

**EL ENTORNO  
INTERNACIONAL Y LOS  
TRATADOS DE LIBRE  
COMERCIO CON VISION DE  
NEGOCIOS.**

# LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO. SU IMPORTANCIA PARA LOS NEGOCIOS GLOBALES .

❑ Las barreras son contrarias a naturaleza misma del comercio Internacional



❑ Cooperación para eliminar barreras a través de negociaciones



❑ **Acuerdos Comerciales Internacionales**

- Multilaterales
- Bilaterales
- Integración Económica

## Barreras

Arancelarias y no arancelarias

**Su eliminación es** el objetivo central de los Acuerdos de Libre Comercio

Acompañada de **Disciplinas Comerciales**

El objetivo final es el libre comercio, internacional, con reglas del juego uniformes y *estimular las inversiones*

# BARRERAS LEGALES Y RESTRICCIONES NECESARIAS

- Controles autorizados para protección de salud, vida, seguridad, etc.
- Barreras sanitarias.
- Barreras por prácticas comerciales desleales (Dumping y Subsidios).
- Salvaguardias.
- Normalización técnica.
- Barreras ambientales (Productos y Procesos).

Para el inversionista es importante contar con instituciones sólidas, así como reglamentos transparentes y avanzados en estas materias

# PANORAMA DE LOS ESCENARIOS ACTUALES

- ❑ El contexto de la globalización.
- ❑ El multilateralismo de la OMC y Regionalismo.
- ❑ los TLCs.
- ❑ La Unión Europea: el modelo y Acuerdos de Asociación
- ❑ La integración en América Latina y el Caribe
- ❑ ASIA MOTOR DEL DESARROLLO: Japón, China, India, Corea del Sur , Asean.

Para los inversionistas es muy importante contar con acceso en los mercados objetivo, mediante acuerdos internacionales (vinculantes)

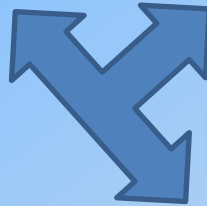
# IMPACTOS DE LA GLOBALIZACION Y DE ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO

## ❑ Impacto productivo

- Sectores y productos
- Fortalezas ventajas comparativas y ventajas competitivas.

Productividad

- IMPORTACION DE MAQUINARIA PRODUCIR VALOR AGREGADO.
- PYMES Y REGIONES



## ❑ Impacto social

- Crecimiento con equidad
- Inclusión
- EMPLEO digno
- FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

## ❑ Especialización

- Sectores con fortalezas
- CLUSTER PRODUCTIVOS, ENCADENAMIENTOS, CONSORCIOS PRODUCTIVOS

**PRINCIPIOS Y DISCIPLINAS  
BASICOS DE LOS ACUERDOS  
DE INTEGRACION**

# El Principio De No Discriminación

*No discriminación*

-Trato Nacional

- Cláusula de nación más favorecida –NMF-

# ACCESO Y REGLAS DE ORIGEN

## Acceso

- Eliminación de aranceles
- Eliminación de restricciones
- Transparencia en
  - Medidas Sanitarias
  - Normas Técnicas

## Reglas de Origen

- Importancia en el Comercio internacional

Lectura recomendada: “Régimen de Origen en los Acuerdos Comerciales Internacionales”



# Origen: Encadenamiento .

- El material o partes de cualquier otro país ingresa al Perú con arancel 0% ( hay un acuerdo comercial preferencial-la Can .).

## **Etapas 2**

- Se realiza el proceso productivo en el Perú, para cumplir con la regla de origen y poder acogerse al beneficio arancelario en el mercado de destino.

## **Etapas 3**

- Exportación del bien final ( que cumple origen peruano ) a los países de interés. TLCs firmados.

# FACILITACIÓN ADUANERA

Trámites aduaneros simplificados, transparentes y ágiles contribuyen con las exportaciones y ayudan a la competitividad

# MEDIDAS DE DEFENSA COMERCIAL

- Dumping
  - Requieren investigación antes de aplicar medidas correctivas.
- Subsidios
  - En casos de emergencia la investigación puede ser posterior
- Salvaguardias
  - Las medidas correctivas pueden consistir en aranceles, o restricciones (cupos, etc.) en el caso de salvaguardias.

# INVERSIONES

- Objetivo: Promoción del flujo foráneo de capital y de tecnologías.
- Eliminación de obstáculos a la inversión extranjera
- Protección y seguridad jurídica
- Trato nacional y NMF (No discriminación)
- Libertad de establecimiento .
- Reconocimiento de la remesa de utilidades y capital

Los países suscriben acuerdos bilaterales de inversión, multilaterales (OMC) y en Acuerdos de Integración.

Los agentes económicos reclaman seguridad, transparencia y protección para sus inversiones.

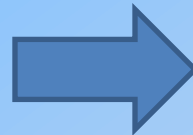
# PROPIEDAD INTELECTUAL

Propiedad industrial  
(marcas, patentes, etc.)



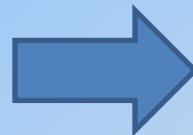
Protección.

Derechos de Autor y  
Derechos Conexos



Protección de interés  
para PD y PED

Protección a los  
derechos de los  
Obtentores de  
Variedades Vegetales



Protección de interés  
para países biodiversos

# OBSTÁCULOS TÉCNICOS Y MEDIDAS SANITARIAS

## Normas y Reglamentos

### Técnicos

- Seguridad y defensa del consumidor
- Norma Técnica –NT- (voluntaria)
- Reglamento Técnico –RT- (obligatorio)
- Certificados de conformidad con NT o RT

## Medidas Sanitarias

- MSF (animales y vegetales)
- Salud humana
  - Medicamentos
  - Cosméticos
  - Alimentos procesados
  - Higiene y aseo
- Registros Sanitarios

### **Objetivo: Reconocimiento de**

- Certificados de Conformidad
- Registros Sanitarios

# DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA AGENDA INTERNA

## 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.

# INSERCIÓN DEL PERÚ EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Los Empresarios y sobre todo las Pymes tienen que tener en cuenta que para exportar se tiene que tener como prioridad 3 puntos básicos. Mercado- desarrollo de la empresa- y desarrollo del producto.

## Mercado

### Estudio de mercado.

- ¿Conoce su mercado de destino?
- ¿A dónde exporto mis productos?
- ¿Qué países compran mis productos y cuales tienen un mejor potencial para lograrlo.
- ¿Conoce su legislación?
- ¿Conoce los punto de entrada, Puertos , Aeropuertos. Etc.'
- ¿Conoce su nicho de mercado?



## Producto.

### Estándares de calidad. ISOS. Trazabilidad.

- ¿Cuento con oferta exportable?
- ¿Mi producto es competitivo?
- ¿Cuento con sistemas de calidad y tecnologías adecuadas? Proceso productivo.  
¿Mi precio es competitivo?
- ¿Mi producto es diferenciado?
- ¿Cuál es la capacidad de adaptabilidad de mi producto en el exterior?
- ¿Cuento con capacidad de producción?
- INNOVACION EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS-MAYOR V.A.

## Empresa

¿Quiénes pueden exportar?

En el Perú las personas Naturales y Jurídicas, pueden realizar este tipo de negocios siempre y cuando cuenten con el Registro Único al Contribuyente ( Ruc) y emitan facturas y boletas ( Exporta fácil).

