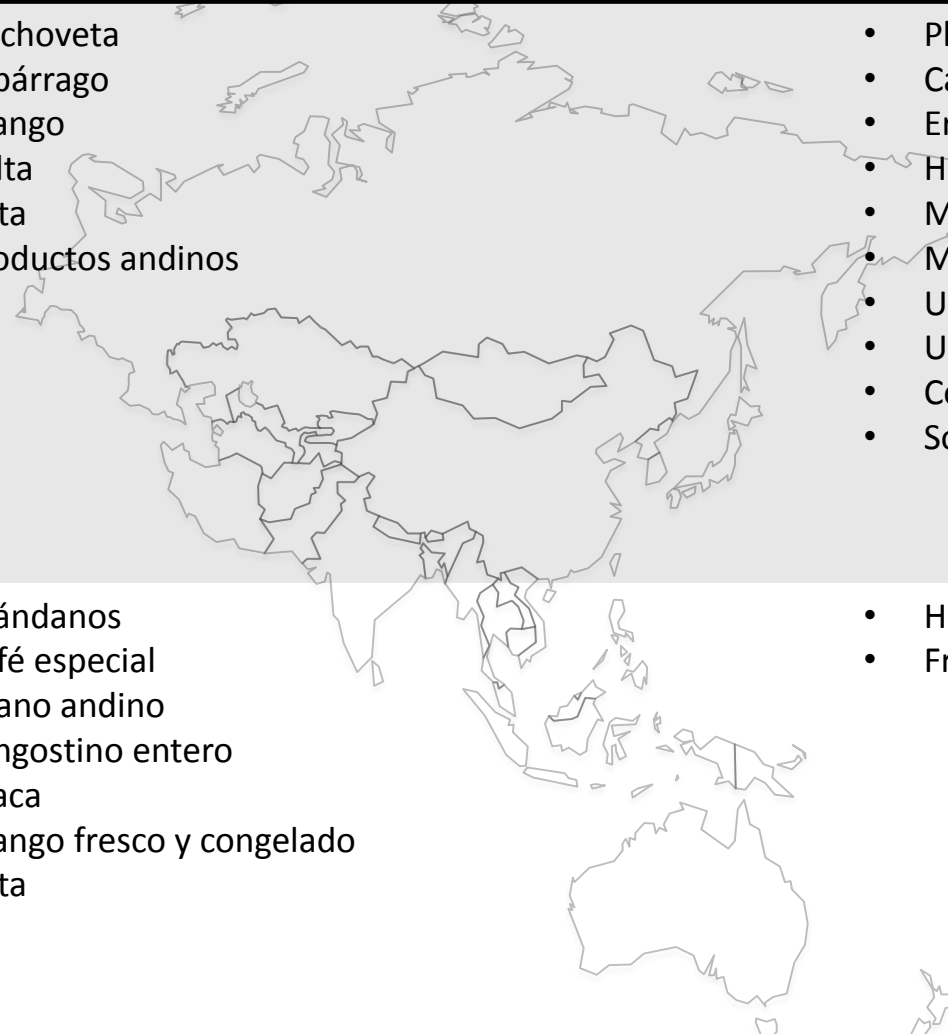

# SUDAMÉRICA Y CENTROAMÉRICA

PDM	Perfiles de productos	Oportunidades Comerciales
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anchoveta en conserva y uva; camisones y pijamas de algodón, prendas de vestir de algodón para bebé y t-shirts de algodón; barras de hierro o acero, láminas flexibles y vajillas de plástico; franquicias gastronómicas y servicios a la minería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aceite de oliva, nuez de Brasil, pulpo congelado, tilapia fresca y congelada; pantalones de fibras sintéticas y de algodón para hombres o niños, y mujeres o niñas, camisas de punto para hombres o niños y cárdigan de algodón; envases de papel y cartón.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ajo y cebolla, maca hidrolizada, mandarina, zanahoria y beterraga; anchoveta en conserva y filete de trucha congelada; chompas de alpaca para mujer, t-shirts de algodón para hombre y prendas de algodón para bebé; y software.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Espárrago, granada, harina de maca, quinua y uva; bombas sumergibles, productos encartuchados, válvulas, conductores y alambre, cosméticos y productos de belleza y cámara hiperbárica.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cacao y derivados de chocolate, café tostado; prendas de bebés y niños, ropa industrial y de seguridad, vajillas de plástico, y materiales y acabados para construcción; servicios de ingeniería y diseño, software y aplicaciones móviles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Harina de lúcuma, harina de maca, harina de maqui, piña fresca y congelada, y quinua; bolas de molienda, repuestos para maquinaria y/o equipos mineros, ácido sulfúrico, explosivos ANFO, envases y embalajes de plástico, insumo médicos descartables y medicamentos genéricos; call center, editoriales y marketing digital.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frutas frescas (uva, sandía y chirimoya), pisco, productos industrializados (aceite de oliva, ají); ropa de algodón de bebés, niños y adultos; proveeduría a la minería, envases y embalajes, y materiales y acabados para construcción; y servicios a la minería, ingeniería, editoriales y gráficos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En elaboración</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condimentos, alimentos para animales, pescado congelado; envases y embalajes, fundiciones a la minería, láminas plásticas; t-shirts de algodón, y prendas de algodón para bebé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Langostinos</li> <li>Chocolate</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anchoveta, conservas de salsas especiales, frijol de palo, granos andinos, pota en anillas y pisco, t-shirts y camisas de algodón, ropa de algodón para bebé y franquicias gastronómicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aceite de sacha inchi, aceituna de botija, granos andinos, maca, snacks peruanos (papas nativas y cancha), alimentos orgánicos (granos andinos y maca), ropa de cama, piso de madera, envases, joyería de plata y oro, software y franquicias.</li> </ul>

