



Oportunidades Comerciales en Estados Unidos



Franck Pucutay Vásquez

fpucutay@promperu.gob.pe

10 de febrero de 2016

Lima, Perú



- 
- **Que es EEUU? Qué somos?**
 - **Que representa para nosotros?**
 - **Tendencias**
 - **Perfil Consumidor**
- 

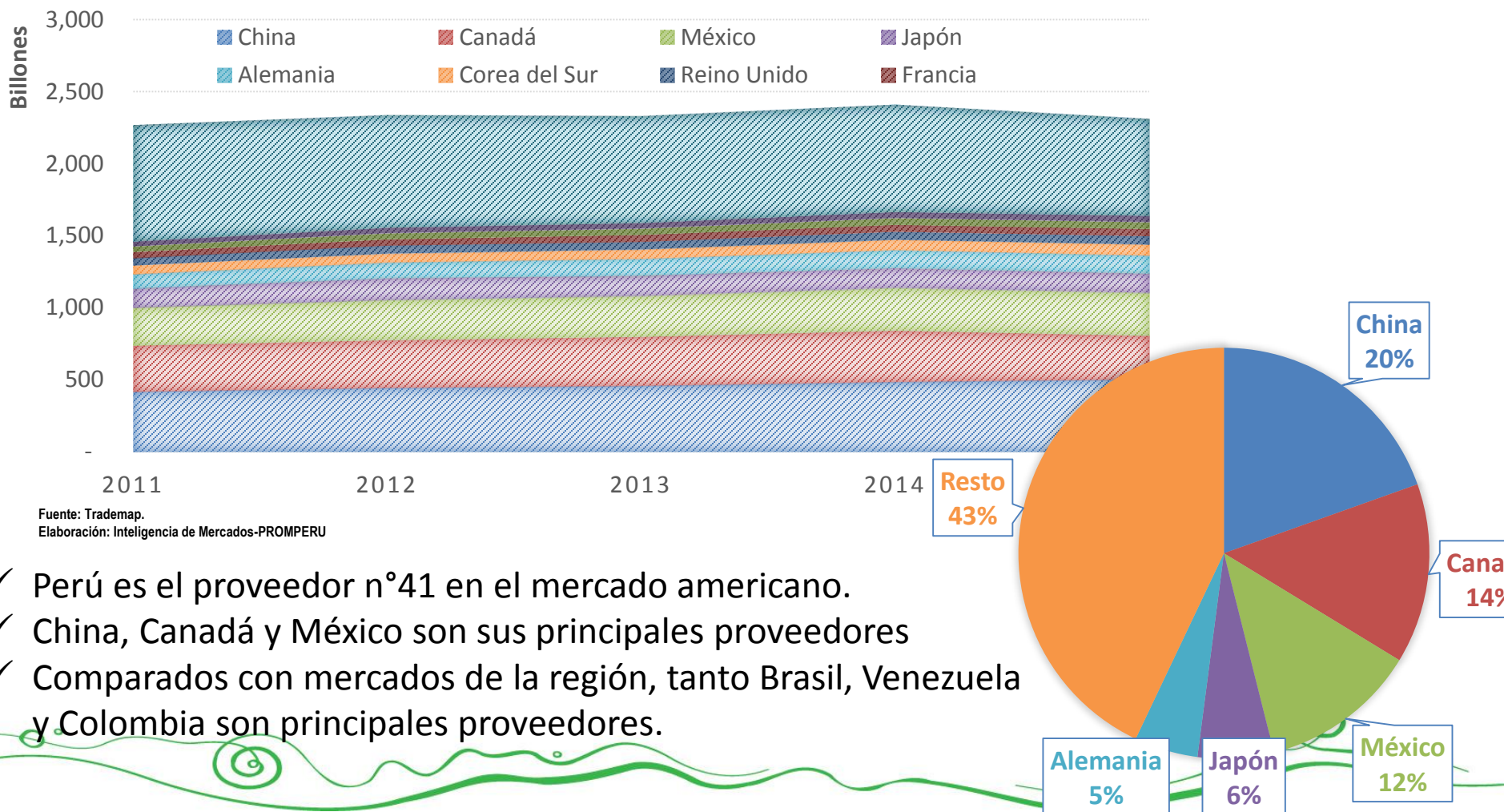


Que es EEUU? Qué somos?



EEUU – Principales Socios

IMPORTACIONES EE.UU. SEGÚN MERCADO ORIGEN (CIF EN BILLONES US\$)



- ✓ Perú es el proveedor n°41 en el mercado americano.
- ✓ China, Canadá y México son sus principales proveedores
- ✓ Comparados con mercados de la región, tanto Brasil, Venezuela y Colombia son principales proveedores.

EEUU – Principales líneas importadas en Alimentos (Millones US\$)

Líneas de negocio	2011	2012	2013	2014	2015	Var% 15/14	% Par 11 -15	TCP 11 - 15
02 - Carne y despojos comestibles	5,121	5,608	5,844	8,220	9,356	14%	5%	16%
08 - Frutos comestibles; cortezas de	9,733	10,185	11,192	12,639	15,423	22%	9%	12%
14 - Materias trenzables, demas prod	72	78	79	91	111	22%	0%	11%
23 - Residuos, desperdicios de las ind	1,993	2,561	2,790	3,014	2,996	-1%	2%	11%
01 - Animales vivos	2,300	2,611	2,639	3,542	3,329	-6%	2%	10%
04 - Leche y productos lacteos; huev	1,963	2,095	2,217	2,515	2,814	12%	2%	9%
05 - Los demas produc. de orig. anima	781	886	979	1,080	1,075	-1%	1%	8%
11 - Productos de la molinera; malta,	1,214	1,296	1,417	1,543	1,663	8%	1%	8%
24 - Tabaco y sucedaneos del tabaco	1,532	1,829	2,175	2,056	2,098	2%	2%	8%
12 - Semillas y frutos oleaginosos; se	2,054	2,326	2,955	3,605	2,681	-26%	2%	7%
Resto	88,022	92,032	92,574	95,853	100,159	4%		
Subtotal	114,785	121,507	124,863	134,158	141,707	6%		

Fuente: Trademap.
Elaboración: Inteligencia de Mercados-PROMPERU

- ✓ La demanda de alimentos sigue teniendo una tendencia creciente
- ✓ Carnes y frutos comestibles son las principales productos que se demandan con mayor dinamismo

EEUU – Principales líneas importadas en Industria de la Vestimenta (Millones US\$)

Líneas de negocio	2011	2012	2013	2014	2015	Var% 15/14	% Par 11 -15	TCP 11 - 15
57 - Alfombras y demas revestimien	1,919	2,042	2,172	2,454	2,652	8%	2%	8%
60 - Tejidos de punto	850	965	964	1,063	1,141	7%	1%	8%
56 - Guata,fieltro.telas sin tejer;hila	1,666	1,712	1,835	1,953	2,233	14%	2%	8%
53 - Las demas fibras textiles vegeta	201	208	209	214	265	24%	0%	7%
63 - Los demas articulos textiles con	11,865	12,082	12,762	13,248	14,917	13%	12%	6%
59 - Tejidos impregnados, recubierto	2,124	2,174	2,267	2,421	2,509	4%	2%	4%
51 - Lana y pelo fino u ordinario; hila	281	314	303	316	331	5%	0%	4%
58 - Tejidos especiales;superfic.text	699	729	739	761	815	7%	1%	4%
61 - Prendas y complementos de ves	41,839	41,136	42,957	45,108	48,514	8%	40%	4%
62 - Prendas y complementos de ves	36,935	36,785	38,021	37,878	40,575	7%	35%	2%
Resto	5,583	5,387	5,330	5,374	5,689	6%		
Subtotal	103,963	103,536	107,559	110,789	119,642	8%		

Fuente: Trademap.

