

**LA ALIANZA DEL PACIFICO
OPORTUNIDADES
COMERCIALES.**

El mundo Actual

- El 75% del Crecimiento Mundial se da por el impulso que han tomado las Economías Emergentes , que crecen a tasas del 5% al 6%. Mientras que los Países desarrollados crecen a menos del 2% . EEUU, la Zona Euro en Recesión y Japón que hace 16 años no sale del estancamiento. La Crisis Mundial empieza en el año 2008 en los Estados Unidos . Y Continua. NO HAY BRUJULA.

La Zona Euro

- España incluso este año 2013 el desempleo pasará del 27% de la PEA, y existe un desempleo de mas del 50% de la juventud. A los Paises Periféricos:
- Les exigen mas Austeridad, Más Ajustes, Menos Sueldos, las jubilaciones a los 67 años, suben el Iva. Como van a crecer estos Países si no Hay consumo, no hay inversión e incluso su economía la dirige la UE. El FMI y El Banco Mundial.

- Hasta el momento ,año 2013 no encuentran la Ruta del Crecimiento. Por el contrario la Zona Euro se encuentra en Recesión e incluso Alemania el Motor del Crecimiento en la Unión Europea solamente ha crecido al 0.4% en el 2012 cuando se pensaba que lo haría al 1%. La Zona Periférica, España, Grecia, Portugal, España y ahora Francia no encuentran soluciones.

LOS BANCOS EN SITUACIÓN CRITICA

- El sistema Financiero de los Países Europeos no están consolidados, les están prestando dinero pero no Circula a las Empresas, ni a las personas por lo tanto la Economía se encuentra estancada. Se habla de Generaciones perdidas. E incluso ya existen estudios donde se manifiesta que en el año 2022 España tendrá casi 20 Millones de Pobres.40% de la Población.

DIVERSIFICAR LOS MERCADOS

- SE MOLDEA UN NUEVO ORDENAMIENTO MUNDIAL.
- LOS PAISES EMERGENTES LIDERARARAN EL CRECIMIENTO MUNDIAL.
- LA ALIANZA DEL PACIFICO ENTRA A JUGAR EL PARTIDO CON UNA NUEVA ESTRATEGIA. FUNDAMENTAL.

TENDENCIA MUNDIAL



- EL MUNDO CAMBIO . HAY QUE TENER UNA VISIÓN GLOBAL DE LOS NEGOCIOS Y ES POR ELLO QUE NOS ENCONTRAMOS EN LA NECESIDAD DE LA INSERCIÓN INTERNACIONAL PARA AFRONTAR LOS RETOS EMPRESARIALES CON UN ENFOQUE AMPLIO Y CON CONOCIMIENTO DE LAS NUEVAS TENDENCIAS QUE SE ESTÁN DANDO CON LA CRISIS EN LOS ESTADOS UNIDOS, UNIÓN EUROPEA Y JAPÓN .
- DECADA PERDIDA PAISES DESARROLLADOS
- DECADA DE AMERICA LATINA.
- LOS NUEVOS CENTROS DE CONSUMO CIUDADES CON FUERTE POBLACIÓN DE CLASE MEDIA.
- HOY NACEN NUEVAS POTENCIAS EMERGENTES QUE SE CONVERTIRÁN EN GRANDES CONSUMIDORES .

ESTADOS UNIDOS

- **CRISIS SUBPRIME. 2007-2008, SE DEJAN DE PAGAR LAS HIPOTECAS.** Los precios de los departamentos y casas bajan. Los créditos hipotecarios más caros que los precios de las casas.
- **Se crean productos derivados.** Universidad de Harvard y Stanford. Activos tóxicos por \$ 600,000 millones de dólares. Libros de contabilidad Múltiples- como se va conocer realmente las Pérdidas de los bancos. Mientras no se sinceren las cifras la crisis sequirá.

- Desempleo.
- 50 millones de personas pobres. 46 millones de personas sin seguro. Deuda estatal del 100% del PIB . 14 Billones de dólares.
- Tope de la Deuda y Deficit Fiscal Complica el Escenario Económico Mundial.
- Complicadas Negociaciones entre los Demócratas y Republicanos. Marzo del 2013 tienen que llegar al Acuerdo. Reducción de gastos y aumento de ingresos-Impuestos-.

UNIÓN EUROPEA.