# EUROPA

PDM	Perfiles de productos	Oportunidades Comerciales
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alcachofa, frutos del bosque, conchas de abanico, conservas de anchoa, frutas deshidratadas, granada, pota fdtv, quinua</li> <li>Ropa de bebé</li> <li>Videojuegos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Palta</li> <li>Conservas y semiconservas de anchoa y pota</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aceite de oliva, café y cacao, frutas (mango, palta, granada y uva), quinua y maca, vegetales (espárragos y alcachofas)</li> <li>Productos textiles y de madera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Camote</li> <li>Pulpas de frutas (maracuyá)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uva, arándano y granada, maca y quinua</li> <li>Artículos de joyería y bisutería y pisos de madera</li> <li>Textiles y confecciones</li> <li>Franquicias gastronómicas</li> <li>“Como establecer una empresa distribuidora de alimentos”, “Como establecer una empresa de tecnología e información”, “Como establecer una empresa” y “Compras gubernamentales”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Productos de madera</li> <li>Joyería y bisutería</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jengibre</li> <li>Granos andinos</li> <li>Aguaymanto</li> <li>Pota</li> <li>Cacao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frutas tropicales/exóticas, espárrago, granos andinos (quinua y kiwicha), pescados y mariscos, chocolates, alimentos orgánicos (frutas tropicales, hortalizas y granos andinos), prendas de vestir y confecciones de algodón, y de alpaca</li> </ul>

# ASIA Y OCEANÍA

PDM	Perfiles de productos	Oportunidades Comerciales
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anchoveta</li> <li>• Espárrago</li> <li>• Mango</li> <li>• Palta</li> <li>• Pota</li> <li>• Productos andinos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plátano</li> <li>• Camu camu</li> <li>• Erizo</li> <li>• Huevera de pez volador</li> <li>• Maca</li> <li>• Mango (congelado y fresco)</li> <li>• Uña de gato</li> <li>• Uva</li> <li>• Confecciones de alpaca</li> <li>• Software</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arándanos</li> <li>• Café especial</li> <li>• Grano andino</li> <li>• Langostino entero</li> <li>• Maca</li> <li>• Mango fresco y congelado</li> <li>• Pota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina de granos tostados (mixtos para batido)</li> <li>• Frutas congeladas (mango, fresa y palta)</li> </ul>

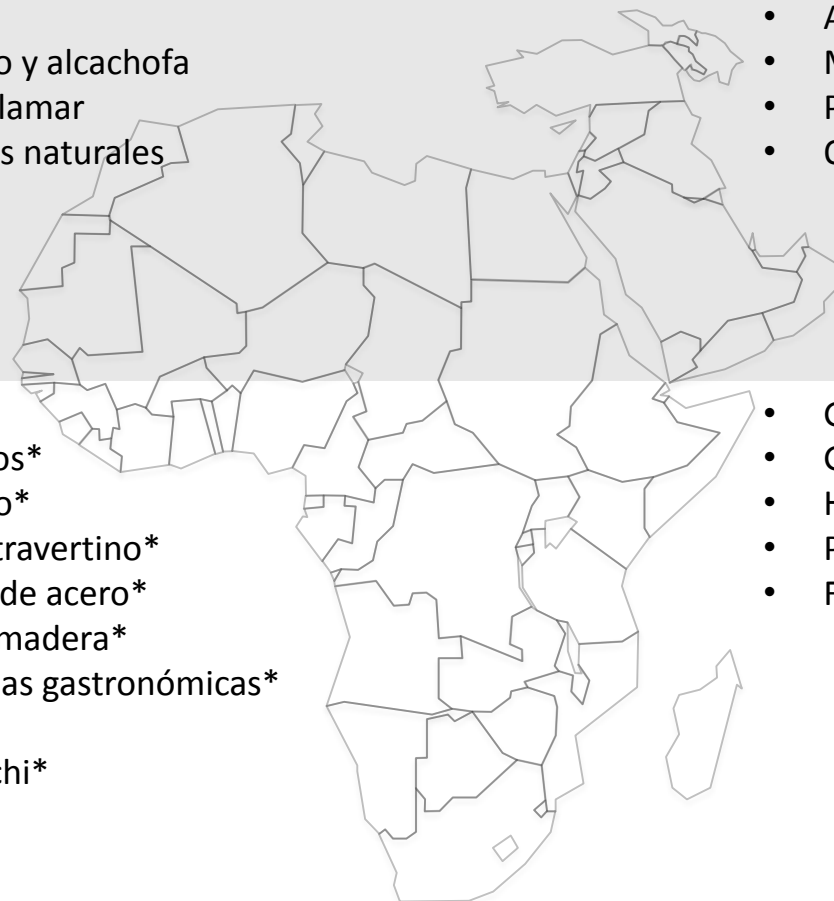
# MEDIO ORIENTE Y ÁFRICA

PDM	Perfiles de productos	Oportunidades Comerciales
-----	-----------------------	---------------------------



- Café
- Espárrago y alcachofa
- Pota y calamar
- Productos naturales

- Amaranto
- Maca
- Procesados de calamar
- Quinoa y derivados



- Quinoa
- Arándanos\*
- Amaranto\*
- Mármol travertino\*
- Alambre de acero\*
- Pisos de madera\*
- Franquicias gastronómicas\*
- Maca\*
- Sacha inchi\*
- Vieira\*

- Granadilla\*
- Granada\*
- Hilados y tejidos de algodón\*
- Pota y langostino\*
- Franquicias\*





**PDM**

**PLAN DE ACCIÓN**

# PLAN DE ACCIÓN



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio  
de Comercio Exterior

N°	PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN	PROYECTO	ACTIVIDADES	METAS				MONITOREO
					Inmediato al 2017	Corto Plazo al 2019	Mediano Plazo al 2021	Largo Plazo al 2025	

