

LA INSERCIÓN DEL PERÚ EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Francisco Morales Bermudez
fmoralesbermudez@gmail.com

Seminario Miércoles del Exportador – PromPerú

22 de noviembre de 2017
Lima, Perú

EL MUNDO

- LA GLOBALIZACION
- MERCADOS
- CONSUMIDORES.

FMI –CRECIMIENTO DEL MUNDO. 2017-2018.



PERU EL 2DO PAIS EN AMERICA LATINA.NEGOCIOS.

- LA INSERCION DEL PERU. LOS MULTIPLES ACUERDOS COMERCIALES .ACERCAMIENTO A LOS BLOQUES COMERCIALES HA DISCIPLINADO LA MACRO-ECONOMIA
- DEFICIT FISCAL HAY? ECONOMIA ORDENADA. NUESTRA DEUDA EXTERNA NO PASA DEL 26% DEL PRODUCTO BRUTO INTERNO.LA MENOR EN AMERICA LATINA.

APERTURA CON INTERNACIONALIZACION

- TENEMOS QUE TENER BIEN CLARO QUE LA APERTURA COMERCIAL TIENE QUE SER COMPLEMENTADA.
CON LA INTERNACIONALIZACIÓN.
- LA VERDADERA Y REAL INSERCIÓN DEL PERÚ EN LA GLOBALIZACIÓN Y EN EL NUEVO ESCENARIO MUNDIAL SE DARA INTEGRANDONOS A LA CADENAS GLOBALES DE VALOR .

MERCADO-PRODUCTO EMPRESA

PARTIDA ARANCELARIA.– UNIVERSAL.
PREFERENCIA ARANCELARIA. LISTA A.
TENDENCIA DEL CONSUMIDOR.
REQUISITOS FITOSANITARIOS.
CERTIFICACIONES OBLIGATORIAS.
CONTRATO DE COMPRA VENTA. (ONU)
RESPONSABILIDADES Y RIESGOS. FOB-
CIF. INCOTERNS (FRANCIA.CAMARA).

MERCADO

- TENDENCIA DEL CONSUMIDOR.SEGMENTACION
- COMPETENCIA .SEGMENTACION
- Canales de distribución .DISTRIBUIDORES
- FERIAS. CONTACTOS. PRESENTACION.
- POSICIONAMIENTO: FILIALES. JOINT VENTURE.
- FIDELIZACION DEL CLIENTE. POST VENTA. ON LINE. AMAZON. ALIBABA. REDES PROMOCION.

- INNOVACION

PROCESO. ENVASE

- COMPETENCIA CONSTANTE
- PROPUESTA DE VALOR.

PRODUCTO

- Barreras Arancelarias Y No Arancelarias
Cuotas, Antidumping, Derechos
Compensatorios .
 - CUMPLIR CON PROTOCOLO FITOSANITARIO.
 - INOCUIDAD. BPA.COMERCIO JUSTO.TRAZABILIDAD
 - Seguridad
 - Medio Ambiente
 - Aspectos Sociales. FUNDAMENTALES.
 - CERTIFICACIONES OBLIGATORIAS
 - CERTIFICACIONES VOLUNTARIAS? EL CLIENTE LA SOLICITA.PLUS .CALIDAD.SELLOS.

EMPRESA

- Qué factores debe evaluar para poder exportar? LISTA A DE LOS TLCS. ARANCEL 0
- **COSTOS.** **Financieros.** Contratos Internacionales. Leasing. **Gestión, Franquicias.**
- Contar con una infraestructura adecuada.
- Contar con un nivel de producción constante y sostenido. Abastecimiento Sostenible, con personal adecuado. Capacitación continua.
- **TERCERIZACION.**

GLOBALIZACION.MERCADOS

- NUEVAS EXIGENCIAS DE LOS CONSUMIDORES A NIVEL MUNDIAL
- EXIGENCIA POR LO SANO-INOCUO-ORGANICO. NATURALES. FUNCIONALES
- SUPERFOODS. POTENCIAL DEL PERU.
- PRODUCTOS AGRARIOS
- PRODUCTOS PESQUEROS.