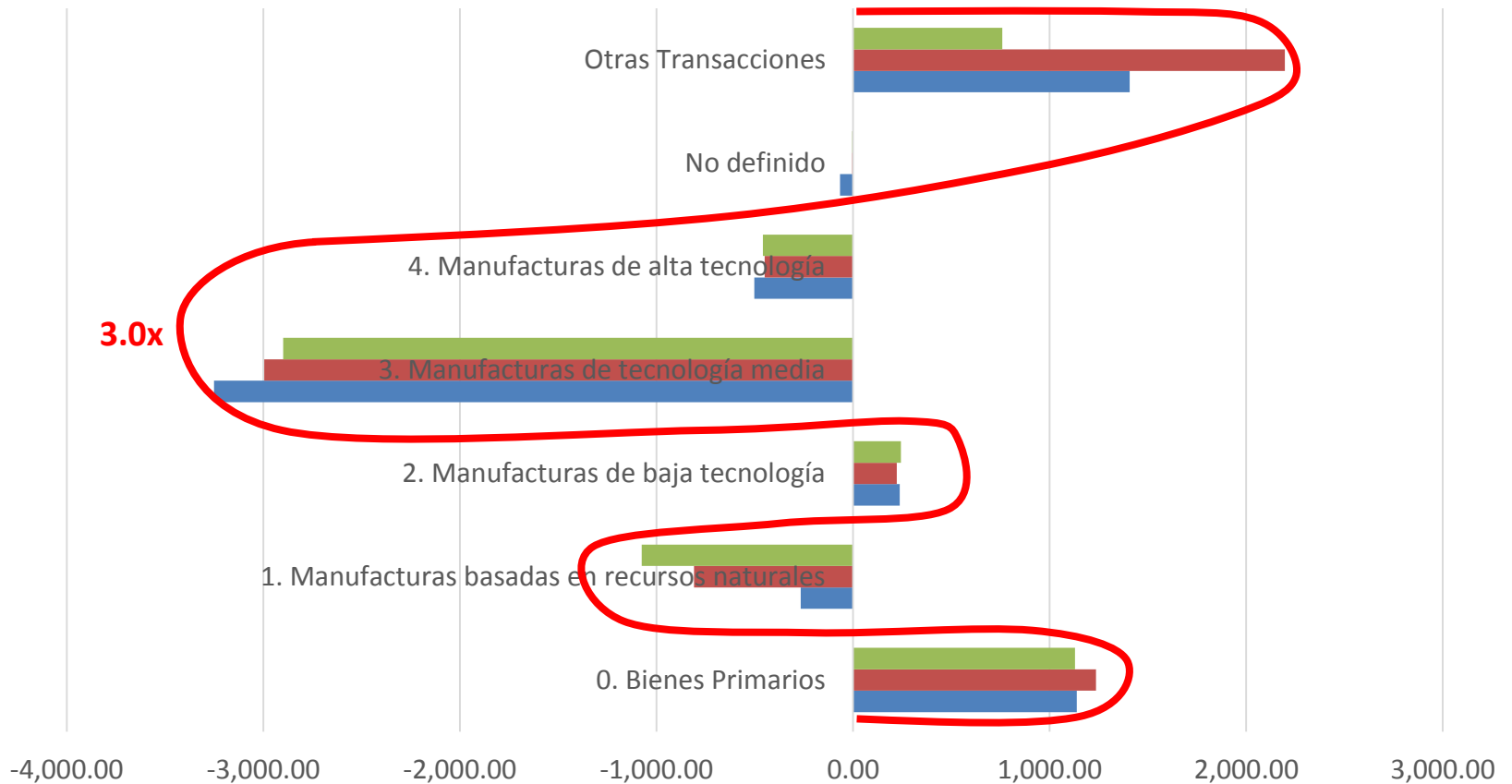
Elaboración: Inteligencia de Mercados-PROMPERU

- ✓ La demanda en la industria de la vestimenta sigue una tendencia creciente y avanzando a un ritmo más estable (4% en promedio anual entre 2011 - 2015)
- ✓ Alfombras, tejidos de punto y telas sin tejer son productos que se demandan con un crecimiento más moderado.

Perú: Saldo Comercial con EEUU por IT

■ Saldo Comercial 2014 ■ Saldo Comercial 2013 ■ Saldo Comercial 2012

Saldos comerciales con Estados Unidos por intensidad tecnológica



Fuente: Comtrade.
Elaboración: Inteligencia de Mercados-PROMPERU

Millones



Que representa para nosotros?



Evolución de las Exportaciones hacia EE.UU.

Participación en las exportaciones peruanas (2015):

14.9%

Crecimiento promedio (15/00)

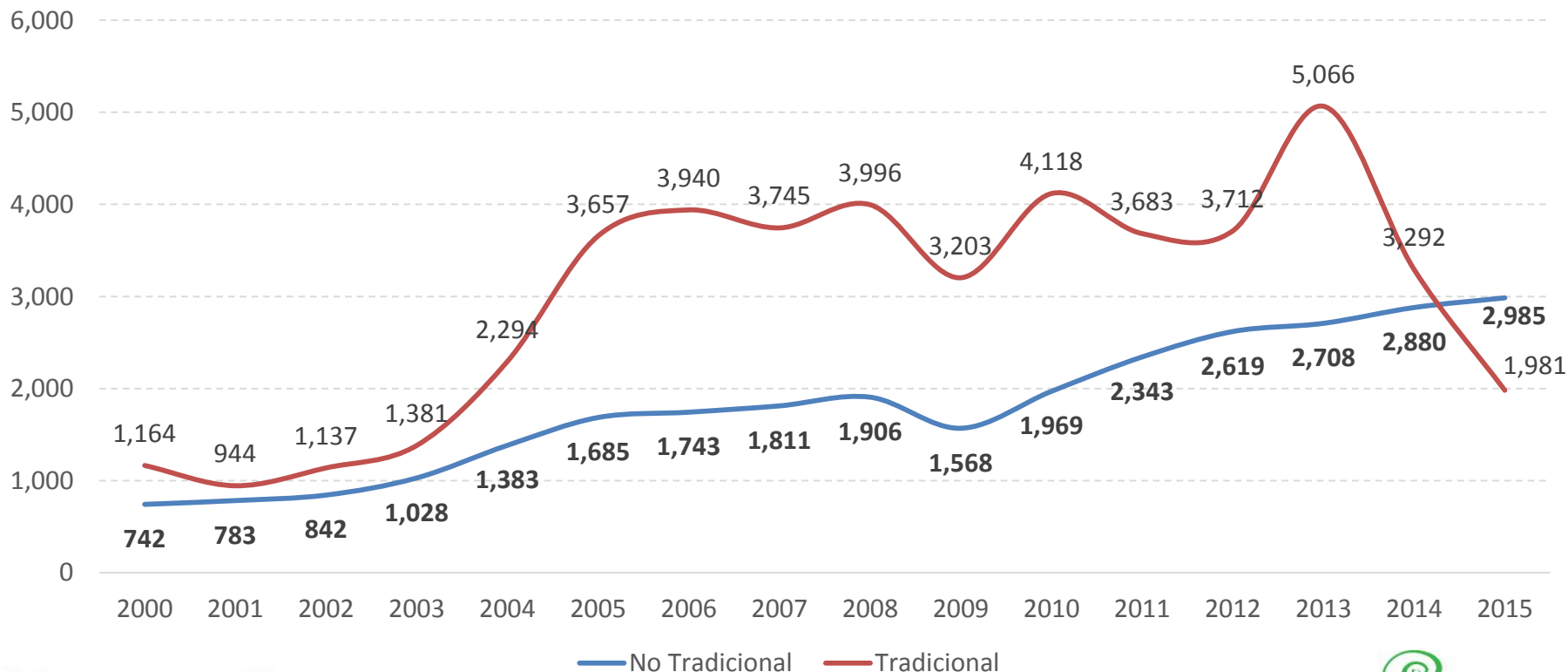
- Total: **6,6%**
- Tradicional: **3,6%**
- No Tradicional: **9,7%**

Nº Empresas no tradicionales que exportaron (2015)

2,520

Nº productos con valor agregado (2015)