PENX 2025

DESARROLLADO SEGÚN ACTIVIDADES  
ESTRATÉGICAS POR PAÍS

INSTITUCIONES  
VINCULADAS

# PDM Brasil



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio  
de Comercio Exterior

# Contenido

- INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS
- REQUERIMIENTOS, ACUERDOS COMERCIALES Y CULTURA DE NEGOCIO
- LOGÍSTICA
- ANÁLISIS COMERCIAL
- OPORTUNIDADES COMERCIALES
- PRODUCTOS PRIORIZADOS
- PLAN DE ACCIÓN

# Brasil

206,1 millones de habitantes



PBI (ppp) en US\$ miles de millones: 3 141,34



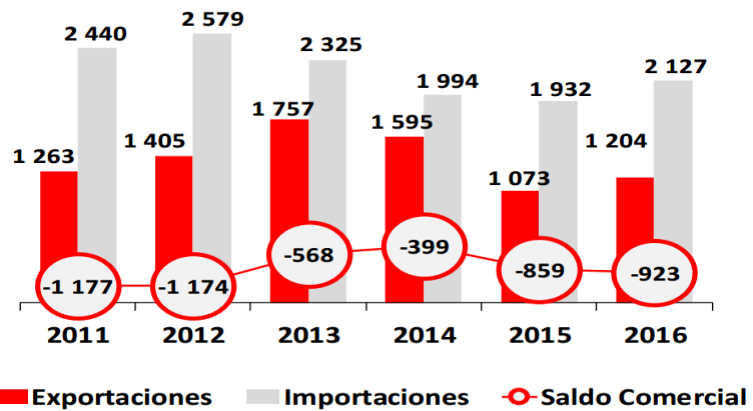
Moneda oficial: Real brasileño (R\$)



PBI per cápita (ppp) en US\$: 15 241,73

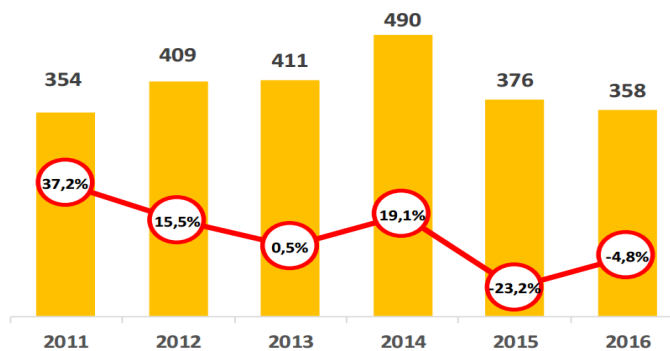
Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, abril 2017

## Comercio Exterior Perú - Brasil (US\$ Millones)



Fuente: SUNAT/Elaboración: VMCE

## Exportaciones No Tradicionales hacia Brasil (US\$ Millones)



\*○ Var% respecto al periodo anterior

Fuente: SUNAT/Elaboración: VMCE

INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS  
Al año 2016

Capital Brasilia



Principales países proveedores

17,5%



17,0%



6,6%



6,6%



4,0%



Minería no metálica



23%

Químico



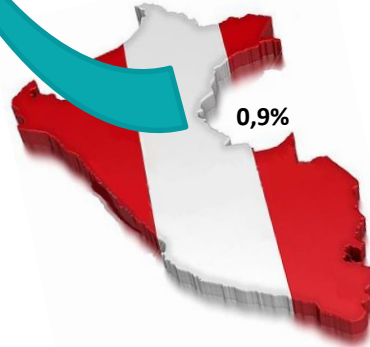
22%

Agropecuario



18%

0,9%



# Brasil

## REQUERIMIENTOS, ACUERDOS COMERCIALES Y CULTURA DE NEGOCIO

### Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- |  |   |
|--|---|
| 1. Mercosur                                    | Meridional (SACU)                           |
| 2. Mercosur - México                           | 10. Brasil - Suriname                       |
| 3. Mercosur - Israel                           | 11. Brasil – México                         |
| 4. Mercosur - Bolivia                          |   |
| 5. Mercosur – Chile                            | 12. Brasil - Guyana, Saint<br>Kitts y Nevis |
| 6. Mercosur – Colombia,<br>Ecuador y Venezuela | 13. Brasil - Argentina                      |
| 7. Mercosur - Cuba                             | 14. Brasil - Uruguay                        |
| 8. Mercosur - India                            | 15. Brasil - Venezuela                      |
| 9. Mercosur - Unión<br>Aduanera del África     |   |

### En negociación con países y/o grupos de países

1. Mercosur – Unión Europea
2. Acuerdo de Comercio Preferencial  
Mercosur – India

### Acuerdos suscritos con países y/o grupos de países

1. Acuerdo de Profundización Económico  
comercial Brasil - Perú
2. Palestina
3. Egipto

Fuente: Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior



El empresario brasileño valora el factor humano en las relaciones de negocios; en consecuencia, el éxito comercial depende en gran medida de los contactos que tenga y la calidad de la relación que mantiene con ellos.



El empresario brasileño no suele ser puntual, ya que los horarios son bastante flexibles; de todas formas llegar a tiempo es la mejor decisión.



El empresario brasileño prestan especial atención a la jerarquización durante las negociaciones.