- Nuevos retos : DEBEMOS SER MAS COMPETITIVOS. PRODUCTIVIDAD.
- Mayor competencia
- Nuevos mercados, nuevos Retos
- Requisitos de calidad . CERTIFICACIONES.
- LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO HAN FAVORECIDO AL PERU.LOS CONOCES?

PERU AL MUNDO

- MAYOR CONOCIMIENTO DE COMO COLOCAR PRODUCTOS EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.
- LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO HAN IMPULSADO LA EXPORTACION. Y LAS IMPORTACIONES.
- AÑO 2000 PRACTICAMENTE EXPORTACION AGRO NO ERA RELEVANTE.

EXPORTACIONES AGRARIAS

- AÑO 2010 SE LLEGO A EXPORTAR \$ 3,100 MILLONES DE DOLARES EN PRODUCTOS DEL AGRO
- AÑO 2016 SE EXPORTO \$ 5,500 MILLONES DE DOLARES.
- AÑO 2017 SE EXPORTARA \$ 6,000 MILLONES DE DOLARES
- AÑO 2022 SE PASARA LOS \$ 10,000 MILLONES DE DOLARES.

EXPORTACIONES PERUANAS

- AÑO 2016 SE EXPORTO \$ 36,000 MILLONES DE DOLARES.
- AÑO 2017 SE EXPORTARA \$ 41,000 MILLONES DE DOLARES.
- PRIMER TRIMESTRE AÑO 2017 SE EXPORTO \$ 9,850 MILLONES DE DOLARES.
- AÑO 2016 SE EXPORTO XNT \$10,500 MILLONES DE DOLARES.

PERU.ECONOMIA

- AÑO 2000 : PBI DE \$ 50,000 MILLONES DE DOLARES.
- AÑO 2005 : PIB DE \$ 100,000 MILLONES DE DOLARES.
- AÑO 2010 : PIB DE \$ 150,000 MILLONES DE DOLARES.
- AÑO 2016. PIB DE \$ 200,000 MILLONES DE DOLARES.

EXPORTACIONES PERUANAS Y COLOMBIANAS

- AÑO 2012 PERU EXPORTO \$ 46,000 MILLONES DE DOLARES.RECORD
- COLOMBIA EXPORTO \$ 62,000 MILLONES DE DOLARES.RECORD
- PERU AÑO 2016 EXPORTO \$ 36,000 MILLONES DE DOLARES.
- COLOMBIA EXPORTO \$ 33,000 MILLONES DE DOLARES. PETROLEO. CARBON.MAS DEL 50% EXPORTACION

PBI DE LOS PAISES DE LA ALIANZA DEL PACIFICO.2017

- PERU. 2.8% AÑO 2017
- COLOMBIA .1.6%
- CHILE : 1.4%
- MEXICO: 2%

AÑO 2018-2019. PIB

- AÑO 2018 CRECIMIENTO DE LOS PAISES DE LA ALIANZA DEL PACIFICO.
- MEXICO. 1.9%. TLCAN- + ELECCIONES.
- COLOMBIA 2.5%. ELECCIONES.
- CHILE 2.5% -ELECCIONES- MARZO DEL 2018 ASUME PRESIDENTE ELECTO.
- PERU PIB DEL 4.2% BCR- SE PUEDE CRECER A 4.8%.- 5%.

LA ALIANZA DEL PACIFICO.

EL INTERCAMBIO COMERCIAL MUY BAJO.SOLO DEL 4% .

AMERICA LATINA INTERCAMBIO COMERCIAL ES DEL 20%.HABLANDO MISMO IDIOMA.

EUROPA 70%. COMERCIO INTRAREGIONAL.

ASIA 50%.COMERCIO INTRAREGIONAL.