Para lo cual las personas jurídicas deben especificar dentro de su minuta de constitución; el objeto social, la actividad empresarial que van a desarrollar-comercio nacional-internacional-producción-comercialización. Importación-Exportación.

Se debe especificar igualmente en la ficha Ruc de la Sunat, en el acápite de actividad de comercio exterior Exportador-Importador.

Toda empresa debe contar con un FODA, plan Estratégico de Exportaciones, Plan de Negocios ,tener conocimiento del Arancel, Partida Arancelaria, Preferencia Arancelaria, ya que se tiene que tener conocimiento bien claro si mi producto paga arancel, impuestos al ingresar al otro país, Lo pueden ser de tres tipos , ad valoren – el más utilizado, específico, y sobretasa arancelaria.

INCOTERMS. Responsabilidades del comprador y la del exportador.

Canales de Comercialización. Como voy a colocar mi producto en el extranjero. Brokers, agentes, distribuidores, Importadores-Distribuidores- en forma directa. En Alianza Estratégica.

Carta de Crédito. Contrato de compra venta internacional.

# NUEVAS TENDENCIAS DEL CONSUMO

# Comidas congeladas



# Calidad: Condición para Competir



# Producción a la medida ...

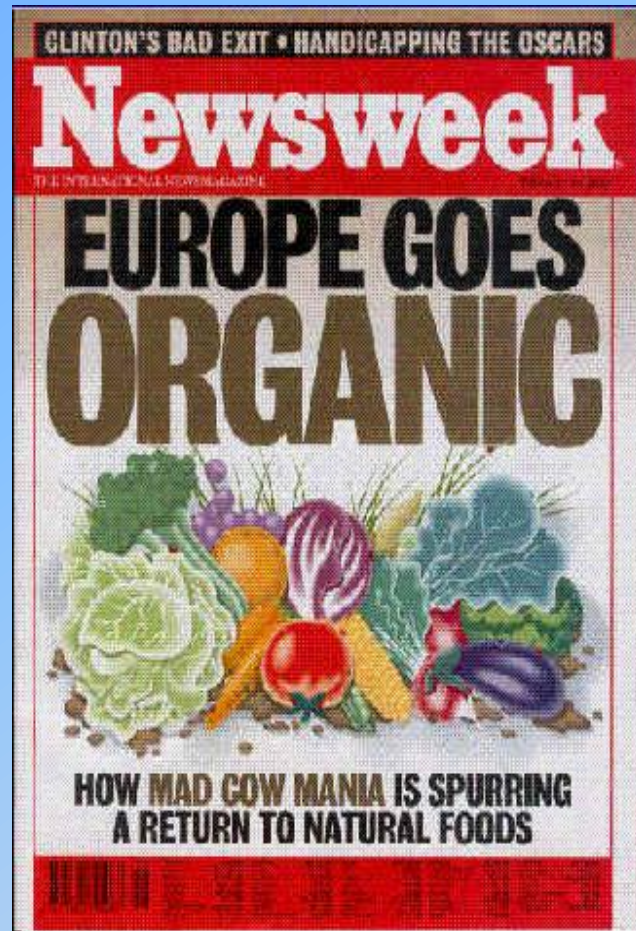


# Mercado de Nutracéuticos en Expansión



*Preferencia por lo natural*

# Preferencia por Productos Orgánicos



*Interés por la conservación del ambiente y uso racional de los recursos naturales.*



**TLC INTERNO  
EXPORTACION HACIA  
ADENTRO**

- ACCIONES QUE SE TIENEN QUE TOMAR. Las Regiones se encuentran con Falta de información de los mercados internacionales, se requiere capacitación en comercio exterior con visión de Negocios.
- Impulsar LAS CADENAS PRODUCTIVAS-los clúster o los consorcios productivos son de vital importancia para impulsar las cadenas productivas y de esa forma puedan organizarse para exportar en forma conjunta.

- Es fundamental la creación de plataformas tecnológicas que apoyen a las diferentes rubros de exportación, Hay que hacer buen uso de las tecnologías de información y comunicaciones (tics).
- Incrementar la Productividad y la competitividad.

- Los productos tienen que tener estándares internacionales, que tengan certificaciones y cumplan con las acreditaciones para ganar los mercados, conjuntamente, asociativamente se lograrán mayores resultados. Hay que sumar y no restar.

- Tenemos fortalezas, productos de mucha aceptación a nivel mundial, pero también tenemos que reconocer que tenemos que tomar medidas para alcanzar mayor productividad.
- Hay Debilidades. hay que afrontarlas y solucionarlas , no dejarlas como pendientes.

- Limitaciones presupuestarias del SENASA. Hay muchas solicitudes de productos peruanos que no pueden exportarse por falta de protocolo fitosanitarios.
- Ineficiencia en el funcionamiento de la SUNAT.

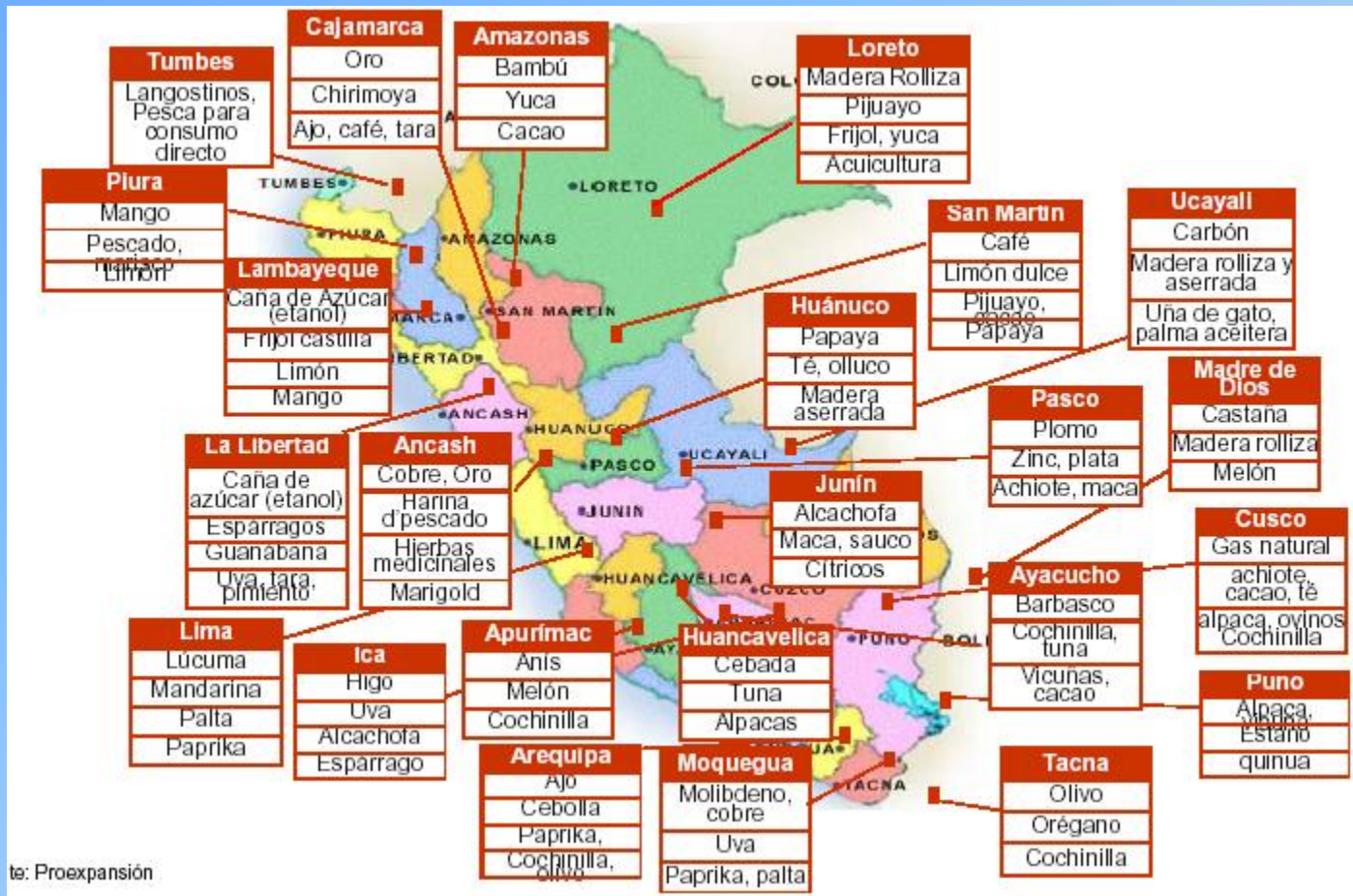
- Capacitación Integral. Falta.
- Se requiere mayor integración de los productores.
- Establecer las ventajas de la región y sus debilidades, de esa forma sabremos exactamente su potencialidad de exportación por producto.