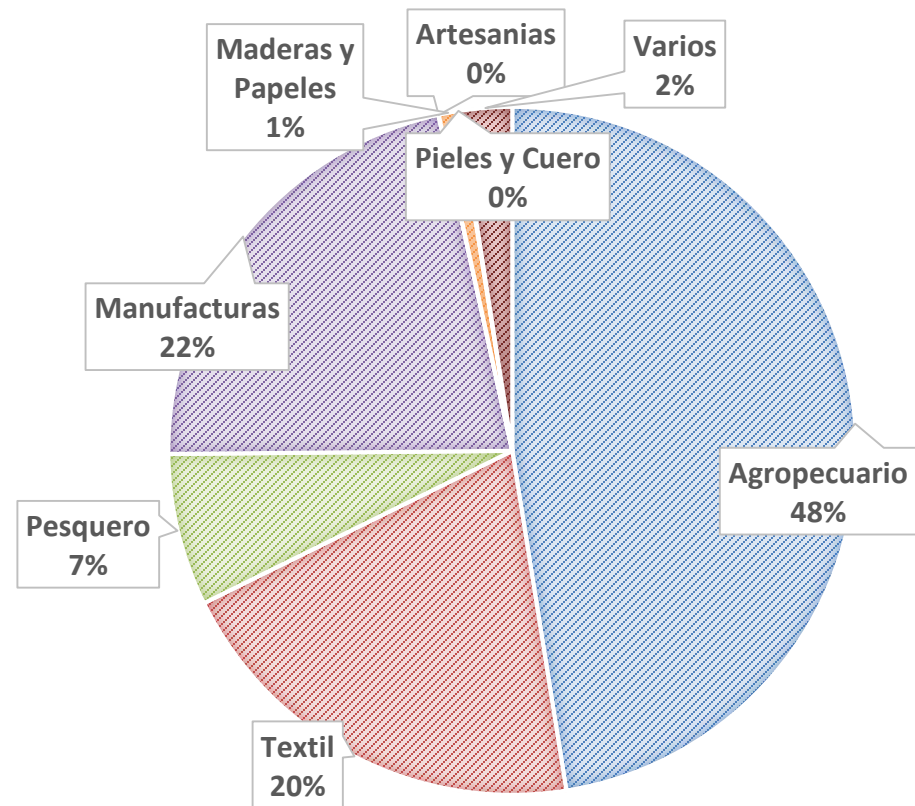
2,321



Evolución de las Exportaciones hacia EE.UU.

- ✓ El 60% de nuestras exportaciones a EEUU corresponden a envíos de productos con valor agregado.
- ✓ Los sectores Agro, Textil y Manufacturas representan el 89% del total de productos con valor agregado

Participación 2015

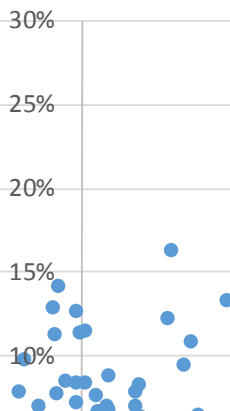


Fuente: SUNAT.
Elaboración: Inteligencia de Mercados-PROMPERU

Oportunidades Comerciales

Oportunidad

TCP 11 – 15
Demanda



Líneas de Negocio	Comercio Potencial	Estado
02 - Carne y despojos comestibles	9,356	ESTRELLA
03 - Pescados y crustaceos, moluscos y otros invertebrados acu	15,305	ESTRELLA
04 - Leche y productos lacteos; huevos de ave; miel natural;	2,806	ESTRELLA
05 - Los demas produc.de orig.animal,no comprendidos en otros	1,073	ESTRELLA
06 - Plantas vivas y productos de la floricultura	1,993	ESTRELLA
07 - Legumbres y hortalizas,plantas,raices y tuberculos aliment	8,889	ESTRELLA
08 - Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	14,860	ESTRELLA
10 - Cereales	2,734	ESTRELLA
11 - Productos de la molinera;malta;almidon y fecula;inulina;gl	1,648	ESTRELLA
	2,652	ESTRELLA
	110	ESTRELLA
	4,946	ESTRELLA
	4,952	ESTRELLA
71 - Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas	59,194	PROMETEDOR
29 - Productos quimicos organicos	52,087	PROMETEDOR
72 - Fundicion, hierro y acero	27,900	PROMETEDOR
28 - Prod.quimicos inorgan.;compuestos inorganicos	13,131	PROMETEDOR
31 - Abonos	8,359	PROMETEDOR
15 - Grasas y aceites animales o vegetales;grasas	5,983	PROMETEDOR
81 - Los demas metales comunes;cermets; metales	2,362	PROMETEDOR
13 - Gomas, resinas y demas jugos y extractos	1,716	PROMETEDOR
50 - Seda	121	PROMETEDOR



Tendencias



Tendencias

- ❑ El consumo de fruta fresca se ha masificado: mayor exigencia en cantidad, calidad y continuidad de frutas y hortalizas frescas.
- ❑ A corto plazo, la actual recesión económica mundial podría reducir el crecimiento de frutas importadas y artículos de lujo.
- ❑ Se intensificará la competencia del mercado por el crecimiento del suministro local de frutas, mayor desarrollo logístico interno y una disminución de precios.
- ❑ Se espera una expansión rápida del consumo de productos de frutas elaboradas, especialmente de zumos (jugos) y fruta cortada.



Tendencias

- ❑ Clase alta: Incremento de las compras por impulso.
- ❑ Clase media alta: Influencia de productos occidentales.
- ❑ Mayor oferta de productos orgánicos y naturales, frutas de nicho: fairtrade.
- ❑ Productos con mayor potencial exportador: Uva, mango, mandarina, tangelo, palta, espárrago, fresa congelada.
- ❑ Mayor demanda de la clase media por uva, cítricos, banano y granada.