- [Gravámenes a las importaciones](#)
- [Licencias de importación](#)
- [Declaración de importaciones](#)
- Regulaciones técnicas
- Regulaciones ambientales
- [Medidas sanitarias fitosanitarias](#)
- Etiquetado
- Derecho de propiedad intelectual
- [Proceso de despacho de importaciones](#)

Brasil



Logistics Performance Index – LPI  
puesto 55 de 160 países

PUERTO ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVIERA	FREC.	T/T	AGENTE	PÁGINA WEB
CLL	SANTOS	HAPPAG LLOYD	Semanal	20 días	HAPPAG LLOYD	<a href="http://www.hapag-lloyd.com">www.hapag-lloyd.com</a>
		HAMBURG SUD	Semanal	20 días	HAMBURD SUD PERU	<a href="http://www.hamburgsud.com">www.hamburgsud.com</a>
		CSAV	Semanal	26 días	CONSORCIO NAVIERO PERUANO	<a href="http://www.cnpsa.com">www.cnpsa.com</a>
CLL	MANAOS	KUEHNE + NAGEL	Semanal	23 días	KUEHNE + NAGEL SA	<a href="http://www.kn-portal.com">www.kn-portal.com</a>
CLL	ITAPOA	HAMBURG SUD	Semanal	40 días	COSMOS	<a href="http://www.cosmos.com.pe">www.cosmos.com.pe</a>



LÍNEA AÉREA	TIPO DE OPERAC.	SERVICIOS	FREC.	FREC. SEMANAL	AGENTE	PÁGINA WEB
LATAM CARGO	AÉREO	Servicio de transporte regular o chárter entre el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez y el Aeropuerto Internacional de Guarulhos	Diario	25 días	HAPPAG LLOYD	<a href="http://www.latamcargo.com">www.latamcargo.com</a>
AVIANCA CARGO	AÉREO		Diario	17 días	HAMBURD SUD PERU	<a href="http://www.avianca.com/es-co/nuestra-compania/servicios/avianca-cargo.aspx">www.avianca.com/es-co/nuestra-compania/servicios/avianca-cargo.aspx</a>
DHL AIR FORWARD	AÉREO		Diario	18 días	IAN TAYLOR & CO.	<a href="http://www.dhl.com.br/pt/logistica/transporte_por_frete/frete_aereo.html">www.dhl.com.br/pt/logistica/transporte_por_frete/frete_aereo.html</a>



EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE	RUC	TELÉFONO	CONTACTO
ADUANAS LOGÍSTICAS INTEGRAL S.A.C.	20510536721	(01) 5751460 (1) 5751462	Prudencio Aranda Vidal
BUENAVISTA S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	20503835984	(01) 4645266	Mario Flores Valare
INTERNATIONAL CUSTOMS CORPORATION S.A.C.	20512943277	(01) 4652525	Oscar Rodriguez Díaz



LOGÍSTICA



# Alimentos y bebidas



## ANÁLISIS COMERCIAL



### Canales de distribución

- Importadores/mayoristas (Mercados municipales, CEAGESP y CEASA)
- Cadenas de Autoservicios / Supermercados
- Tiendas de conveniencia
- Tiendas especializadas



### Principales grupos

- [ABRACEN](#)
- [CEAGESP](#)
- Zona Cerealista
- Grupo Pão de Açúcar
- Grupo Carrefour
- Grupo Muffato
- Supermercados BH
- Emporio Santa Luzia








### Volumen de ventas

- 
 US\$ 52 596 millones en gasto de alimentación
- 
 TCP anual de 67 % entre el año 2010 al 2014.
- 
 8.5 % - expectativa de crecimiento anual



### Segmento de mercado

- 
 48% - Sureste de Brasil
- 
 24% - Noreste de Brasil
- 
 16% - Norte de Brasil
- 
 07 % - Sur de Brasil
- 
 05 % - Centro oeste de Brasil



Brasil



# Alimentos orgánicos



## ANÁLISIS COMERCIAL



### Canales de distribución

Minoristas:

- Tiendas especializadas
- Supermercados

Fabricantes / comercializadoras:

- Agroindustrias / Procesadores



### Principales grupos

- [Mundo Verde](#)
- [Grupo Pão de Açúcar](#)
- Via Verde
- Jasmine
- Mae Terra
- Vital Natus



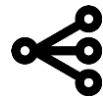
### Volumen de ventas



US\$ 617.86 millones en consumo de alimentos orgánicos.



TCP anual de 98 % entre el año 2010 al 2014 superior a la TCP del sector alimentos y bebidas (67%)



### Segmento de mercado



80 % supermercados



20 % otros minoristas y fabricantes

Los principales mercados de consumo se posicionan en la región sudeste y sur, sobresaliendo Sao Paulo.

Brasil



## Prendas de vestir y confecciones



### ANÁLISIS COMERCIAL



#### Canales de distribución

- Importadores y/o distribuidores
- Tiendas multimarca
- Tiendas propias
- Tiendas departamentales
- Tiendas especializadas
- Polos comerciales



#### Principales grupos

- [ABRASCE](#) (centros comerciales)
- Polos comerciales
- Devanlay Ventures do Brasil, Importacao, Expor.
- Columbia Trading S.A.
- C&A Modas Ltda.
- Lojas Riachuelo S.A.
- [Zara Brasil Ltda.](#)



#### Volumen de ventas



US\$ 46.63 mil millones en ventas de prendas de vestir



4.6% de incremento del sector desde el 2013.



#### Segmento de mercado – Demanda por consumidor



31 millones de habitantes

corresponden al segmento A y B.



113 millones de habitantes

pertenecen al segmento C.

Brasil



Uva

Formas de presentación



OPORTUNIDADES COMERCIALES



Estadística

- Los principales proveedores de uvas de mesa de Brasil son Chile, Perú y Argentina.
- Brasil posee un área de cultivo de 81 mil hectáreas de uva; sin embargo, su nivel de importaciones se incrementa periódicamente.



Tendencias del mercado

- La región del sudeste continuará siendo el principal demandante y productor de uva de mesa, sobre todo Sao Paulo, después se ubican Minas Gerais, Rio de Janeiro y Espirito Santo.
- La uva de mesa se encuentra entre las quince frutas más vendidas en el CEAGESP; se prevé, que este comportamiento continúe (ver link: [goo.gl/8p3eB5](http://goo.gl/8p3eB5)).
- Se espera que el 2017 la producción de uva de mesa brasileña obtenga un valor de R\$ 4 mil millones, después de una caída entre el 2016 (R\$ 3.2 mil millones) y 2015 (R\$ 3.9 mil millones).