EL ACUERDO MARCO

- Encadenamientos Productivos. Cadenas Globales Regionales. Traer INSUMOS, PARTES O PIEZAS DE LOS PAISES DE LA ALIANZA DEL PACIFICO. TERMINAR EL PRODUCTO Y COLOCARLO EN TERCEROS MERCADOS.
- Se generara Economía de Escala y Las empresas serán mas competitivas al reducir costos de operación y elevar la Productividad .

- EN MAYO DEL 2016 .
- EL 92% DE LAS PARTIDAS ARANCELARIAS SE DESGRAVAN . 0 ARANCEL.
- CADENAS REGIONALES DE VALOR. CON EL MUNDO.

CADENAS GLOBALES DE VALOR

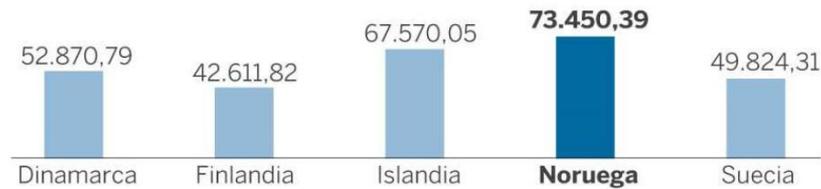
- ALIANZA DEL PACIFICO
- ESTADOS ASOCIADOS
- AUSTRALIA. NUEVA ZELANDA
- CANADA. SINGAPUR.
- ASEAN. APEC. CHINA. JAPON. COREA DEL SUR. TPP. REUNION EN JAPON

PAISES NORDICOS.

COMPARATIVA DE LOS PAÍSES NÓRDICOS

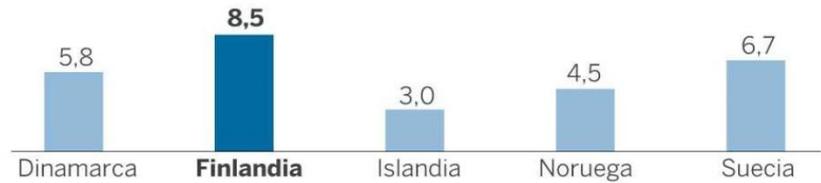
PIB PER CÁPITA

Precios corrientes en dólares



TASA DE PARO

En % de la población activa



POBLACIÓN

En millones



Fuente: FMI, Base de datos, Abril 2017. EL PAÍS

. MIRANDO AL FUTURO.PROSPECTIVA.

- SALIR Y POSESIONARSE EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.
- FERIAS. DISTRIBUIDORES. ALIANZAS ESTRATEGICAS.
- POTENCIAL EN DIFERENTES PRODUCTOS DE BIOCOMERCIO, ORGANICOS, NATURALES,FRUTAS, HORTALIZAS,ACUICULTURA.
- FORESTAL. SERVICIOS.

BIOCOMERCIO: POTENCIAL REGION NOR AMAZONICA.

- STEVIA.ALIANZA CON COLOMBIA.
- SACHA INCHI.EEUU,COLOMBIA,JAPON.
- YACON.EEUU,JAPON,PAISES BAJOS.
- SANGRE DE GRADO.COLOMBIA.
- ACHIOTE.EEUU,JAPON,MEXICO.
- UÑA DE GATO.JAPON,EEUU,RUSIA.
- MACA.EEUU,JAPON,CANADA
- CAMU CAMU.EEUU,JAPON,CANADA.
- PITAHAYA. JENJIBRE-ORGANICO-KION

BID .DESPENSA DEL MUNDO

AMERICA LATINA.

Tendencia del Mercado A Nivel Mundial

Las Tendencias del Consumidor se esta Volcando hacia el Consumo de Productos Orgánicos, Ecológicos, Naturales, es decir hacia un Estilo de Vida Saludable.

10% DE LA COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS ES ORGANICA. MUNDO.