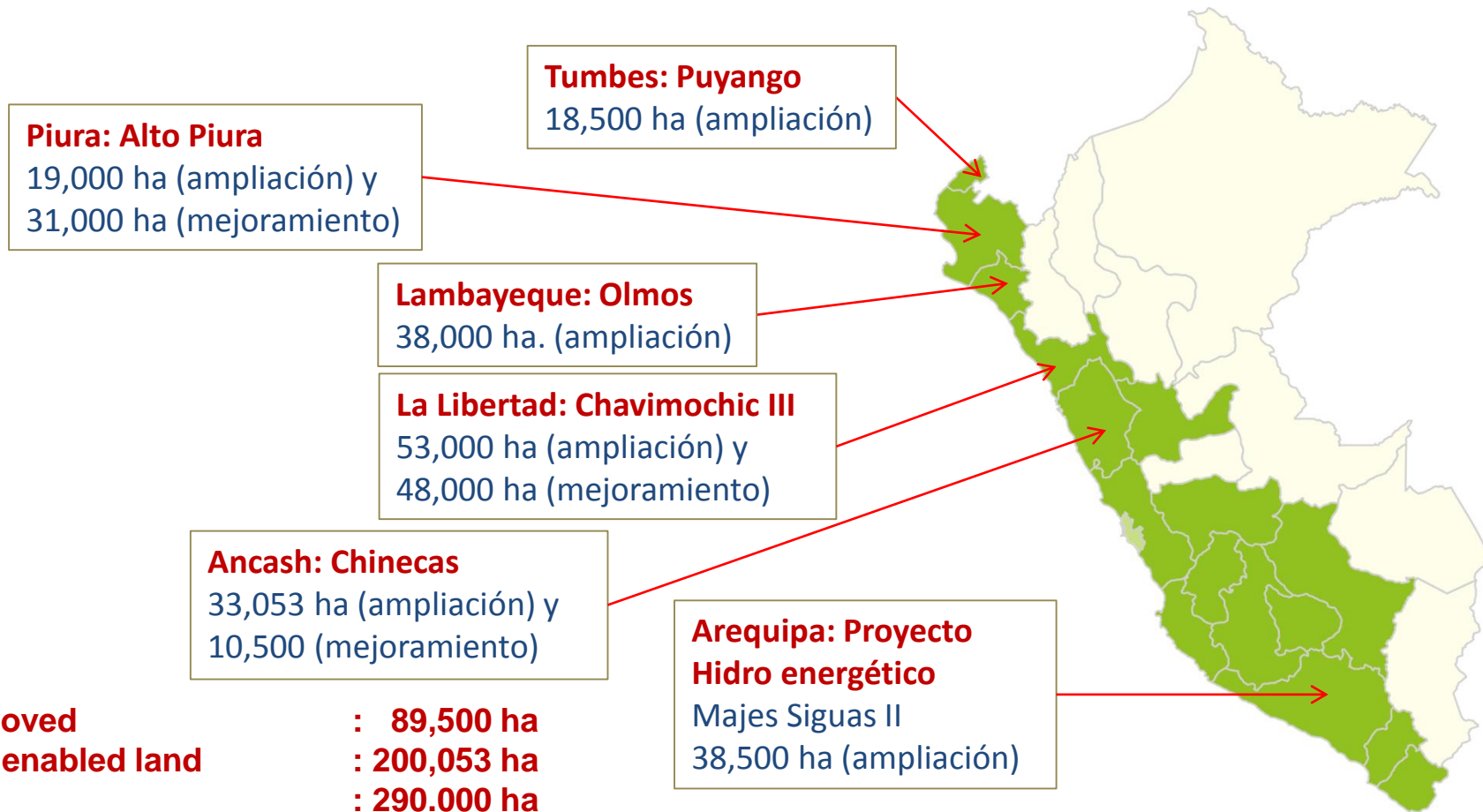
Tendencias

- ❑ Aumento de la demanda de frutas exóticas: chirimoya, piña, camu camu y aguaymanto.
- ❑ Productos con protocolo sanitario: Mangos, uvas, cítricos (mandarina, limón, tangelos).
- ❑ Palta: Producto potencial de mediano plazo.
- ❑ Mayor consumo de fruta fresca en festividades
 - Año nuevo Chino : Enero 2014 (Año de la Serpiente)
 - Día del Trabajo : 1 Mayo
 - Día Nacional : 1 Octubre
 - Fin año solar : 31 Diciembre

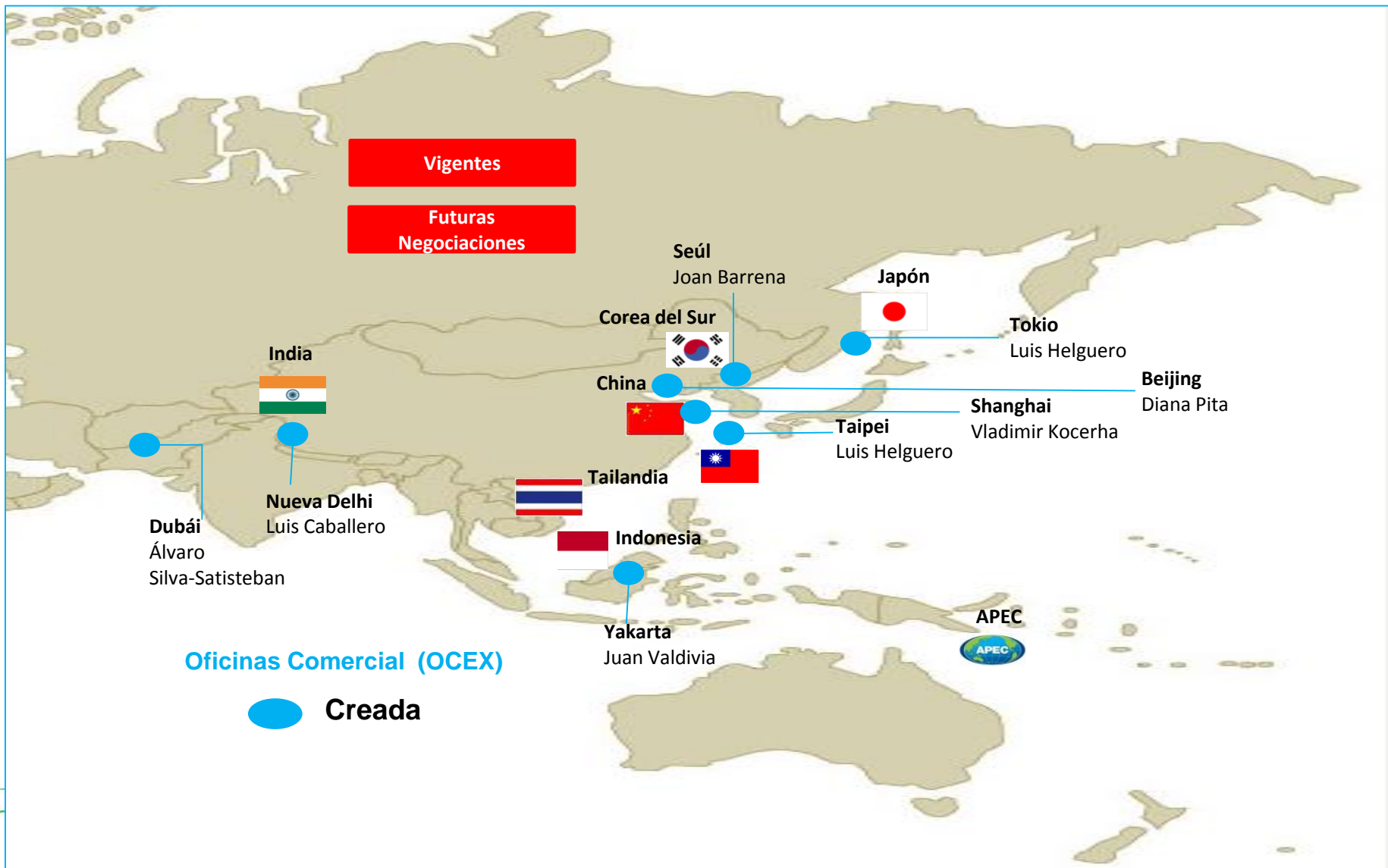


Zonas agrícolas potenciales

Proyectos de irrigación para el desarrollo agrícola



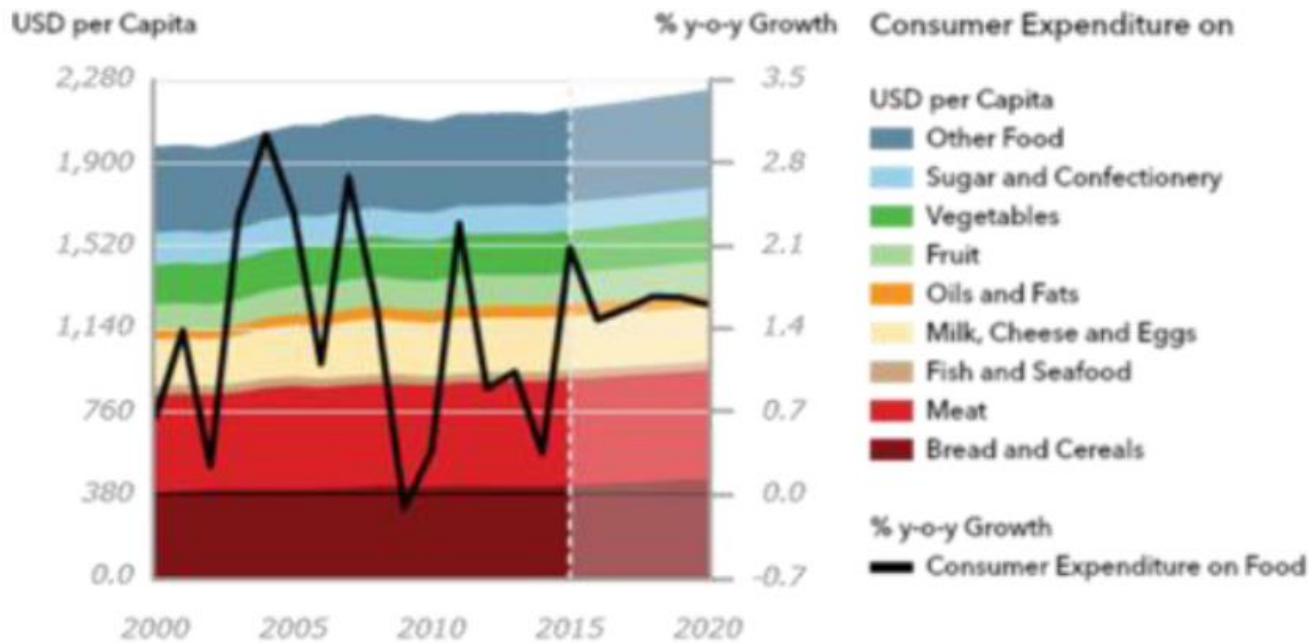
Acuerdos comerciales y oficinas comerciales del Perú en el exterior