Formas de consumo y usos

- Compra de uvas frescas por kg y en bandejas de 500 g y en menor cantidad el de 250 g.
- *Algunos la consumen como Snacks* de frutas en bolsas pequeñas.
- Esta fruta se consume principal en fresco, aunque la oferta de uvas deshidratadas (pasas) se ha incrementado.



Factores competitivos

- Considerado un superfood.
- Los principales importadores del CEAGESP aseveran que la uva peruana es la mejor en relación a la calidad y durabilidad.
- Perú superó las exportaciones de uva de Argentina destinadas a Brasil desde el 2014.
- La mayor cosecha de uva en Brasil comprende los meses de noviembre a marzo; no obstante, la calidad es inferior (menor grados brix - °Bx que la peruana) y la producción local no se da abasto.

Brasil



# Quinoa

Formas de presentación



OPORTUNIDADES COMERCIALES



Estadística

- Los principales proveedores de quinoa de Brasil son Perú y Bolivia.
- El mercado de quinoa hasta el 2012 era dominado por Bolivia.



Tendencias del mercado

- La preocupación por la alimentación y salud en Brasil (79%) en promedio es superior a la media de Reino Unido (55%) y Estados Unidos (66%)\*.
- Cada vez la quinoa es más empleada en la fabricación de productos con mayor valor agregado, como bebidas, pasta, mix de cereales, galletas, barras energéticas, snacks, entre otros.



Formas de consumo y usos

- La quinoa se presenta como cereal en bolsas de 250 g y 500 g.
- Los productos solo a base de quinoa son preferentemente la orgánica.
- La quinoa convencional se usa principalmente cuando es un insumo que forma parte de un mix de ingredientes.



Factores competitivos

- Considerado un superfood.
- La quinoa peruana presenta una calidad superior en tamaño, color y limpieza a la que se produce en Brasil.
- En los próximos años el Perú seguirá consolidándose como el principal proveedor de quinoa en Brasil.



Cadena de valor

[Mundo da Quinoa](#)



Industria

[Brasbol](#)



Industria

[Jasmine](#)



Industria

Brasil



## Filete de trucha congelada

**Exportación:** US\$ 0  
**Importación:** US\$ 4 462 090



## Maca en polvo

**Exportación:** US\$ 8 354 944  
**Importación:** US\$ 44 982 528



## Cebolla y ajo

**Cebolla**  
**Exportación:** US\$ 362 074  
**Importación:** US\$ 33

**Ajo**  
**Exportación:** US\$ 12 056  
**Importación:** US\$ 269 559 449



## Conservas de anchoveta

**Exportación:** US\$ 2 238 330  
**Importación:** US\$ 7 091 734



## Mandarina

**Exportación:** US\$ 19 644  
**Importación:** US\$ 8 976 889

PRODUCTOS PRIORIZADOS

Brasil



### Prendas de algodón para bebés

**Exportación:** US\$ 3 668 759  
**Importación:** US\$ 27 158 179



### T-shirts de algodón para hombres

**Exportación:** US\$ 3 684  
**Importación:** US\$ 772



### Zanahoria y Beterraga

**Zanahoria**  
**Exportación:** US\$ 1 911 982  
**Importación:** US\$ 738 527

**Beterraga**  
**Exportación:** US\$ 11 575  
**Importación:** US\$ 119 156



### Chompas de alpaca para mujeres

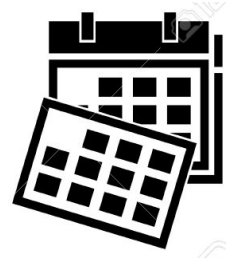
**Exportación:** US\$ 45 375  
**Importación:** US\$ 278 832