- Es muy importante tener un plan Estratégico por Región. Impulsar las CADENAS PRODUCTIVAS.
- Plan operativo por producto, haciendo su monitoreo y evaluación . Innovación.
- Se deben establecer talleres de negocios se den a conocer donde sus productos pueden ser colocados en el exterior.



- Redes de Innovación. Tenemos productos de muy buena calidad y diferenciados y que dan todo el año.
- Hay productos naturales, orgánicos, medicinales, que se pueden cosechar en la costa, sierra y selva, hay que darles la información y la capacitación que se requiere para que puedan formar sus clúster . Las Cadenas Productivas.
- Centros Tecnológicos Agrarios.

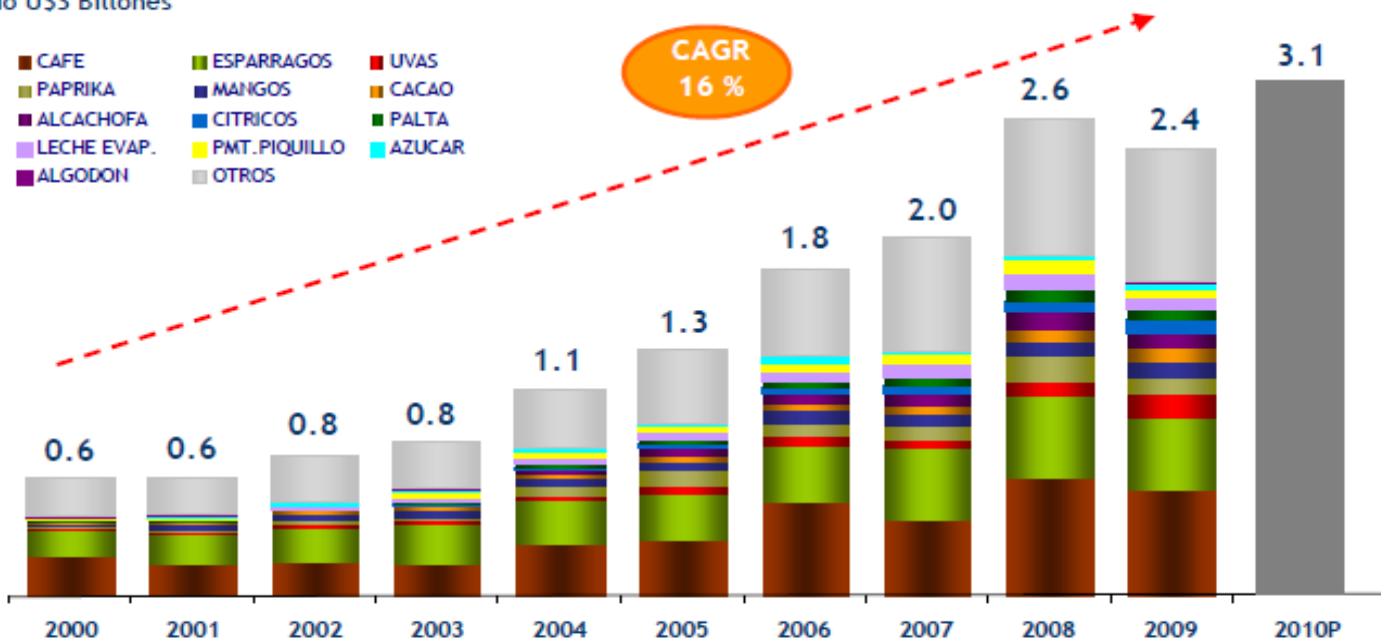
# POTENCIALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN



te: Proexpansión

# Los Agronegocios se han desarrollado significativamente en los últimos diez años...

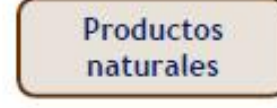
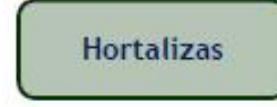
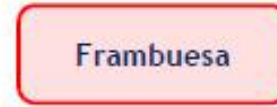
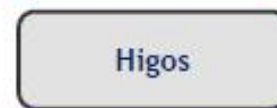
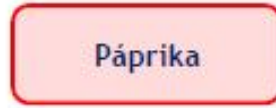
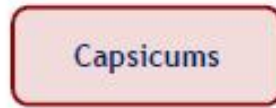
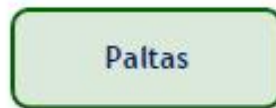
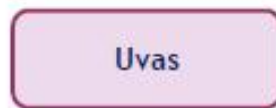
Expresado US\$ Billones