Tendencias de Consumo

Chart 14

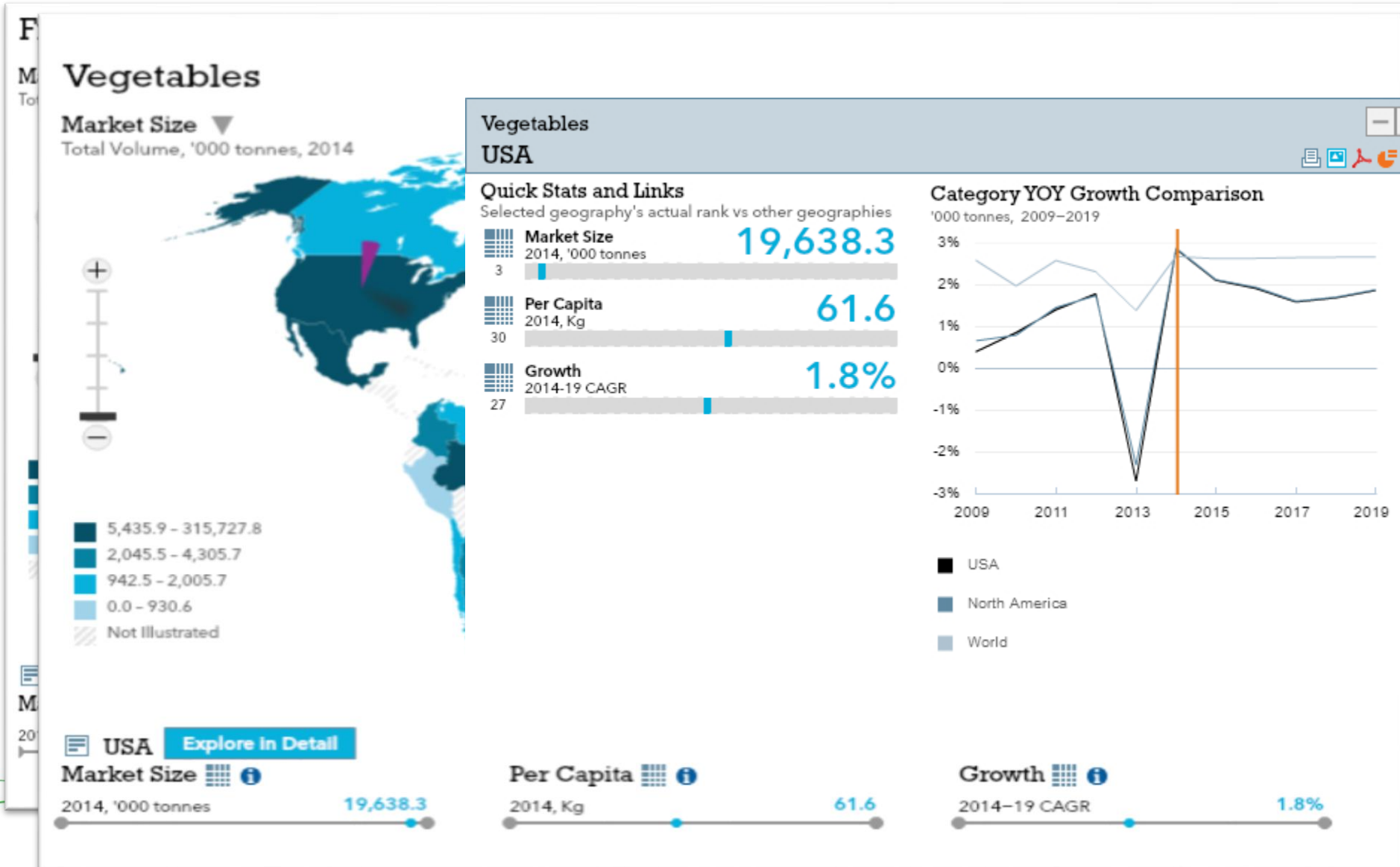
Food Expenditure Profile 2000-2020



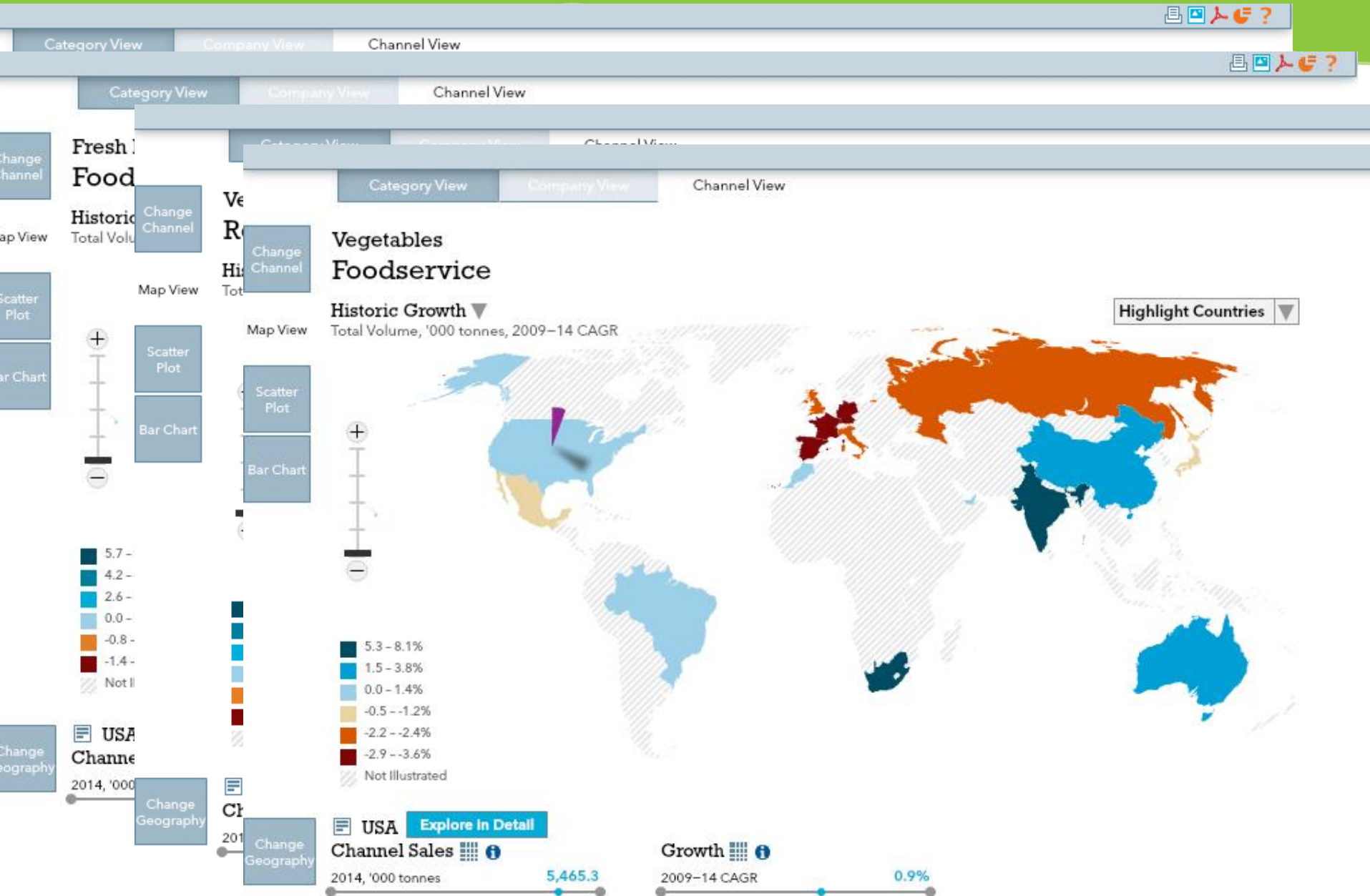
Source: Euromonitor International from national statistics/Eurostat