- Varias velocidades, por un lado Alemania , Austria, Holanda, Dinamarca, .los Países Nórdicos , Suecia, Noruega, Finlandia .Los Países De Este.
- Periferia. Crisis en Grecia. España e Italia, Portugal.

Alto Endeudamiento y déficits Fiscales.

PAÍSES EMERGENTES

- EL BRIC Y LOS Países Emergentes sos que tendrán relevancia en el nuevo contexto Mundial.
- Asia será el motor de la Economía Mundial, China - India ya toma fuerza este dúo que cada día tienen relaciones comerciales más fluidas , el año 2015 el intercambio Comercial llegara a los US\$ 100,000 Millones.
- Corea del Sur y Países del ASEAN – Sud Este Asiático.
- ENTRÓ EN VIGOR EL 1 DE ENERO DEL 2010 EL TLC CHINA – ASEAN .
- LA ALIANZA DEL PACIFICO. PERÚ, COLOMBIA, MÉXICO Y CHILE.
- EL MIST :MÉXICO, INDONESIA, COREADEL SUR ,Y TURQUIA.

- Tendencias que se están dando en el nuevo escenario de las Relaciones Comerciales.
- China y Taiwan firmarán TLC Histórico. Inversión de pymes taiwanesas en China por US \$ 120,000 MILLONES DE DÓLARES.
- PERU crece a tasas mayores. Según el último informe sobre Perspectivas Económicas Mundial el Perú en el año 2012 -2013 se encuentra en el puesto 21 en Crecimiento Mundial, Chile en el 35 y Colombia en el 36. Latinoamérica sorteó bien la crisis Internacional y nos encontramos en muy buena posición para afrontar retos del futuro.

El mundo cambió, estamos dentro de un nuevo ordenamiento económico comercial, el nuevo referente está asociado al apogeo de los BRIC o BRIICS, si a Brasil, Rusia, India y China se suman Indonesia y Sudáfrica- e incluye a Singapur, los Emiratos Árabes Unidos, Corea del Sur, Malasia y Arabia Saudita, entre otros. Una Asociación cuyo intercambio creció 18% al año desde 2000 a 2008 para alcanzar US\$ 2,8 billones.

LA ALIANZA DEL PACIFICO

- Ante el Actual entorno de Bajo Crecimiento de los Paises Desarrollados se busca una mayor Integracion con Socios Estrategicos para potenciar el crecimiento de la economia como es el caso de LA ALIANZA DEL PACIFICO, Los Paises de la Iniciativa requieren el dinamismo de los otros Mercados para expandir aun mas su produccion y comercio

- Son Crecientes los Procesos de Regionalizacion a Nivel Mundial para enfrentar la Competencia Global.
- Sin embargo el nivel de Integracion Regional en America Latina es bajo, como se refleja en la proporcion del comercio Intraregional que alcanza solo el 20% en comparacion con otras Regiones como Europa con el 75% y al 50% registrado en Asia y America del Norte.

EL ACUERDO MARCO Y EL TRATADO CONSTITUTIVO

- Permitira firmar otros instrumentos que incrementaran los flujos del Comercio e inversiones entre los cuatro paises, creando sinergias entre los Tratados de Libre Comercio vigentes entre los 4 paises. Encadenamientos Productivos.
- Se generara Economia de Escala y se tornen las empresas mas competitivas al reducir costos de operación y elevar la productividad .

Puntos relevantes de la Alianza del Pacifico

- 1) Profundizar la exploración de Nuevas Regiones para la instalación de REPRESENTACIONES de PROMOCION en particular en Asia mediante el trabajo conjunto que puede desarrollar las Agencias
- Proexport, Promperu, Proinversion, Prochile Promexico.

- 2) Implementar este año 2013 los resultados que se obtengan del Grupo de Comercio e Integración en materia de la Liberalización Arancelaria y Reglas de Origen.
- 3) Acuerdo de Cooperación Aduanera.
- 4) Promover acuerdo de Reconocimiento Mutuo en Servicios de Ingeniería, Arquitectura, Ciencias de la Salud.

- 5) Se llega a un acuerdo de suma importancia cual es mejorar la competitividad de las Pymes e implementar el trabajo el primer trimestre del 2013.
- 6) La Alianza del Pacífico se ubica en el Noveno Lugar entre las Economías más importantes del Mundo y la 8va potencia en Exportación a Nivel Mundial.