PROSPECTIVA

- MERCADO ARABE.ISLAMICO
- SELLO HALAL.1,600 MILLONES DE HABITANTES.
- MERCADO JUDIO.SELLO KOSCHER
- 50 MILLONES DE HABITANTES.
- CONSUMIDOR .
- INCLUSO PERSONAS QUE NO SON ARABES NI JUDIOS CONSUMEN.

- VITAL :UNIRNOS. TODO CAMBIA Y SEQUIRA CAMBIANDO. QUE ESPERAMOS?
- PALTAS EN LA CHINA ART. FINANCIAL TIMES. HAMBURQUESAS CON PALTAS
- TENEMOS UN POTENCIAL DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS.
- BIOCOMERCIO.
- ORGANICOS,NATURALES-BERRIES.

- GOURMET ,Y UN GRAN POTENCIAL DE FRUTAS , HORTALIZAS. JUGOS.
- CONSERVAS,DESHIDRATADOS, CONGELADOS ETC LA ACUICULTURA. TRUCHAS , TILAPIAS, PAICHES, PECES ORNAMENTALES. SON POTENCIALES . SOMOS POTENCIA ALIMENTARIA. INSERCIÓN AL MUNDO.

MERCADO DE LOS BERRIES

- COREA DEL SUR
- TAIWAN
- CHINA.INGRESO EN MARZO DEL 2012.
- RUSIA.
- SUECIA.
- TURQUIA
- ESTADOS UNIDOS.BERRIES
CONGELADOS

TENEMOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

- VENDER CON CERTIFICACIONES DE CALIDAD. PROPUESTA DE VALOR
- DARLE UN PLUS A NUESTROS PRODUCTOS.

CERTIFICACIONES DE CALIDAD



LA INTERNACIONALIZACION .

- REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADOS POR PRODUCTO. REALIZAR ALIANZAS ESTRATEGICAS CON DISTRIBUIDORES DEL EXTRANJERO,
- INTERNACIONALIZARNOS, SALIR AL EXTRANJERO, DIGANME CUANTOS SUPERMERCADOS TIENE EL PERU AFUERA . NINGUNO
- TENEMOS QUE POSESIONARNOS IN SITU. PORQUE NO ABRIMOS CENTROS COMERCIALES CON TIENDAS ESPECIALIZADAS EN FORMA CONJUNTA. MALLS , CENTROS DE NEGOCIOS.

LAS REFORMAS MICROECONÓMICAS

- **Reforma del estado.**
 - Reforma laboral
 - Infraestructura
 - Salud
 - Educación
 - Ciencia tecnología e innovación
 - Centro tecnológicos agrarios
 - Responsabilidad social
 - Medio ambiente
 - Capacitación . capital humano
 - Información
 - Descentralización
 - Apoyo a las micro y pequeña empresa.

MIRANDO AL FUTURO.

NUEVOS MERCADOS.

NUEVOS PRODUCTOS.

POSICIONAMIENTO .

FIDELIZACION.

LOS PAISES ARABES

- DEBEMOS ESTABLECER UNA ESTRATEGIA CONJUNTA : PROSPECCION DE MERCADOS EN FORMA CONJUNTA.
- ASISTIR A FERIAS Y REALIZAR MISIONES COMERCIALES.
- EL GOLFO PERSICO. EAU, QATAR, A . SAUDITA ETC COMPRAN FRUTAS ARANCEL 0% ELABORADOS 5%.