Note: In Constant 2014 prices

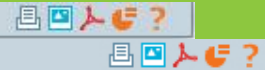
Tendencias de Consumo



Tendencias de Consumo



Tendencias de Consumo



Category View

Company View

Channel View

Change Category

Organic

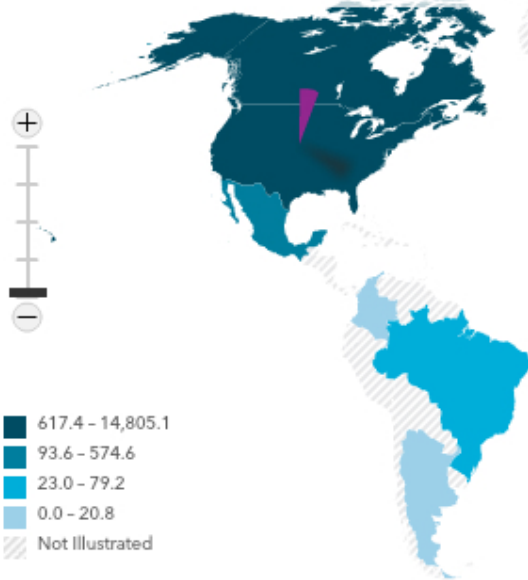
Market Size

Retail Value RSP, USD million, Current 2015, YOY 2015 Ex. R

Map View

Scatter Plot

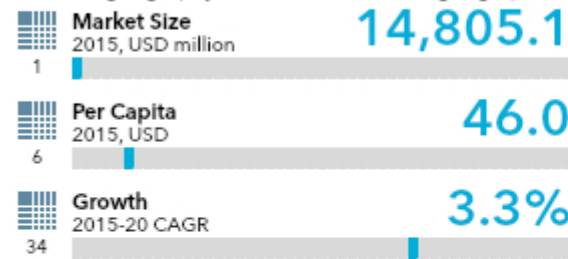
Bar Chart



Organic USA

Quick Stats and Links

Selected geography's actual rank vs other geographies



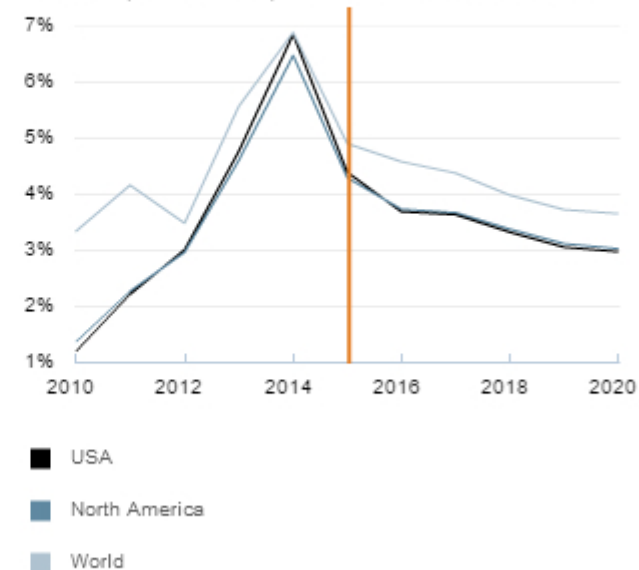
Top-3 Companies

Retail Value RSP, % breakdown

WhiteWave Foods Co	7
Hain Celestial Group Inc, ...	5.9
Artisanal	3.4

Category YOY Growth Comparison

USD million, Constant 2015, Fixed 2015 Ex. Rates 2010-2020



Change Geography

USA [Explore in Detail](#)

Market Size

2015, USD million **14,805.1**

Per Capita

2015, USD **46.0**

Growth

2015-20 CAGR **3.3%**



Perfil Consumidor



4 Factores que impactan en las tendencias de consumo



1. Demográfico



2. Economía



3. Estilo de vida



4. Tecnológico

1. Demográfico

United States of America in 2030: Summary

United States of America and the World in 2030

POPULATION IN 2030 USA WILL BE

3rd
largest country in the world

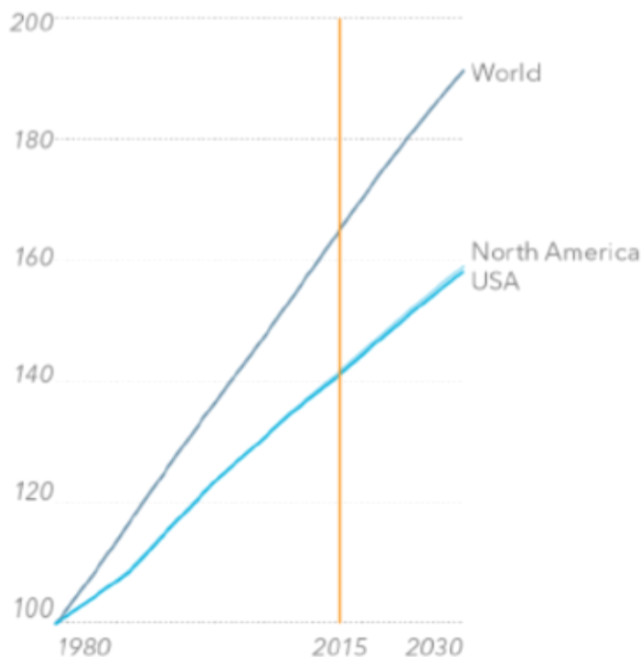
HOME TO

4.3%
of the world's population

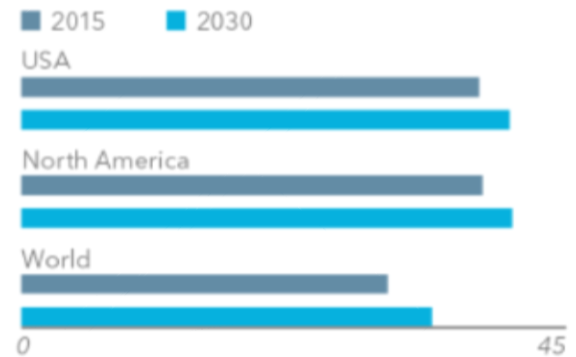
POPULATION '000,000

60th
oldest country in the world

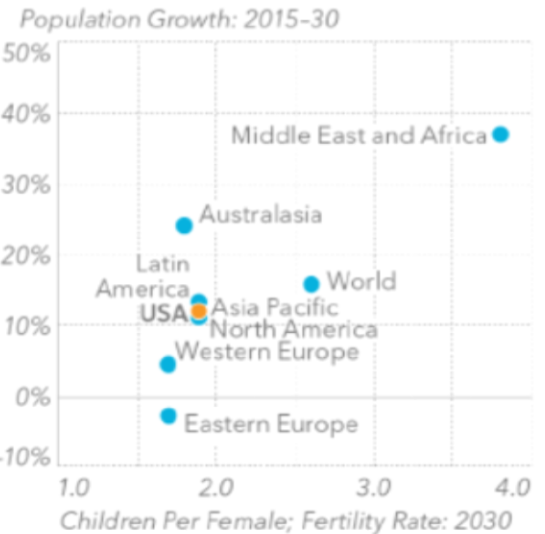
Growth Index of Total Population: 1980–2030
1980 = 100