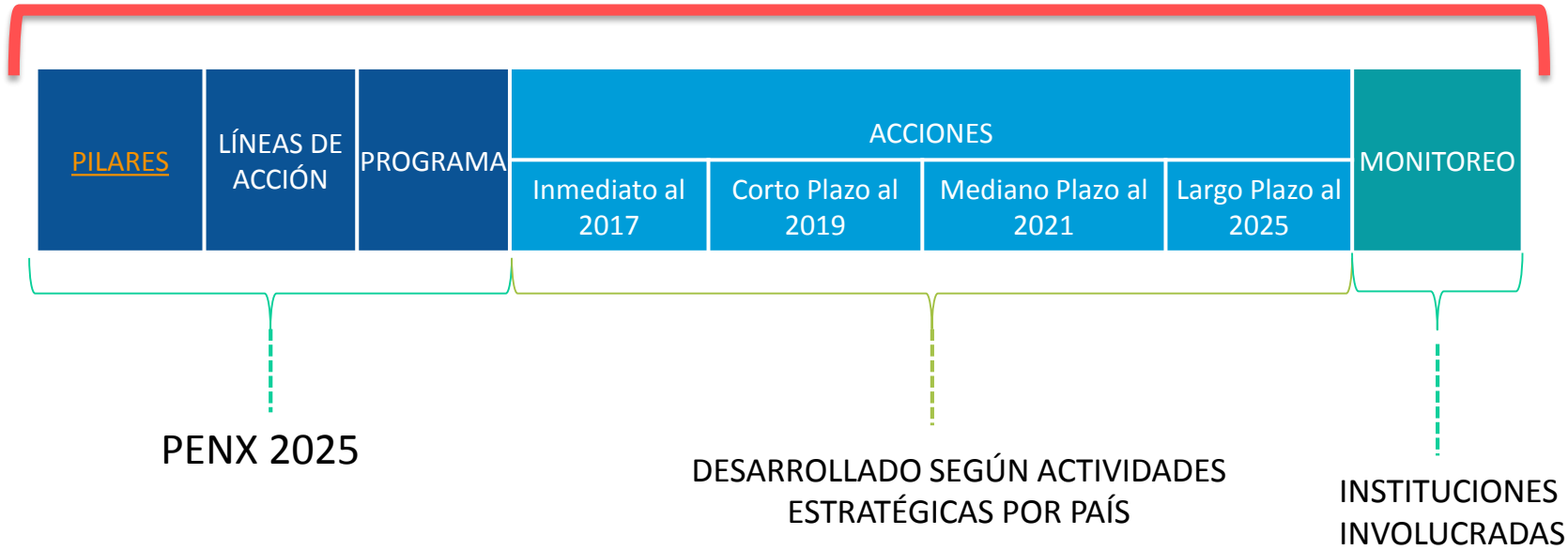
### Servicios de software

**Exportación:** US\$ 1 446 456 millones  
**Importación:** US\$ 3 667 402

PRODUCTOS PRIORIZADOS



Plan de acción



Listado de ferias



Fuentes de información

# PDM Colombia



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio  
de Comercio Exterior



# República de Colombia

**48,7 millones de habitantes**

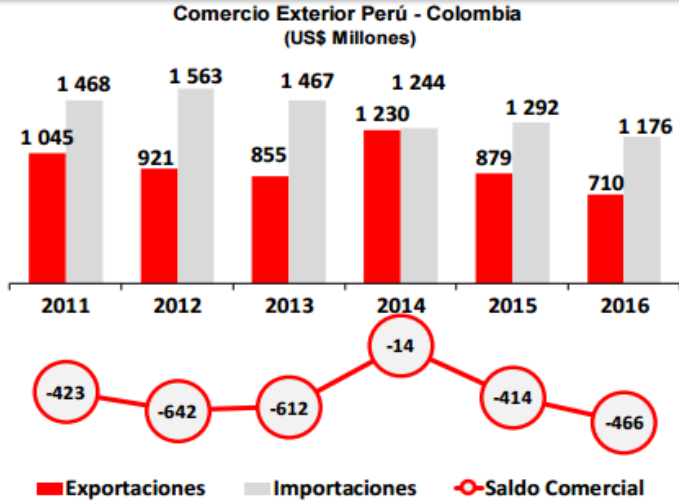
**Moneda oficial: Peso colombiano (COP)**

**PBI (ppp) en USD miles de millones: 688,82**

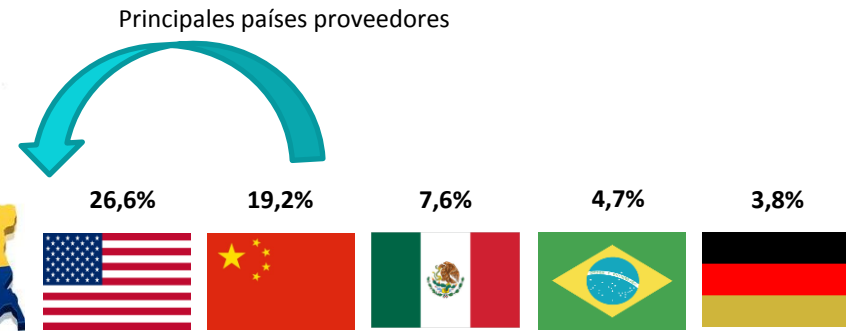
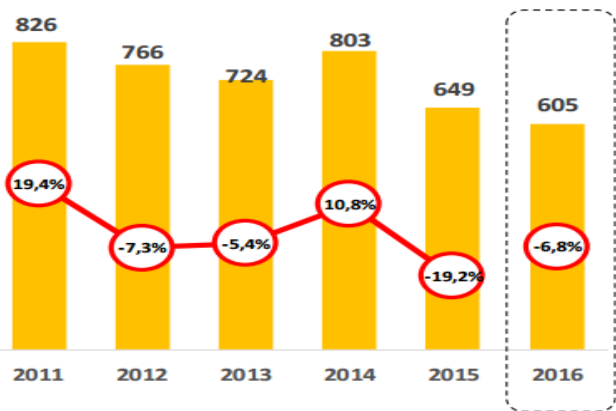
**PBI per cápita (ppp) en USD: 14 130,18**

Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, abril 2017

## INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS Al año 2016



Fuente: SUNAT/Elaboración: VMCE  
Perú: Exportaciones No Tradicionales hacia Colombia (US\$ Millones)



### Siderometalúrgico



28%

### Químico



25%

### Agropecuario

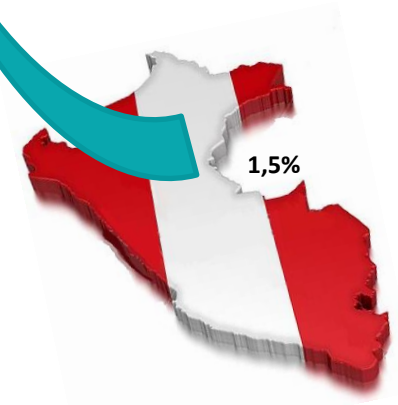


20%

### Textil



10%



Acuerdos en vigencia  
con países y/o grupos  
de países

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| 1. EFTA  | 10. CARICOM              |
| 2. Canadá  | 11. MERCOSUR             |
| 3. Chile   | 12. Nicaragua            |
| 4. Estados Unidos  | 13. Venezuela            |
| 5. México  | 14. Cuba                 |
| 6. Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras) | 15. <b>CAN</b>           |
| 7. Unión Europea   | 16. Alianza del Pacífico |
| 8. Corea del Sur   |                          |
| 9. Costa Rica  |                          |

Fuente: MINCIT

En negociación con  
países y/o grupos de  
países

1. Turquía
2. Japón
3. TISA

Acuerdos suscritos  
con países y/o grupos  
de países

1. Israel
2. Panamá



Son cordiales, proponen un excelente ambiente de negocio. No obstante, para ciertos círculos cerrados de negocios se debe buscar un contacto estratégico.