RUSIA ES UN GRAN MERCADO

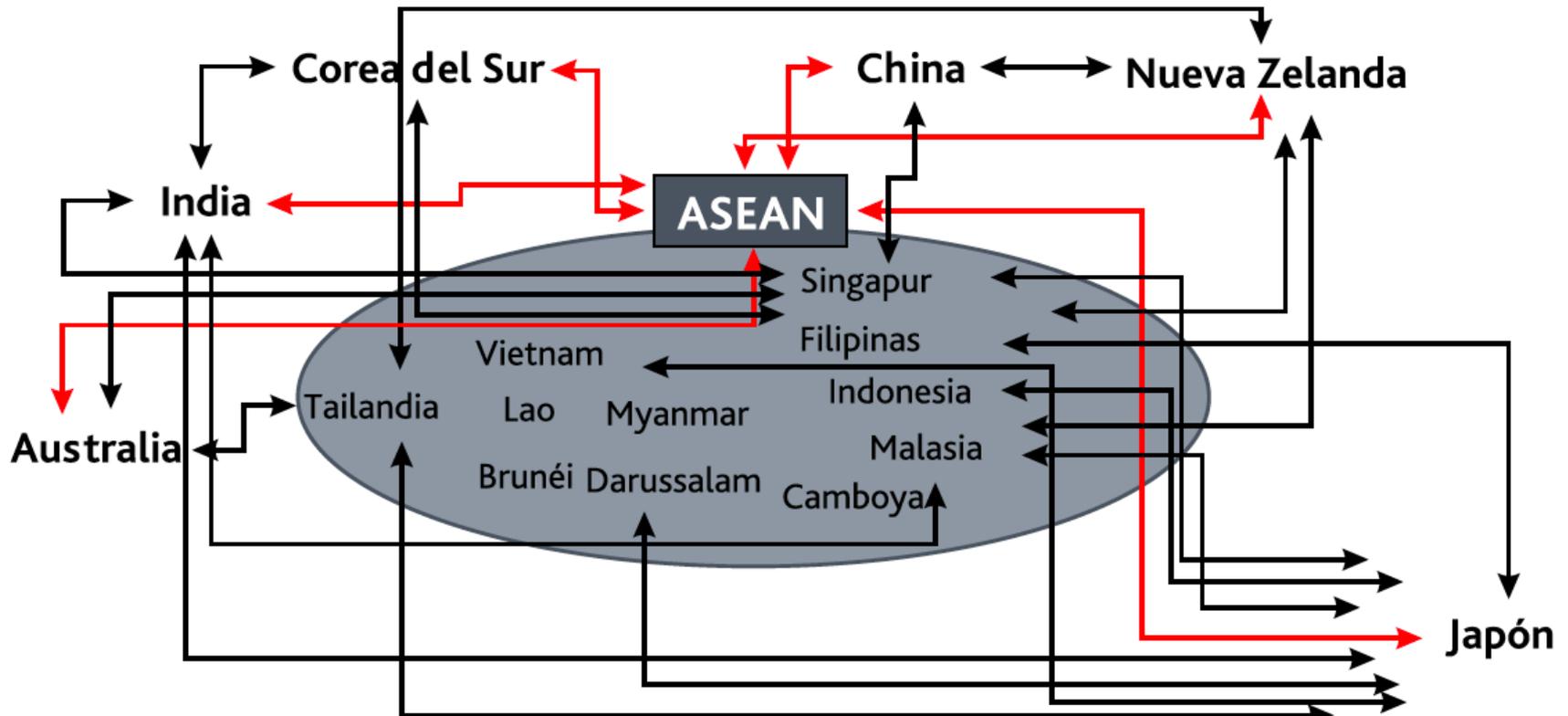
- CHILE TIENE UNA RED CON UN SUPERMERCADO RUSO QUE TIENE 2,500 PUNTOS DE VENTAS . DEBEMOS TRABAJAR PARA COLOCAR FRUTAS, HORTALIZAS , PESCADOS YA QUE SON GRANDES CONSUMIDORES. PRODUCTOS DECORACION Y DE LUJO.
- EN RUSIA COMPRA US\$ 35,000 MILLONES EN FRUTAS Y HORTALIZAS.

ASEAN.

- TENEMOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO CON SINGAPUR, TAILANDIA, DEBEMOS FIRMAR TLCS CON MALASIA, VIETNAM, INDONESIA.
- FORTALECIENDO POSICIONES ASISTIENDO A FERIAS.
- CHILE REUNION MARZO 2017. ASEAN-ALIANZA DEL PACIFICO. PRODUCTOS AGRARIOS. PESCA. ETC. PIB 6%. 2017.

ASEAN- TLC BILATERALES Y REGIONALES.

Figura 1. TLC bilaterales y regionales en Asia Oriental



Notas: compilación del autor desde varias fuentes. — TLC bilateral — TLC regional.

TRUMP EN ASIA PACIFICO NOVIEMBRE 2017

- **La gira de Trump por Asia evidencia la menor relevancia de EE UU en la región**

- La gira de Trump tenía dos objetivos principales:
- incrementar la presión sobre Corea del Norte por su programa de armamento nuclear
- Mejorar la relación comercial y de inversión entre Estados Unidos y varios países de la región con los que EE UU registra un importante déficit comercial. En ninguno de estos dos puntos está claro

- En el primero, al menos
Públicamente, Trump no arrancó el
compromiso de nuevas medidas al
respecto por parte de Pekín,
principal sustento económico de
Pyongyang. En el terreno comercial, el
- presidente aseguró en Twitter tras su gira:
Todos los países que tratan con nosotros
en lo comercial saben que las reglas han
cambiado".

ASEAN-CHINA-JAPON-COREA DEL SUR- 10+3

- EL 16 de Noviembre en Reunión del ASEAN en Filipinas. La Republica Popular de China Convoco al Asean con el Grupo de los 3. Japón-Corea del Sur y la China. Impulsando la Comunidad de Naciones del Asia. Dara lugar a un IMPULSO DE LAS INVERSIONES Y LAS RELACIONES COMERCIALES. EL ASEAN +3.

10+3+3 NO SE CONSIDERA A EEUU.
QUE QUIERE TRATADOS BILATERALES

10+3+3

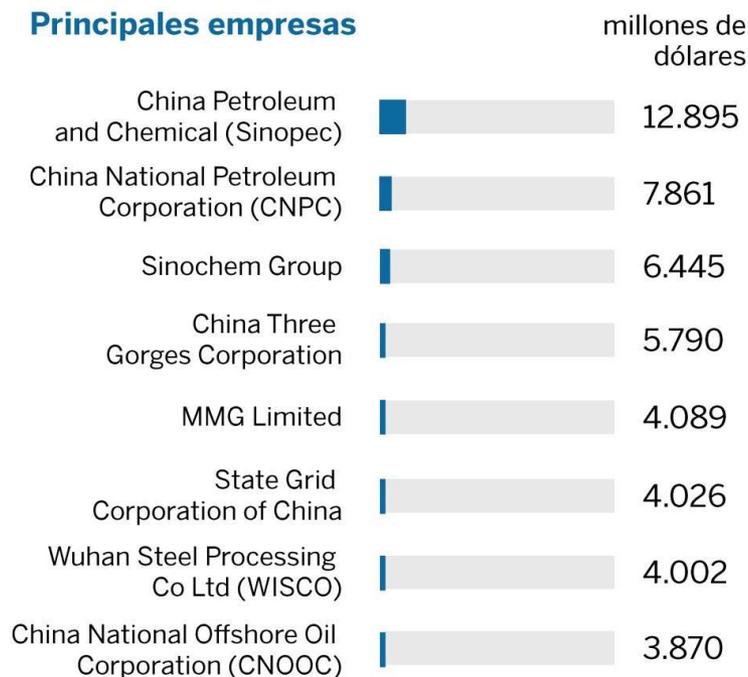
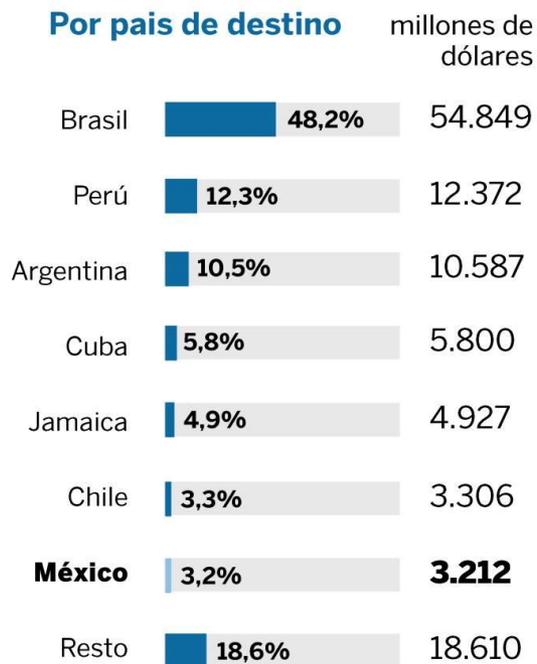
- ASEAN –CHINA-JAPON- COREA DEL SUR. 10+3
- ASEAN –CHINA-JAPON-COREA DEL SUR- INDIA- AUSTRALIA. NUEVA ZELANDA- 10+3+3.
- EN LA REUNION DEL APEC SE RELANZO EL TPP.
- QUEDANDO EXCEPTUADOS CAPITULOS (20) COMO PATENTES- P.INTELECTUAL- LABORAL.