## Exportaciones 2009

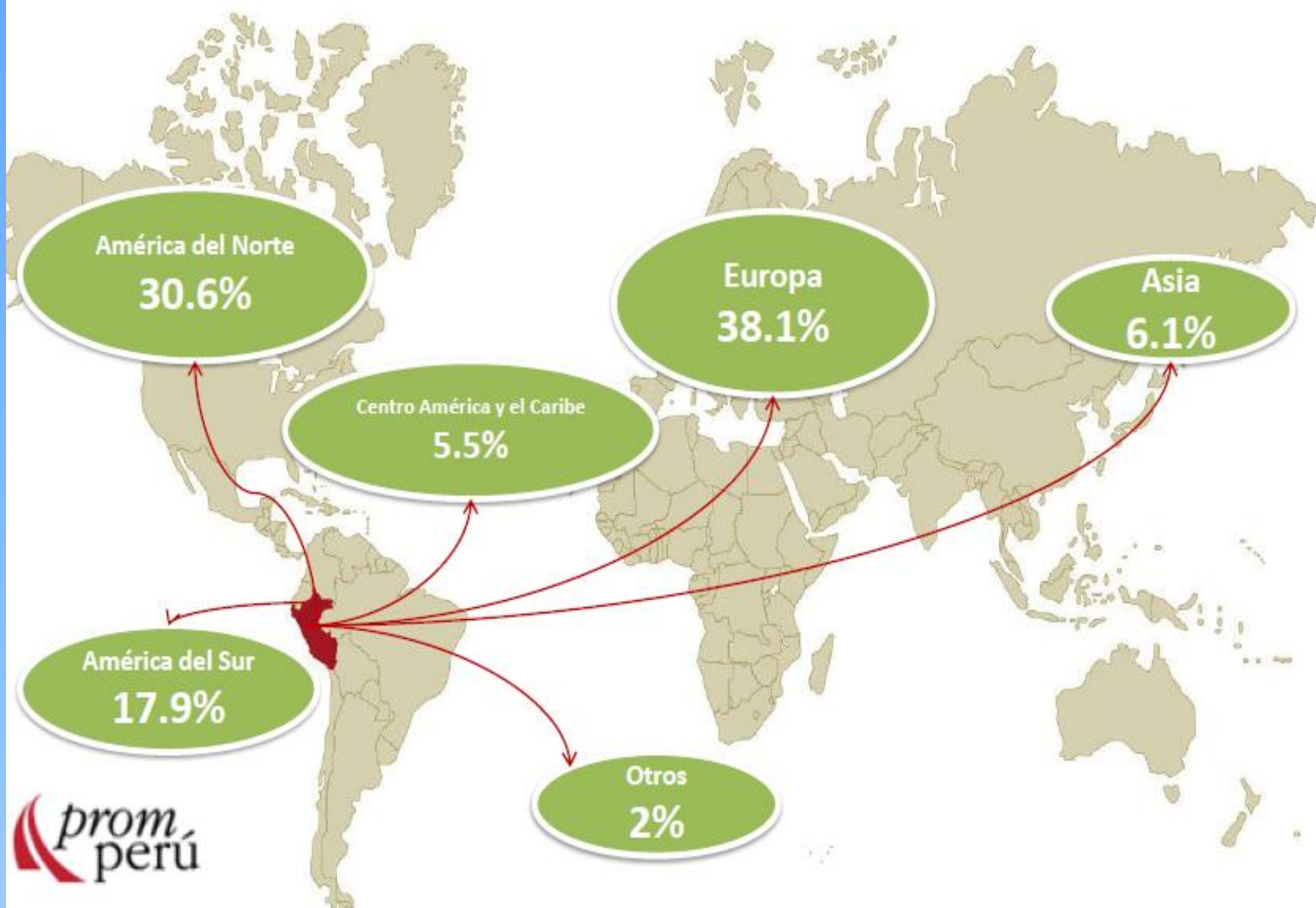
- Café: 24
- Uvas: 5
- Mangos: 4
- Alcachofa: 3
- Palta: 3
- Espárragos: 16
- Páprika: 4
- Cacao: 3
- Cítricos: 3

# Los últimos 20 años la oferta de productos no tradicionales se ha diversificado...



# Distribución de las Agroexportaciones No Tradicionales

2011: US\$ 2 831 Millones



# Variación de las agroexportaciones de No Tradicionales

2010/11:

Valor / Crecimiento

## Productos frescos

→ Espárrago	US\$ 288 / +2%
→ Uva	US\$ 299 / +61%
→ Palta	US\$ 164 / +93%
→ Mango	US\$ 153 / +29%
→ Cítricos	US\$ 66 / +17%

## Productos procesados

→ Alcachofa preparada	US\$ 163 / +20%
→ Esparrago preparado	US\$ 138 / +31%
→ Capsicums	US\$ 290 / +26%
→ Esparrago congelado	US\$ 47 / +57%

## Granos, cacao y sus derivados

→ Cacao y derivados	US\$ 105 / +85%
→ Menestras	US\$ 75 / +12%

## Productos orgánico

→ Café orgánico	US\$ 188 / +25%
→ Banano orgánico	US\$ 69 / +24%
→ Cacao orgánico	US\$ 36 / +32%

# Aprovechando los Acuerdos Comerciales

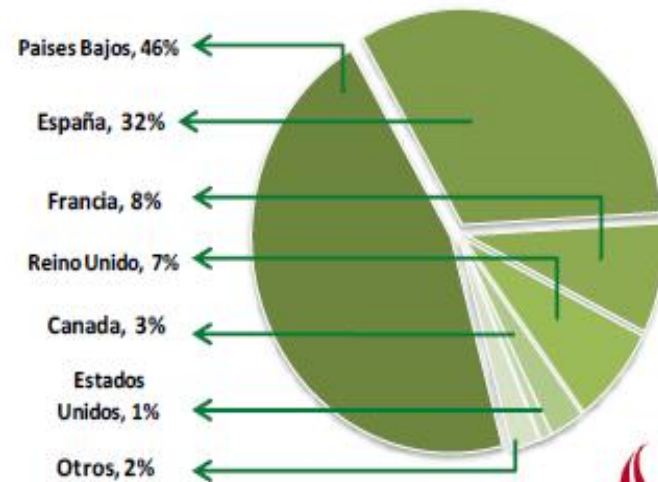
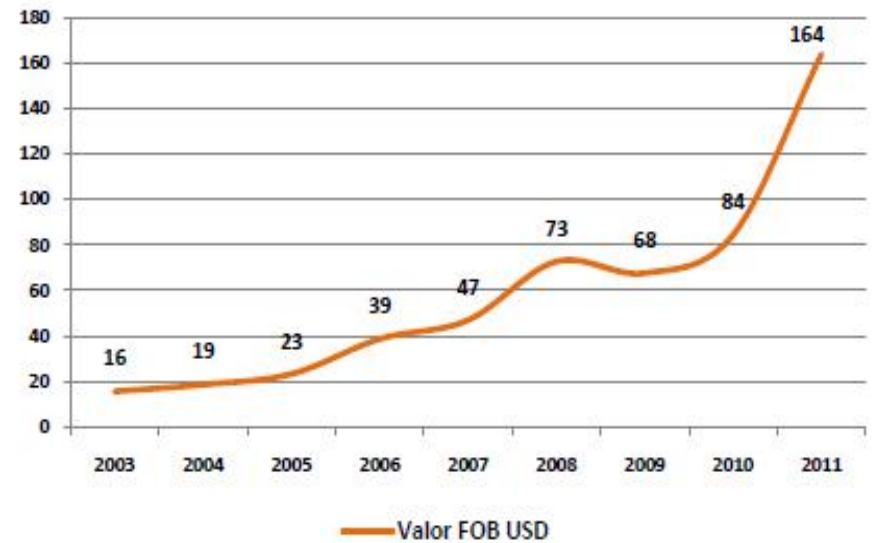
Valor millones USD / Incremento



# Palta fresca



JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SET	OCT	NOV	DEC
				X	X	X	X	X			