EXPORTACIONES DE LOS 4 PAISES MIEMBROS

- 2011 . Las Exportaciones fueron de US\$ 533,000 Millones, superan en 33% a aquellas que realizaron los Miembros de los Países integrantes del Efta en Europa.
- Y en 50% a las del Mercosur.
- CONSTITUYE EL QUINTO MERCADO MAS GRANDE A NIVEL MUNDIAL.
- LAS EXPORTACIONES SON LAS SEPTIMAS .

INVERSIONES

- FUE EL 6TO DESTINO MAS ATRACTIVO EN CAPTACION DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA.IED.Y EL SEGUNDO DE MAYOR CRECIMIENTO.
- LA IED RECIBIDA POR SUS PAISES MIEMBROS PROVIENE PRINCIPALMENTE DE ESPAÑA, ESTADOS UNIDOS , CANADA EL REINO UNIDO, Y CHINA.

- APERTURA COMERCIAL.
- INSERCION AL MUNDO.
- LAS ALIANZAS ESTRATEGICAS SON DE SUMA IMPORTANCIA EN UN MUNDO VOLATIL Y CAMBIANTE.
- ESA ES LA IMPORTANCIA DE LA ALIANZA DEL PACIFICO. SUMAR Y NO RESTAR. BUSQUEDA DE TERCEROS MERCADOS.CONJUNTAMENTE.

- Estudio de Mercado fundamental.
- Preferencias Arancelarias.
- Certificaciones.
- Asistencia a Ferias y Realizar Misiones Comerciales Conjuntas.

ESTABLECER VITRINAS COMERCIALES .

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

PERU LIDER EN AMERICA LATINA

- ES EL PAIS QUE MAS CRECE DESDE HACE UNA DECADA. FUERTE DEMANDA INTERNA-CONSUMO E INVERSION. DIVERSIFICAR MERCADOS. FORMACION DE CAPITAL HUMANO.
- AÑO 2015 EXPORTABAMOS US\$ 17,500 MILLONES. AÑO 2012 US\$ 45,000 MILLONES. EXPORTACIONES NO TRADICIONALES US\$ 11,000 .

GESTION FEBRERO 2013

- PERU CRECE MAS EN PRODUCCION POR PARIDAD DE COMPRA QUE CHILE Y OCUPA EL QUINTO LUGAR EN AMERICA LATINA.
- DESDE AÑO 1998 PERU GANA EN CRECIMIENTO A CHILE .

GESTION FEBRERO 2013

- PERU SERA EL 4TO PAIS A NIVEL MUNDIAL EN CRECIMIENTO DURANTE LOS AÑOS 2013-2017- CHILE 8VO, COLOMBIA 12VO Y MEXICO OCUPA PUESTO 16 DELANTE DE BRASIL.
- POR LO TANTO LA ALIANZA DEL PACIFICO SE CONSOLIDARA COMO UN BLOQUE DE DE GRANDES OPORTUNIDADES. EXPORTACIONES . IED.

NO A LA AUTOCOMPLASENCIA

- FALTAN LAS REFORMAS MICROECONOMICAS.
- ESTAMOS BIEN EN LA MACROECONOMIA. ORDEN EN LA ECONOMIA.
- NOS FALTA: REFORMAS DEL ESTADO FLEXIBILIDAD LABORAL.
- EDUCACION, SALUD, CIENCIA, TECNOLOGIA , INNOVACION.

- INFRAESTRUCTURA, CARRETERAS, FERROCARRILES, MAS Y MEJORES PUERTOS. LOGISTICA PORTUARIA.
- EMPRENDIMIENTO, INFORMACION.
- APOYO A LAS PYMES, MAYOR DESCENTRALIZACION. GASTO: PROYECTOS
- LO MACRO ORDENA LO MICRO IMPULSA AL DESARROLLO.

PERU :PRODUCTO BRUTO INTERNO.

- AÑO 2,000. US\$ 50,000.MILLONES
- AÑO 2,010. US\$ 153,000. MILLONES.
- AÑO 2012. US\$ 200,000. MILLONES
- AÑO 2022. US\$ 450,000.MILLONES

LA CLASE MEDIA DEL PERU

- IMPULSA EL CRECIMIENTO. FUERTE CONSUMO. SU PROPIO ESFUERZO.
- EL 50% DE LA POBLACION MENOS DE 25 AÑOS.
- EL 70% DE LA MUJER PERUANA TRABAJA. EJEMPLO GAMARRA.