Median Age of Population: 2015/2030



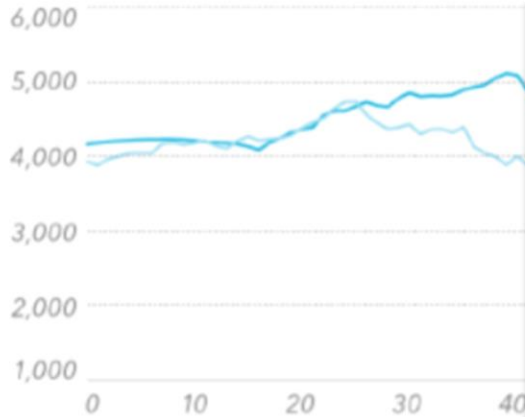
Population Growth vs Fertility Rates



1. Demográfico

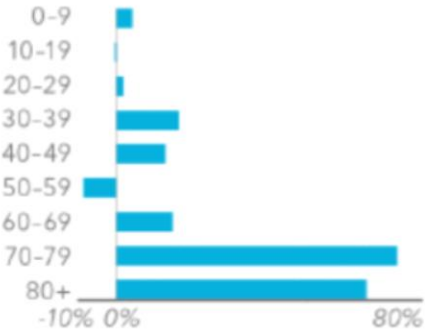
Population Age Shift: 2015/2030

'000, by age



Population Growth: 2015–2030

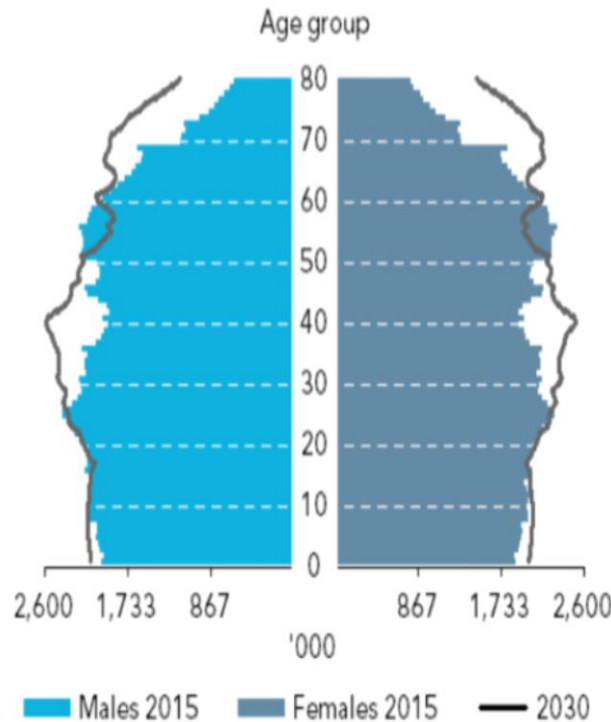
by age group, % growth



Source: Euromonitor International from national statistics/UN

Men and Women

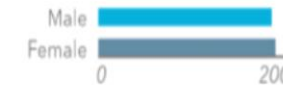
Age Pyramid: 2015/2030



Source: Euromonitor International from national statistics/UN

Total Population in 2030

millions

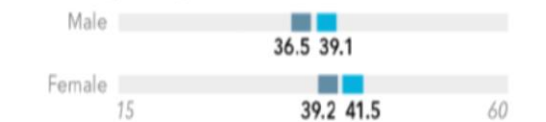


Population over 65 in 2030

millions



Median Age of Population: 2015/2030

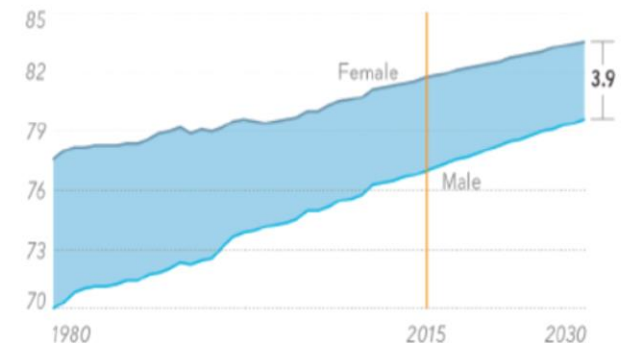


Share of Population: 2030



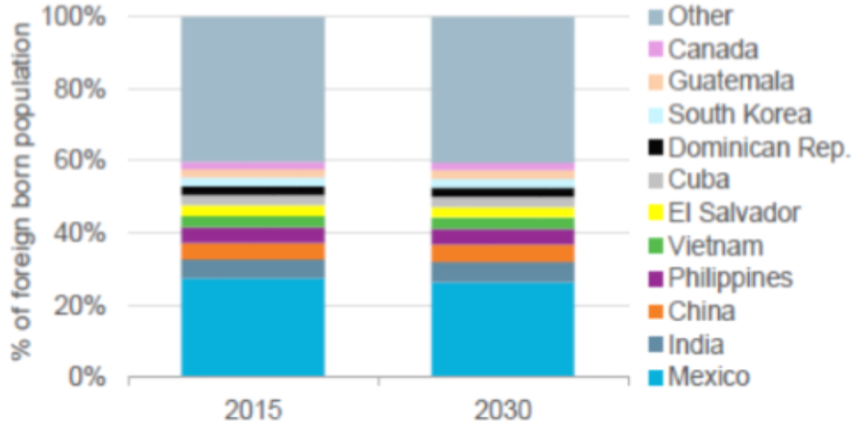
Life Expectancy Gap: 1980–2030

Male vs. Female; age in years



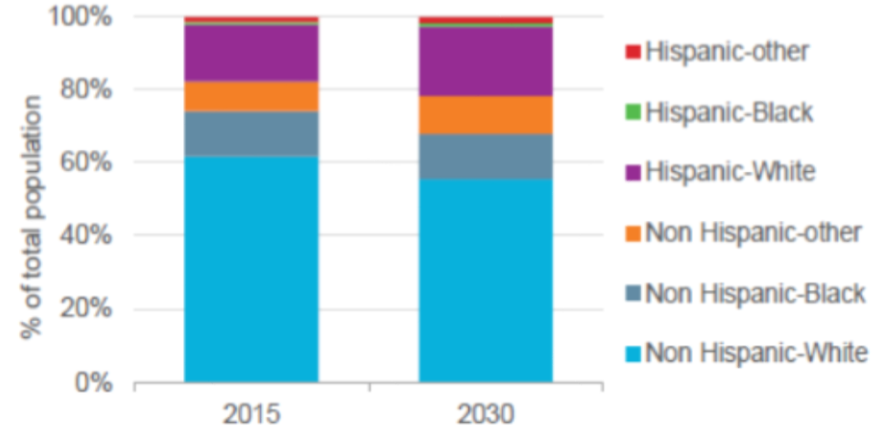
1. Demográfico

Foreign Born Population by Country of Birth: 2015/2030



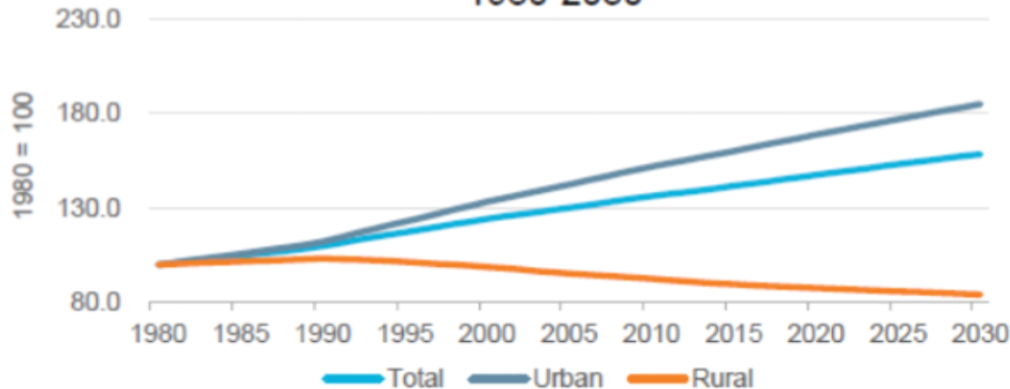
Source: Euromonitor International from national statistics/UN

Population by Ethnicity & Race: 2015/2030



Emigration

Growth Index of Urban and Rural Population: 1980-2030



Source: Euromonitor International from national statistics

Rural and Urban Population in North America: 2030



1. Demográfico

Cities



Growth of Top 10 Cities: 2015–2030
'000; % share of urban pop. in 2030



TOP-10 CITIES: 2030
COMBINED POPULATION (MILLION)

29.0

SHARE OF URBAN POPULATION

9.4%

Source: Euromonitor International from national statistics

Note: Top 10 cities are based on the biggest cities according to the latest historic or census data

3. Estilos de vida

TOP 5 – Tendencias de Consumo

1. El gasto del consumidor seguirá siendo fuerte
2. Cambios en la Ley de seguro social trae cambios importantes para los consumidores de salud
3. Los consumidores jóvenes se convertirán en grupo de consumidores clave del país, superando los Baby Boomers
4. Las compras vía móvil continúan cambiando el comportamiento del consumidor
5. La economía del Compartir en los jóvenes