La toma de decisiones es jerárquica. Por ende, se debe negociar con su contraparte homóloga es vital.



Establecer una estrategia de promoción virtual / Predomina el comercio electrónico en el comercio retail.



- Requisitos de importación
- Certificaciones
- Reglamento técnico ([ICONTEC](#) y [ONAC](#))
- Empaque, embalaje y etiquetado
- [Regulaciones Fitosanitarias](#)



Principales puertos de entrada de las  
importaciones de Colombia - 2015



Buenaventura	9,42
Cartagena	1,23
Santa Marta	2,25
Barranquilla	3,37

en millones de toneladas



Doméstico	0.318
Internacional	0.872

en millones de toneladas

LOGÍSTICA

PUERTO ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVIERA	FREC.	T/T	AGENTE
CLL	Buenaventura	CMA CGM	Semanal	5 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	3 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen Line	Cada 10 días	5 días	Green Andes Perú S.A.C.
CLL	Santa Marta	CMA CGM	Cada 10 días	12 días	CMA CGM Perú
		Maersk Line	Semanal	14 días	Ian Taylor & Co.
		Hamburg Sud	Semanal	9 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen Line	Cada 10 días	20 días	Green Andes Perú S.A.C.
CLL	Barranquilla	CMA CGM	Semanal	27 días	CMA CGM Perú
		Maersk Line	Semanal	13 días	Ian Taylor & Co.
		Hamburg Sud	Semanal	10 días	Cosmos Agencia Marítima
		MOL	Semanal	14 días	MOL Perú S.A.C.
CLL	Cartagena	CMA CGM	Semanal	6 días	CMA CGM Perú
		Maersk Line	Semanal	12 días	Ian Taylor & Co.
		Hamburg Sud	Semanal	6 días	Cosmos Agencia Marítima
		CCNI	Semanal	7 días	AGUNSA





# Alimentos y bebidas



## ANÁLISIS COMERCIAL



### Canales de distribución

- Importadores/distribuidores
- Tiendas
- Mini-mercados
- Supermercados/Hipermercados
- Plazas de Mercado



### Principales grupos

- [Almacenes Éxito S.A.](#)
- Industrias Alimenticias Macedonia S.A.
- Macro Super Mayorista S.A.
- Comercializadora Mercaldas S.A.
- Cencosud Colombia S.A.S.
- Alkosto S.A.S.
- Cadena Comercial Oxxo Colombia S.A
- Pacific Sea Food S.A.S.



### Volumen de ventas – Canal minorista



3,2% por año

17 % por año para  
alimentos y bebidas no  
alcohólicas.



### Segmento de mercado – Grandes Cadenas



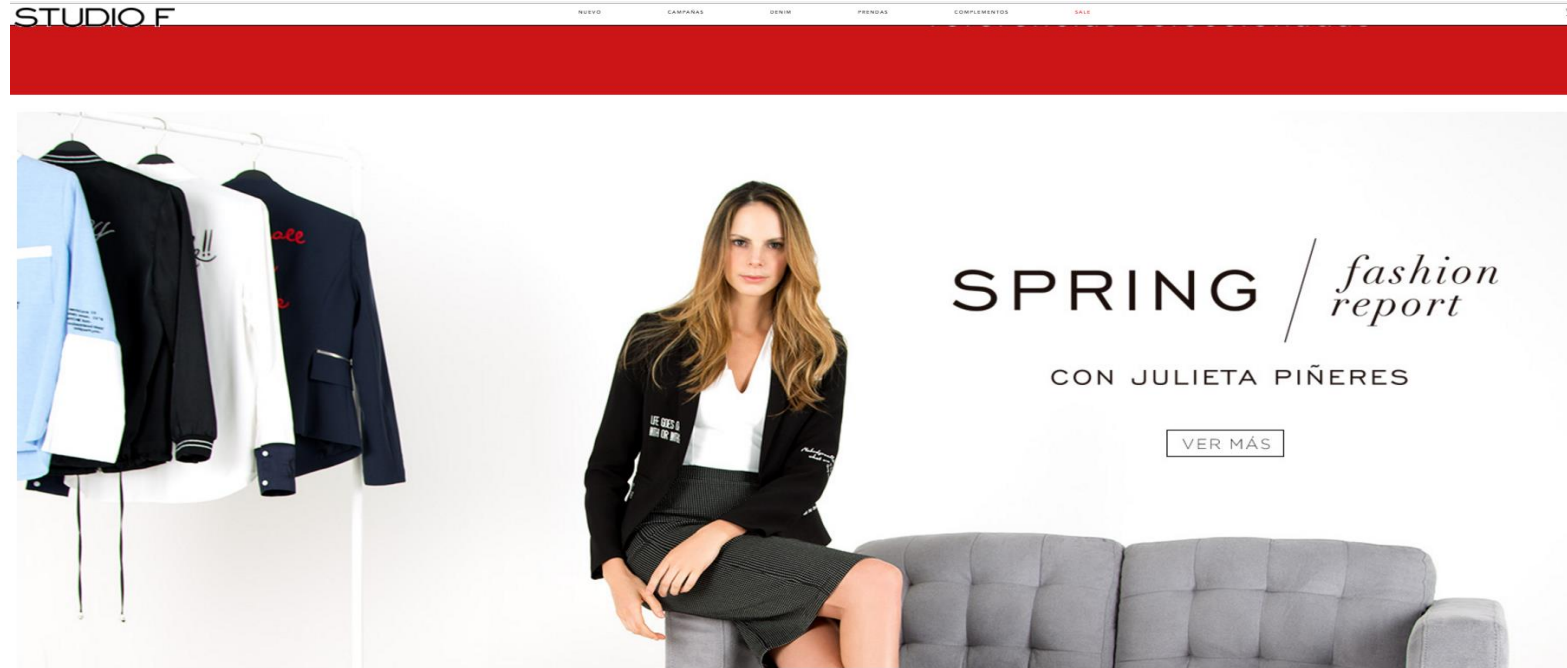
36% consumidor de ingreso  
medio bajo - estrato 3



32% consumidor de ingreso  
medio - estrato 4



# Textil y confecciones



## ANÁLISIS COMERCIAL



### Canales de distribución

- Boutiques
- Importadores/tienda propia
- Industrial



### Principales grupos

- [Textiles Fabricato Tejicondor S.A.](#)
- Manufacturas Eliot S.A.
- [Crystal S.A.S.](#)
- STF Group S.A.
- C.I. Leonisa S.A.
- Permoda S.A.
- Adidas Colombia Ltda.
- Almacenes Máximo S.A.