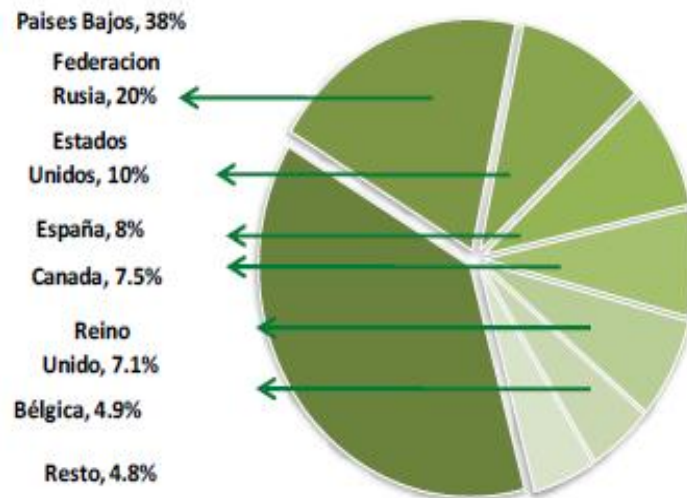
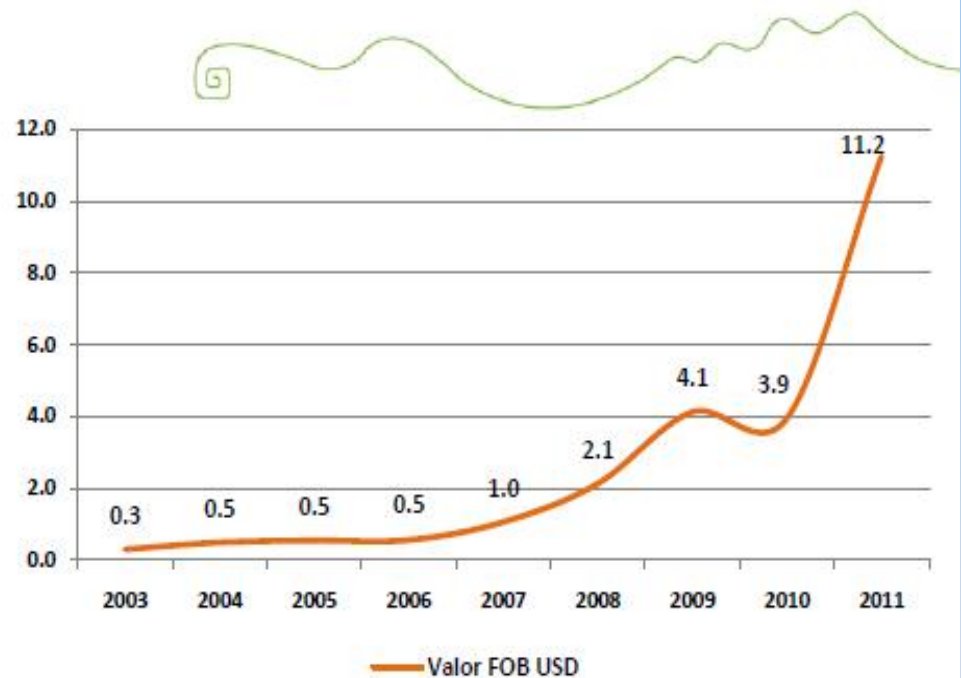




# Granada fresca



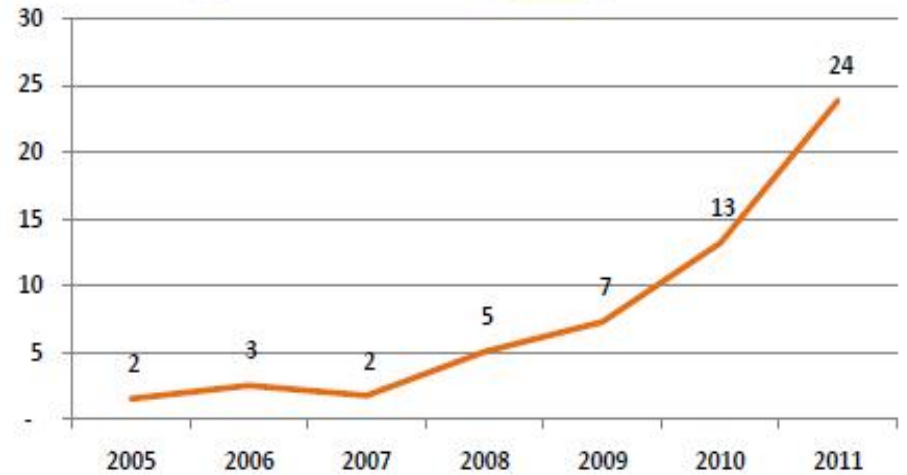
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
JAN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DEC
			●	●	●	●	●	●			