CHINA Y LA RUTA DE LA SEDA- LA GLOBALIZACION.



CHINA INVERSIONES AMERICA LATINA.2001-2016

Inversión china por países y compañías (2001-2016)



Total (235 empresas): 113.662 millones de dólares

- El presidente de China, Xi Jinping sostuvo que China invertirá US\$ 2.5 billones en América Latina en los próximos 10 años.
- China no sólo está interesado en materias primas de América Latina absolutamente necesarias para mantener su crecimiento.

- Su estrategia en el corto plazo. también incluye instalar industrias fuera de China.
- China desplazó a la Unión Europea como segundo socio comercial de América Latina, detrás de Estados Unidos.
- El 2025 será el principal socio comercial de la región.

CHINA INVERSIONES EN EL AFRICA.



LOS BERRIES EN CHILE ARANDANOS. MERCADOS

- COREA DEL SUR
- TAIWAN
- CHINA.INGRESO EN MARZO DEL 2012.
- RUSIA.
- SUECIA.
- TURQUIA
- ESTADOS UNIDOS.BERRIES
CONGELADOS

LA ACUICULTURA POTENCIAL DEL PERU

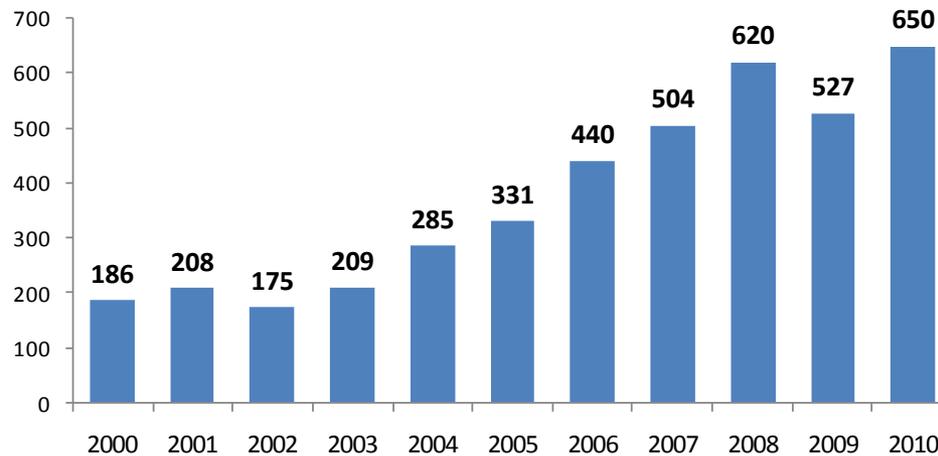
LA ACUICULTURA
POTENCIAL DE
EXPORTACION DEL PERU.
IMPULSO AL DESARROLLO
EXPORTADOR INCLUSIVO
FALTAN LOS INCENTIVOS.