### Volumen de ventas

- USD 8,548 millones en 2015
- USD 178 per cápita
- 6,4% por año



### Segmento de mercado – Demanda por ciudad

- 24% Bogotá
- 16% Medellín
- 8% Cali



# Envases y embalajes



## ANÁLISIS COMERCIAL



### Canales de distribución

- Industrial
- Institucional
- Importadores
- Distribuidor
- Retail



### Principales grupos

- [Carvajal Empaques S.A.](#)
- Plastilene S.A.
- Tetra Pak Ltda.
- Multidimensionales S.A.
- Flexo Spring S.A.S.



### Volumen de ventas - productos plásticos



USD 1 600 millones  
en 2014



> USD 790 millones para  
el sector alimentos



### Segmento de mercado – Sector de destino



52% Alimentos



18% Bebidas



12% Cuidado Personal



10% Farmacéuticos y Cosméticos



# Nueces de Brasil

Formas de  
presentación



OPORTUNIDADES COMERCIALES



Estadística

Importaciones en CIF  
PA 0801.22.00.00

USD 2 639 001



Formas de  
consumo y usos

- Como ingrediente en:
- Snacks y frutos secos
  - Heladería y dulces
  - Panadería y Repostería
  - Barras energéticas, entre otros



Tendencias  
del mercado

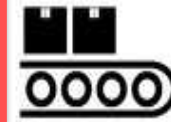


Predominará el consumo de snacks y los mix de frutos secos  
Consumo en la industria estética (jabones, cremas y champús)  
Demanda estimada: USD 1 millón



Factores  
competitivos

- + valor agregado
- Precios competitivos por cercanía



Cadena de valor

Lipo Colombia  
Cromaroma Ltda.  
Aromatheka

→ Gran empresa

Proveedores





# Aceite de oliva virgen

Formas de  
presentación



Estadística

Importaciones en CIF  
PA 1509.10.00.00

USD 45 487



Formas de  
consumo y usos

Como ingrediente en:

- Ensalada
- Comidas vegetarianas

Como insumos para el:

- Sector culinario
- Sector de cosméticos



Tendencias  
del mercado



Superfood



Su consumo se concentra  
en el estrato medio y alto  
Aumento de la demanda  
en restaurantes y  
franquicias gastronómicas



Factores  
competitivos

- Ofrecer aceite de oliva extra virgen.
- Mayor valor agregado (incluir alguna especia nativa de Perú)
- Trabajar bajo marca blanca.



Cadena de valor

Waliwa  
Haiko  
Biobell

→ Gran empresa

Proveedores







# Tilapia fresca o congelada

Formas de  
presentación



Estadística

2016

Importaciones en CIF  
PA 0304.31.00.00

USD 1 508 701

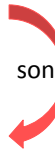


Tendencias  
del mercado

Las tilapias más  
consumidas

Roja, plateada y  
negra.

El consumo se incrementa en  
Semana Santa y es una de las  
especies de pescado más  
demandados.



son



Formas de  
consumo y usos

- En filetes congelados  
de 0,5 a 1 kg.



Factores  
competitivos

- Producto pesquero de  
alta rotación y consumo.
- Existe productos  
similares como filete de  
róbalo, mero y basa.



Cadena de valor

Antillanda  
Todopescados

Gran empresa

Proveedores



Uvas frescas

**Producción:** 2do semestre / 40 toneladas por día/ US\$ 7 vs US\$ 12 por 1 arroba = 11,34 kg  
**Demanda:**



Conservas de anchoveta

**Producción:** 10 mil toneladas  
**Exportación:** US\$ 712 mil  
**Importación:** US\$ 20,7 millones



Barras de hierro o acero

**Inversión en la producción:** US\$ 366 millones  
**Exportación:** US\$ 23 mil  
**Importación:** US\$ 127 millones



Camisones y pijamas de punto de algodón

**Exportación:** US\$ 1,5 millones  
**Importación:** US\$ 5,6 millones



Ropa de algodón para bebés y niños

**Producción:** 7 millones de prendas  
**Exportación:** US\$ 2,5 millones  
**Importación:** US\$ 16,3 millones



T-shirts

**Exportación:** US\$ 14,2 millones  
**Importación:** US\$ 38,1 millones



Láminas Flexibles

**Exportación:** US\$ 136,5 millones  
**Importación:** US\$ 206,8 millones



Vajillas de plástico

**Exportación:** US\$ 24 millones  
**Importación:** US\$ 42 millones



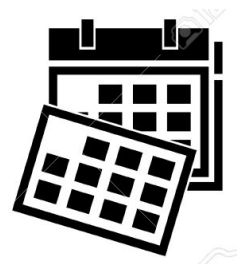
Franquicias  
Gastronómicas

**N° de franquicias:** 3 200  
**Extranjero:** 65%



Servicios a la  
minería

**Demanda:** US\$ 10 mil  
**Proveedor colombiano:** 30%



Plan de acción



Listado de ferias



Fuentes de información



**GRACIAS**

Lima, Perú