# Quinua

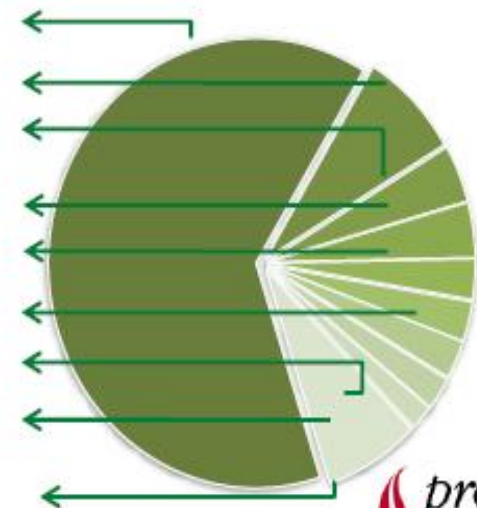


ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SET	OCT	NOV	DEC
			●	●	●						

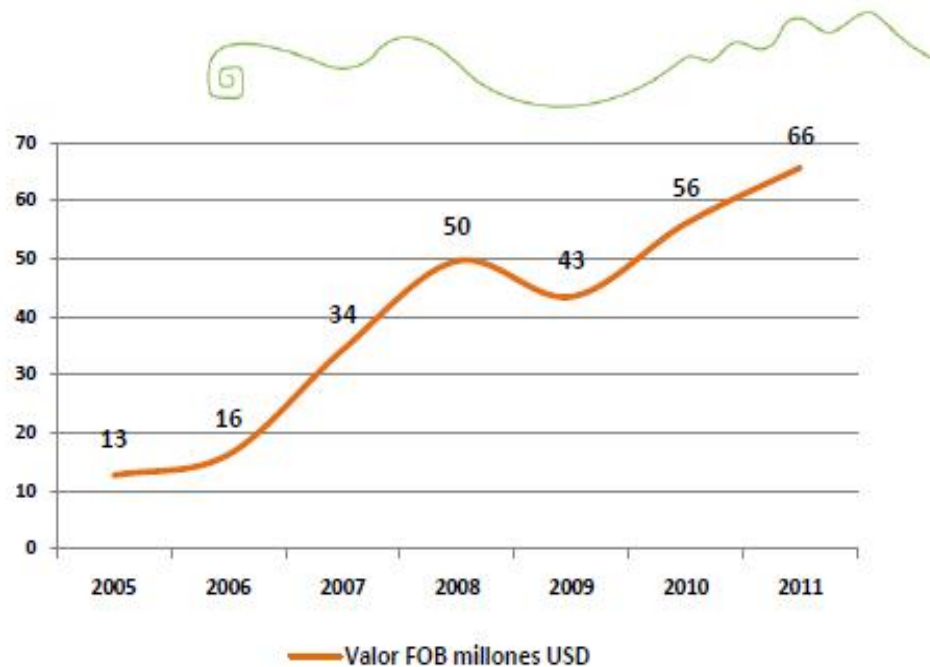


— Valor FOB millones USD

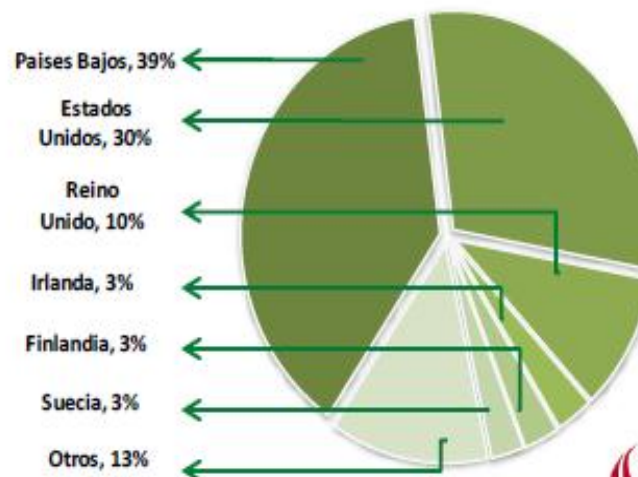
- Estados Unidos, 64%
- Alemania, 8%
- Canada, 4.2%
- Israel, 4.0%
- Australia, 2.9%
- Ecuador, 2.9%
- Japon, 2.8%
- Nueva Zelandia, 2.4%
- Suecia, 1.8%
- Resto, 7.4%



# Cítricos frescos



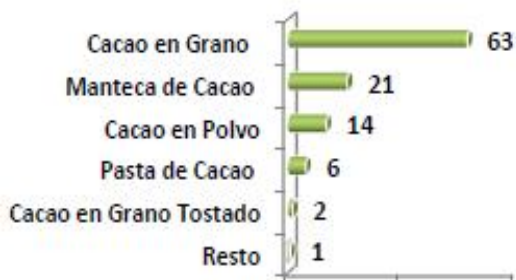
## Principales:



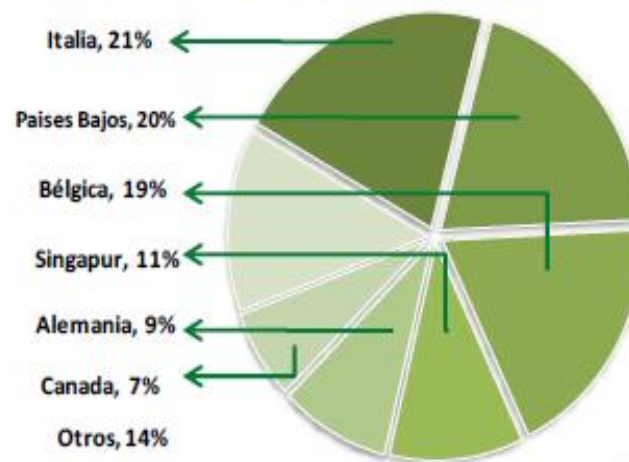
# Cacao y derivados



Principales:



Valor FOB Millones US\$



# Tendencia del sector Agroexportador

En los años 90's



Inicios del 2000



Potencial 2012

Mangos



Cítricos



Uvas



Paltas



Alcachofas



Espárragos



Pimientos



Páprika



Leguminosas



Frutas y Hortalizas Frescas



Frutas y Hortalizas Procesadas



Productos Étnicos y Gourmet



Productos Orgánicos



# Tendencias del consumidor internacional

## Que es lo que buscan...

### Seguridad Alimentaria

- "0" residuos de agroquímicos
- Trazabilidad
- Calidad (Certificaciones)

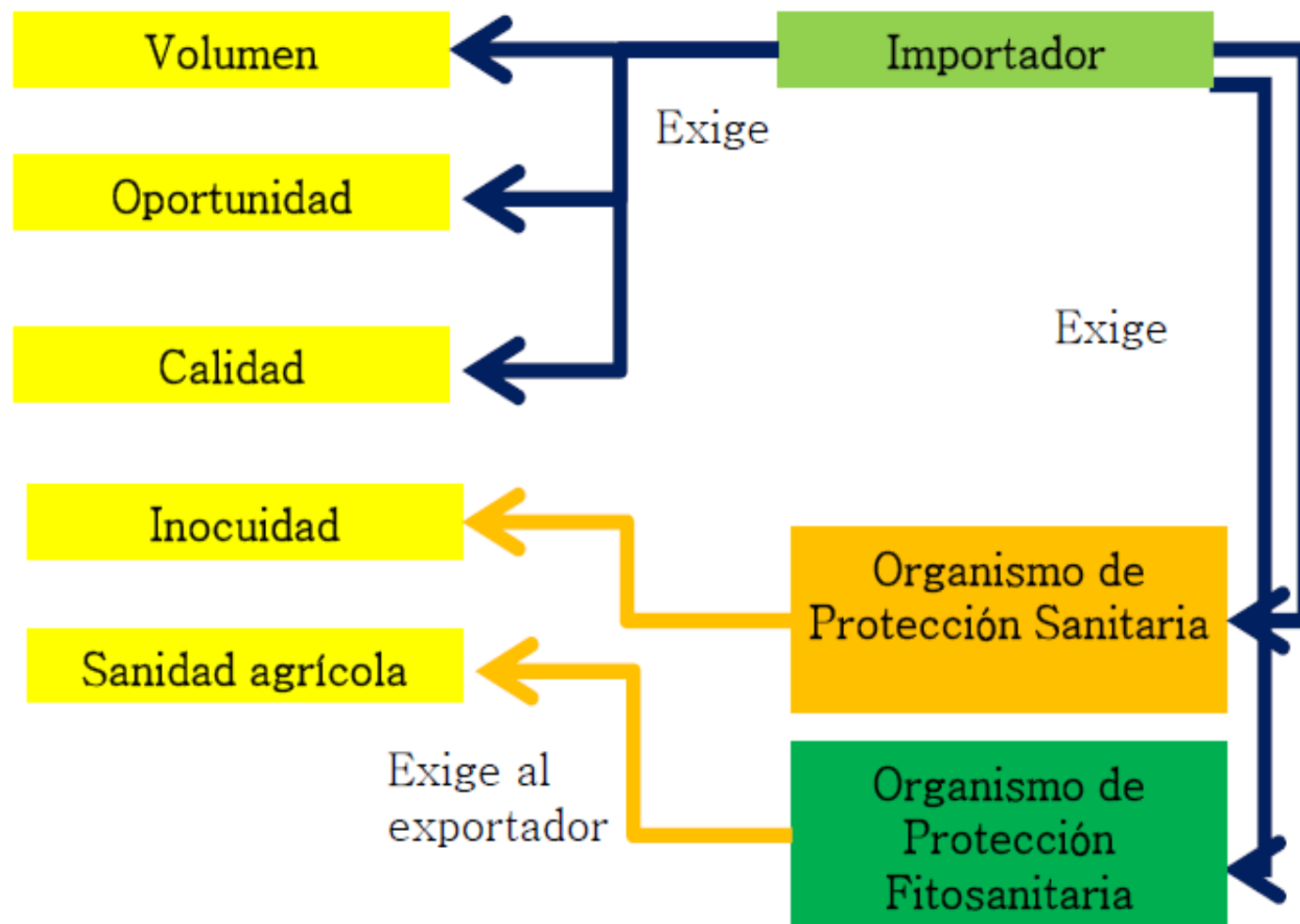
### Sostenibilidad

- Sostenibilidad Medioambiental (Certificaciones)
- Responsabilidad Social (Comercio Justo)
- Eco-etiquetado (Orgánico)