- TRUCHA. TRUCHA ORGANICA.CHILE
PERU.EEUU.RUSIA.
- TILAPIA. COLOMBIA. PERU.GRAN
POTENCIAL LAMBAYEQUE.
CAJAMARCA.PIURA MERCADOS ESTADOS
UNIDOS . CANADA.
- LORETO.PAICHES,DORADA,GAMITAMA
PECES ORNAMENTALES.H.KONG.
EEUU, JAPON.
- POTA . EEUU. ASIA, ESPAÑA.

EXPORTACIONES PESCA DE CONSUMO HUMANO.

- AÑO 2017 SE EXPORTARA \$ 1,200 MILLONES DE DOLARES
- AÑO 2022 EL PERU EXPORTARA
- 3,000 MILLONES DE DOLARES

AL 2010 SE EXPORTO \$ 650 MILLONES DOLARES. PESCA DE CONSUMO



FUNDAMENTAL. POSICIONAMIENTO

- EL PERU TIENE HISTORIA. INCA BERRIES.GRANOS ANDINOS ORO DE LOS INCAS.ALEMANIA.
- ON LINE – AMAZON.MAYOR TIENDA DEL PLANETA. 400 MILLONES DE PRODUCTOS.EN SUS ALMACENES.
- INTERCAMBIOS COMERCIALES-LAS COMPRAS ACCESIBLES DESDE UN ORDENADOR DESDE CUALQUIER PUNTO DEL PLANETA.

MARKETING ENFOCADO A LA REALIDAD DE LOS DIFERENTES BLOQUES.BASICO.

- PROSPECTIVA MIRAR A MEDIANO Y LARGO PLAZO.
- PROPIEDADES.ESPECIFICACIONES. BENEFICIOS. CURATIVO.PLUS.
- PERSONAL. CAPACITACION INTEGRAL. CONTINUA.
- PRODUCTO CALIDAD.ISOS.CERTIFICACIONES
- PROCESO.INNOVACION.DIVERSIFICACION.
- PRODUCTIVIDAD.CAPITAL HUMANO.MAQUINARIA.
- PRECIO.CONOCER COMPETENCIA.NO BAJES PRECIOS.DEBILIDAD
- PRESENTACION. ENVASE. ETIQUETADO.DISEÑO.
- POSICIONAMIENTO 1. FERIA DISTRIBUCION,
- PLAN DE MARKETING ADECUADO A LA REALIDAD DE CADA PAIS Y
- BLOQUES COMERCIALES ECONOMICOS.
- PLAN DE ACCION. NUNCA DUDES.DEBES SER SEGURO. PERSEVERA.
- POSICIONAMIENTO 2.FILIALES. SOCIOS ESTRATEGICOS.
- REALIZASTE EL TESTEO. CONOCES EL MERCADO.
- HABRO UNA FILIAL.Y SIGO CON EL DISTRIBUIDOR . FIDELIZACION.
- PROCESO.INNOVACION. ENVASE. DISEÑO.
- PERU. IMAGEN PAIS. MARCAS HISTORIA. ON LINE. MUNDO

EL CLIENTE BUENO SE VA
POR PRECIO O POR MAL
SERVICIO?.

MAL SERVICIO

TIENES QUE FIDELIZAR.

TODOS DEPENDE DE TI

MUNDO GLOBALIZADO.

MERCADOS.

CONSUMIDORES.

Acuerdos de Libre Comercio

2011 - 90% de las X se destinan a mercados con Acuerdos Comerciales



Fuente: SUNAT.

MA. FRANCISCO MORALES
BERMUDEZ PEDRAGLIO.

fmoralesbermudez@gmail.com

CEL: 937937636.