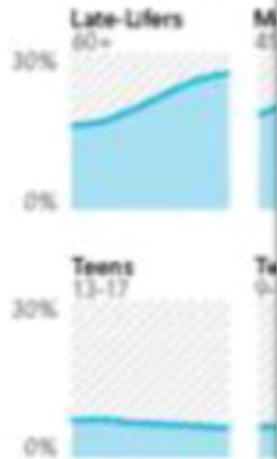
3. Estilos de vida

Population

Total, millions

318.9

Population by Consumer
% of total, 2000-2030

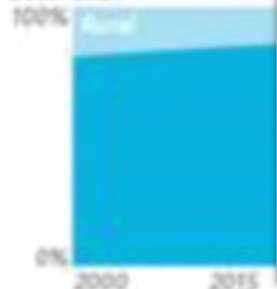


Median Age
years
37.7

Fertility
children
1.9

Urbanisation

Urban vs. Rural Population
2000-2030



Old Age Dependency Ratio

percentage of people older than 65

Disposable Income

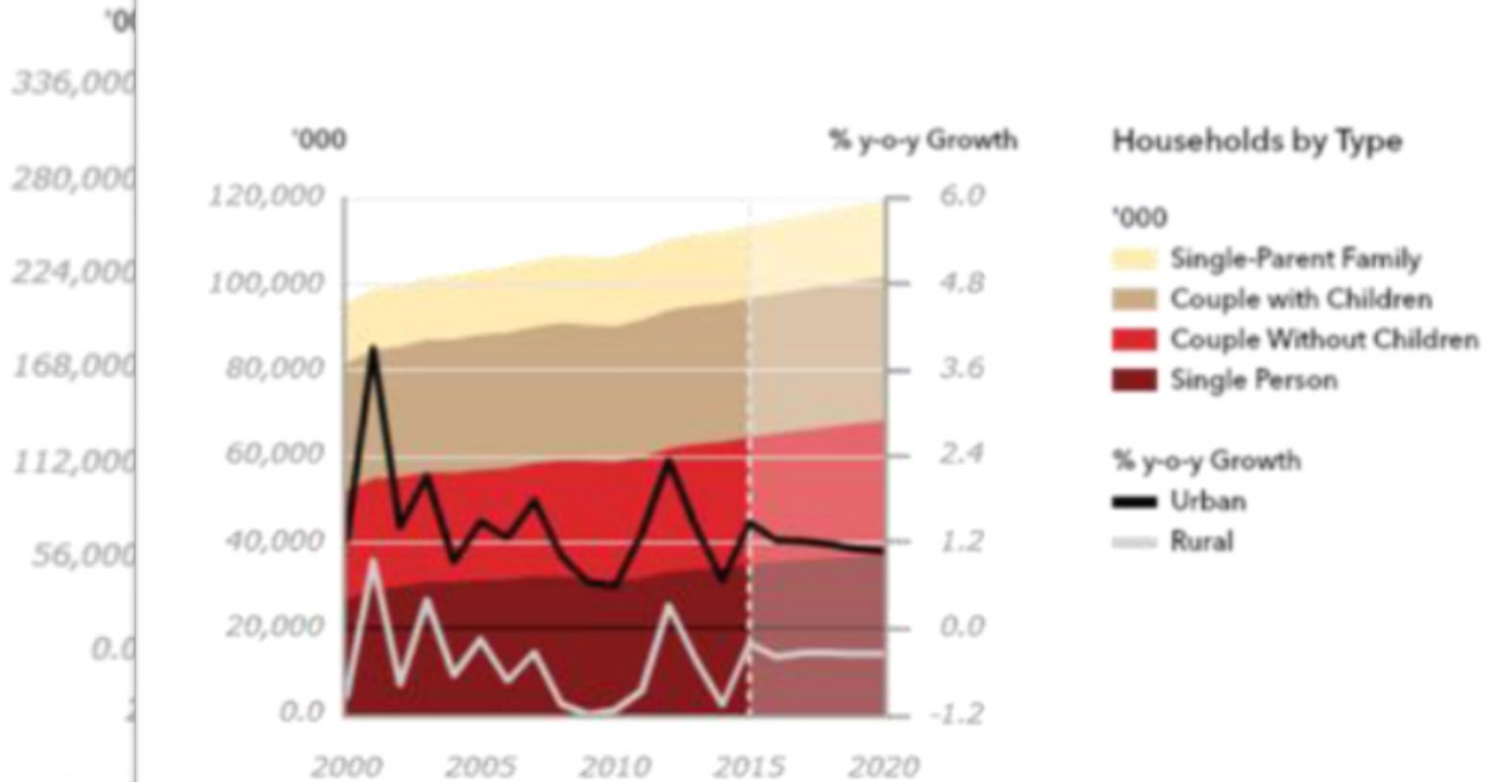
per capita, US\$ 2015

Chart 7

Middle Youth in Focus 2000-2020

Chart 11

Household Profiles 2000-2020



Source:

Source: Euromonitor International from national statistics

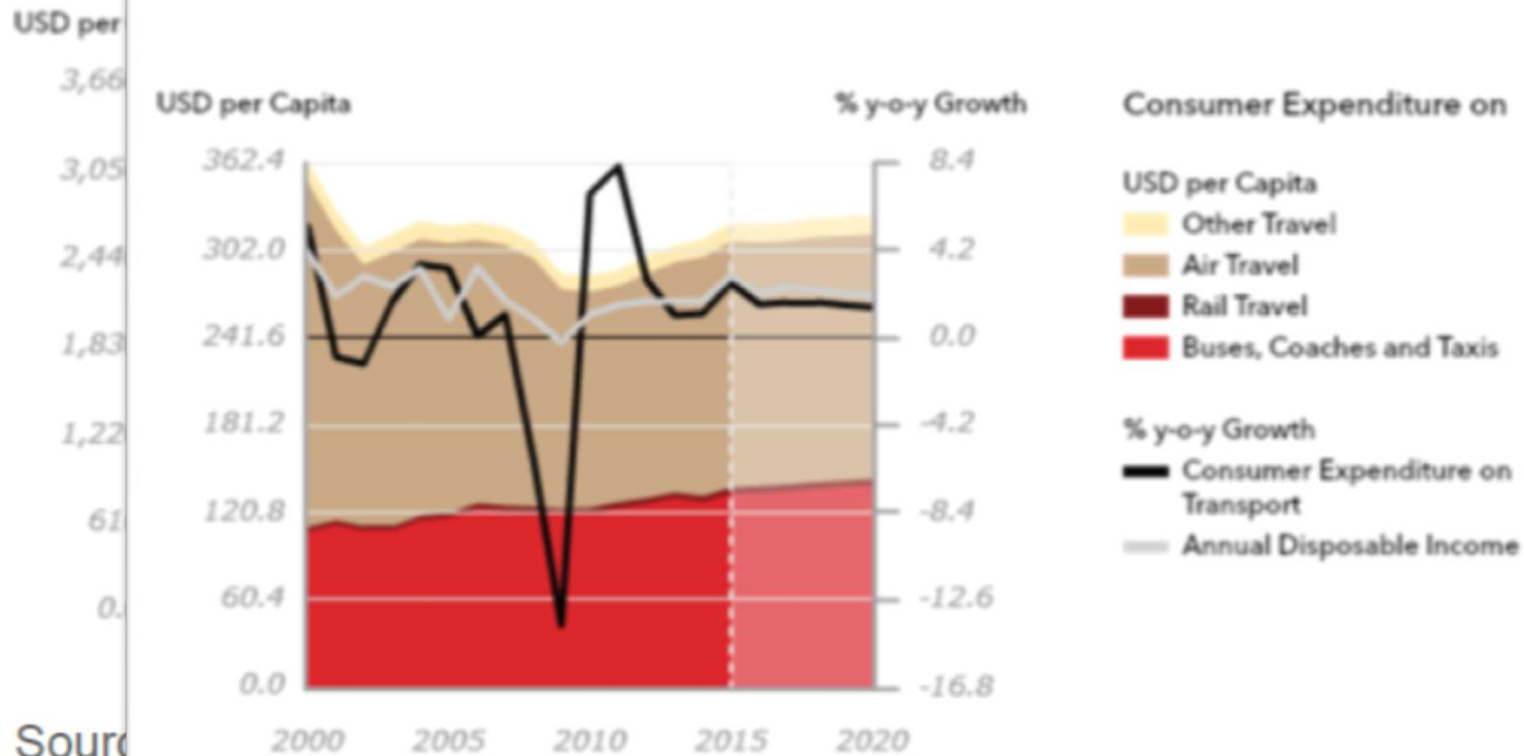
3. Tecnología

Chart 19

Possession of Selected Home-Tech and Mobile

Chart 21

Getting Around on Public Transport 2000-2020



Source:
Note:

Source: Euromonitor International from national statistics/Eurostat/UN/OECD
Note: In Constant 2014 prices



Gracias



prom
perú

Perú