### Valor Agregado

- Conveniencia
- Origen
- Frescura
- Innovación

# Exigencias que debe tomar en cuenta el exportador de frutas



## ¿ Cuáles son los grandes desafíos de los Agronegocios?

- *TIERRA: Valles, eriazos, laderas, recuperación de tierras degradadas*
- *AGUA : Trasvases, acuíferos, infiltración, reservorios, riego tecnificado*
- *LABORAL: Remuneraciones crecientes, condiciones laborales, eficiencia*
- *MERCADOS: Diversificación, “listo para consumir”, precios decrecientes*
- *GESTIÓN: Costos, rendimientos, calidad, RRHH, comercialización, financiamiento*
- *INFRAESTRUCTURA: Carreteras, puertos, ferrovías, energía, logística*



- ✓ *Tierra saneada con agua suficiente y de calidad.*
- ✓ *Empresas con sólida curva de experiencia.*
- ✓ *Adecuado comportamiento crediticio.*
- ✓ *Sana estructura financiera.*
- ✓ *Plazos de operaciones suficientes con periodos de gracia necesarios.*
- ✓ *Calzar los momentos de pago durante el año con los de generación de caja.*
- ✓ *Disponibilidad de energía y acceso de mano de obra.*

# **AGENDA INTERNA PENDIENTE**

# REFORMAS MICRO

- LAS REFORMAS MACRO ORDENAN EL PAIS
- LAS REFORMAS MICROS IMPULSAN EL DESARROLLO DEL PAIS

# ADAPTACIÓN AL CAMBIO.

- ALIANZAS ESTRATÉGICAS, JOINT VENTURE PARA COLOCAR PRODUCTOS EN TERCEROS MERCADOS CUMPLIENDO CON LAS NORMAS DE ORIGEN Y ESTABLECER ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS CON EMPRESAS DEL AREA PARA ESTABLECER PLATAFORMA O CENTROS DE NEGOCIOS EN FORMA CONJUNTA. DENTRO DEL NUEVO ORDENAMIENTO GLOBAL ACTUAL.

# TEMAS NEGOCIADOS EN EL TLC

- Acceso a mercados
- Proced. aduaneros
- Reglas de origen
- Sanitarios y fitosanit.
- Normas técnicas
- Servicios
- Servicios financieros
- Inversiones
- Telecomunicaciones
- Ingreso temporal de pers.de negocios
- Propiedad intelectual
- Pol. de competencia
- AD y der. compens.
- Salvaguardias
- Comercio electrónico
- Compras públicas
- Laboral
- Ambiental
- Institucional
- Soluc. De Controversias

# SECTORES

- Minería
- Pesquería
- Agro-Agroindustria.
- Textil-Confecciones.
- Metalmecánica
- Siderometalúrgica
- Artesanías , Joyerías y otros.
- Forestal, Muebles, Partes y piezas
- Materiales de Construcción
- Químico
- Servicios

# Acuerdos de Libre Comercio

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



Fuente: SUNAT.

# Ranking productos No Tradicionales

			Valor FOB Millones \$ 2010	Variación (%) 09 - 10
1		Espárragos frescos	291	16%
2		Uvas frescas	180	33%
3		Espárragos preparados	106	-7%
4		Alcachofas	96	29%
5		Mangos frescos	89	28%
6		Paltas frescas	85	25%
7		Páprika	66	-2%
8		Cítricos	56	32%
9		Pimiento piquillo	50	23%
10		Banano Orgánico	49	-4%
11		Pimientos	47	55%
		Resto	1074	16%
		<b>TOTAL</b>	<b>2190</b>	<b>20%</b>



## Frescos



Higos frescos



Granados frescas



Granadillas frescos



Arándanos frescos



Aguaymanto fresco  
(physalis peruviana)

## Orgánicos



Chocolates



Cafés



Quinoa



Espárragos

## Procesados



Jugo de granadas



Procesados  
de arándanos



Procesados de Camu camu



Ariolos de granadas

## Gourmet



Vinagretas



Cafés especiales



Tapenades



Salsas

## Productos bandera del Perú.



Enero a junio 2011.

### Espárragos.

Primer exportador en el mundo en el 2007 y compite siempre con China.

#### **Espárragos frescos:**

102 millones 92,930 dólares (4% +),

#### **Espárragos preparados:**

68 millones 333,068 dólares (23%-)

#### **Espárrago congelado:**

15 millones 648,936 dólares (21% +).



# Productos bandera del Perú.



Enero a junio 2011.

## Gastronomía peruana.

Presencia en diversos países como Chile, Centroamérica, España, Estados Unidos, Rusia, etc.



## Maca.

Se exporta principalmente EEUU y a Japón, con elevado potencial de desarrollo en los países asiáticos.

Se exporto 3 millones 632,086 dólares (30% +).



## Productos bandera del Perú.



Enero a junio 2011.

### Pisco.

Se exporta principalmente a  
EEUU, Chile y Francia.

Se exporto 1 millón 728,049  
dólares (104% +).



## Productos bandera del Perú.



Enero a junio 2011.

### Algodón.

(Pima y Tangüis), se exporta a EEUU, Venezuela, entre otros.

629 millones 589,937 dólares (24% +).



### Lúcuma.

Se exporta a principalmente a EEUU y a Chile.

478,912 dólares (50% +).



## Otros productos en estudio.



### Camu camu



Japón, EEUU,  
Canadá, Australia...  
570,000 US\$ 2010

### Quinua



Suiza, N.Z  
EEUU, China  
Chile, Italia...  
13,1 millones US\$  
2010

### Kiwicha



Australia, Japón,  
Alemania, Chile...  
1,8 millones US\$ 2010



### Cañihua

EEUU...

## Otros productos en estudio.



### Alcachofa



EEUU, España, Francia,  
Alemania...  
96,1 millones US\$ 2010

### Maíz morado



EEUU, Japón, España, Bolivia...  
1.68 millones US\$ 2009

### Tara



China, Brasil, Italia,  
Argentina, Uruguay...  
4,7 millones US\$  
abril 2011



## Otros productos en estudio.



### Chirimoya



Canadá, EEUU, Bolivia,  
España...  
US\$ 178,400 2010

### Paprika



EEUU, España, México,  
Holanda...  
88.04 millones US\$ 2010

### Pimiento piquillo



España, EEUU, Alemania,  
Francia...  
US\$ 17,9 millones,  
Enero - abril 2011

## Otros productos potenciales.



### King kong



Suecia, Puerto Rico...

### Chocotejas



EEUU...

### Turrón



EEUU...

## Otros productos potenciales.



### Algas



Frescas, refrigeradas,  
congeladas o secas

## Desarrollo alternativo.

Valor comercializado por las empresas promovidas por el desarrollo alternativo (US\$)			
Productos	2000	2010	Var. %
Café en grano	19,828,845	56,421,719	185
Aceite crudo de palma	785,612	19,921,271	2,436
Cacao en grano	25,650	17,994,522	70,054
Manteca de cacao	0	2,741,772	-
Pasta de cacao, sin desgrasar	0	812,489	-
Palmitos de pijuayo	155,313	777,266	400
Pasta de cacao, desgrasada o parcial	23,451	672,840	2,769
Aceite de palmiste	0	487,299	-
Chocolates en bloques, sin rellenar	0	395,270	-
Almendra de palmiste	0	314,594	-
Cocoa	0	302,654	-
Cáscara, cascarilla de cacao	0	25,022	-
<b>Total</b>	<b>20,818,871</b>	<b>100,866,720</b>	<b>384</b>

## Otros productos potenciales.



### Snacks



Banano, camote, yuca...

### Miel de uvas



### Resina de sangre de grado



### Suplemento alimenticio



### Aceite de sacha inchi



### Maca gelatinizada



# Oportunidades en principales plazas mundiales

# OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS CON BRASIL. ACE 58

- Aceitunas en conserva
- Conserva de Pescado
- Confecciones.
- Joyería de plata.
- Productos Gourmet
- Productos Orgánicos.
- Quinoa, kiwicha, ajónjoli.
- Sacha Inchi.

# Oportunidades de Exportación

- **Materiales de construcción.**
- **Trucha orgánica.**
- **Hierbas aromáticas Orgánicas.**
- **Cebolla, Ajos, Orégano.**

- Gran oportunidad para las Confecciones peruanas Ya se están exportando mas de US\$ 100 Millones de dólares. En 5 Años se pasaran los US\$ 500 Millones de dólares.
- Se realizara Perú Moda en el 2013.-
- Aprovechar Mundial y Olimpiadas. Años 2014 y 2016 para realizar una exposición de Perú Moda y Expo alimentaria en Brasil Vitrina al Mundo.



# BRASIL UN PAIS MUY PROTECCIONISTA

YA TENEMOS EL 95% DE NUESTRAS PARTIDAS ARANCELARIAS CON 0 ARANCEL.

TRABAS PARA INGRESAR LOS PRODUCTOS.

MEDIDAS PARA ARANCELARIAS. PIDEN

DOCUMENTACION Y REQUISITOS QUE IMPIDEN LA ENTRADA DE PRODUCTOS PERUANOS.

HAY ESTADOS QUE INCLUSO PIDEN 30% DE

IMPUESTOS ESPECIFICOS. TENEMOS QUE LLEGAR ACUERDOS MAS PROFUNDOS .

# CANADÁ

## Oportunidades de exportación

- Mandarinas
- T'shirts de algodón
- Mangos
- Paltas
- Espárrago en conserva.
- Productos Gourmet.
- Joyería , artesanía, Cerámicas.

# TAILANDIA

## Oportunidades de exportación

- **ALIMENTOS**
  - Uvas
  - Cacao
  - Cebolla
  - Ajos
  - Miel de Abeja
  - Pasta de tomate
  - Maca, tara
  - Pescados congelados
  - Pulpa de papa
  - Harina de papa
- **QUÍMICOS**
  - Colorantes Naturales
  - Preparaciones para limpieza de piel

# SINGAPUR

## Oportunitades de exportaciòn

- Pota preparada congelada
- Uvas frescas
- Conservas de jurel
- T'shirts de algodón .

- **ALIMENTOS**
- • Uvas
- • Mandarinas
- • Mango
- • Café
- • Alcachofa
- • Cebolla
- • Galletas
- • Aceites Vegetales
- • Pescados congelados
- • Pescados en conserva
- • Peces ornamentales
- **CONFECCIONES**
- • Prendas de Algodón
- T'shirts, camisas, blusas,
- • Abrigos y Prendas de alpaca

# MÉXICO

## Oportunidades de exportación

- Maderas aserradas – tropicales
- Maderas aserradas de virola
- Páprika
- Triplay
- Camisas de Punto de Algodón
- Joyeria
- Productos gourmet

- **ALIMENTOS**
- • Páprika
- • Uvas Frescas
- • Mango
- • Orégano, Ajo
- • Harina de Marigold
- • Espárragos frescos
- • Alcachofas en conserva
- • Filetes de pescado
- Congelado
- • Pota congelada
- • Conchas de abanico
- • Jurel en conserva

- **ARTESANÍAS**
  - Bisuterías
  - Artículos de cerámica
  - Artículos de madera
- **TEXTIL Y CONFECCIONES**
  - T'shirts y camisetas interiores
  - Pantalones para niños y niñas
  - Camisas para hombres y niñas
  - Blusas para mujeres y niñas
  - Prendas para bebé
  - Abrigos
  - Pijamas



# UNIÓN EUROPEA

## Oportunidades de Exportación

- ALIMENTOS
  - Espárragos frescos
  - Espárragos preparados
  - Paltas
  - Uvas frescas
  - Aceitunas preparadas
  - Frutos del género capsicum
- Fuente: POM UE
  - Colas de langostino
  - Filete de pescado congelado
  - Truchas congeladas
  - Conservas de pescado
  - Pota congelada
  - Conchas de abanico

## TEXTIL Y CONFECCIONES

- Suéteres de lana o pelo fino
- Camisas de punto para hombres y niño en algodón
- T'shirts y camisetas de tejido de punto
- Ropa para bebés
- Prendas de vestir en algodón

## OTROS

- Artesanías: Artículos de Cerámica
- Maderas: Tablillas para parqués

# EFTA

## oportunidades de exportación

- Plata Aleada
- Espárrago Fresco
- Camisas de Algodón
- Pelo fino cardado de Alpaca .

- Camisas de Algodón. Prendas confecciones .  
Alpaca.  
Productos Orgánicos.  
Productos Gourmet  
Decoración.

# CHINA

## Oportunidades de exportación

- Pota preparada congelada
- Tablillas de madera para pisos
- Tops de Pelo de Alpaca
- Pota congelada
- Madera Aserrada

- **AGROINDUSTRIA** • Frutas Frescas:

- Uva, mango, cítricos, palta
- • Fresas. Arándanos. Cerezas.
- • Café especiales
- • Frutas congeladas y
- deshidratadas:
- Mango, piña, papaya
- • Aceite de oliva
  
- • Ingredientes para la industria
- de alimentos:
- colorantes, goma de tara
- • Productos naturales y
- Suplementos alimenticios:
- Maca, kiwicha, quinua

## PESQUERO

- Pota Congelada
- Pulpo congelado
- Calamar congelado
- Conserva de Pescado • Alimento balanceado para acuicultura. CAMARONES. Planta NICOVITA.
- Filete congelado de pescado
- (caballa, merluza,)

## TEXTILES

- Tops de Alpaca
- Hilados finos de alpaca
- Hilados de algodón
- Accesorios finos de alpaca
- Polos de algodón en tejido de punto de alta calidad
- Fibras acrílicas