China

**Oportunidades
Comerciales en
China**

CHILE

EXPORTACIONES:MERCADO

- En el año 2012 a Noviembre hubo un declive en las Exportaciones Chilenas a China , sumo US\$ 16,231 Millones ´pero fue el principal Mercado Mercado de los Embarque Chilenos.
- Duplica a las Exportaciones realizadas a los Estados Unidos US\$ 8,541 Millones, ascenso del 2.8%, Tercer Mercado fue Japon bajando 4.5% hasta los US\$7,778 Millones.

- A La UNION EUROPEA con Italia bajo 25% a US\$ 1,871 Millones, Alemania se incremento 16% hasta los us\$ 862, a España disminucion a Noviembre 2012 ha sido de 3.3% a US\$ 1,457 Millones.

PERU EXPORTACIONES A CHINA

- LAS Exportaciones a China se han ido incrementando año a año, por lo que el año 2012 ocupó el primer lugar de las Exportaciones Peruanas.
- Es preciso mencionar que entre los productos que gozaran un acceso preferencial al mercado chino figura una amplia gama de productos agrícolas y pesqueros como Uvas, espárragos, Cítricos

- Pimientos, Tomate, Cacao, Frutos secos, Frejoles, Alcachofas, Ajos, Cebollas,
- Paltas, Fresas.
- Pota, Pescado Congelado, Langostino,
- El año 2015 ingresaran a la China con Preferencia 0 las Paltas, Uvas, Quesos, Mangos, el 2018 los Citricos Arancel 0.

Diagnóstico de las exportaciones peruanas en Asia 2010 GRAFICOS

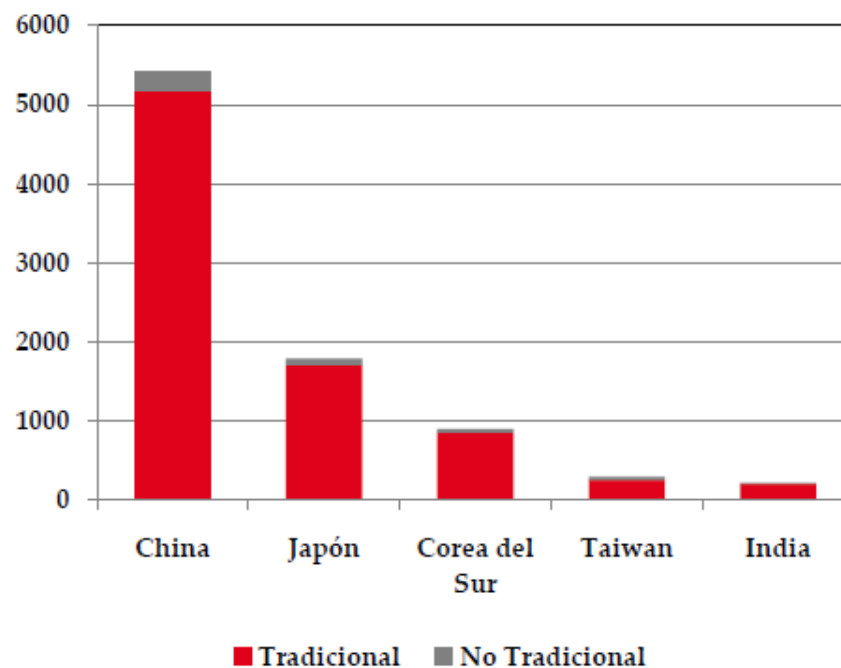
total

- US\$ 9,093 millones
- 26% de participación en el total
- 32% de crecimiento
- 5 mercados representan el 95%

no tradicional

- US\$ 589 millones
- 8% de participación en el total
- 58% de crecimiento
- 5 mercados representan el 76%

Principales Mercados en Asia
(Millones de dólares)



China: Principales productos no tradicionales

GRAFICOS

Agroindustria

- Tara en polvo (US\$ 10 mills / 88%)
- Uva fresca (US\$ 8 mills / 23%)
- Grasa animal (US\$ 0.4 mills / 517%)
- Maíz blanco gigante (US\$ 0.3 mills / -10%)
- Paprika (US\$ 0.2 mills / 118%)

Pesquería

- Pota preparada (US\$ 55 mills / 77%)
- Pota congelada (US\$ 16 mills / 45%)
- Algas secas (US\$ 14 mills / 81%)
- Filete de anguila cong. (US\$ 1 mills / -50%)
- Huevera de pescado (US\$ 1 mills / -13%)

Otros

- Frisos para parque (US\$ 61 mills / 20%)
- Politereftalato de etileno (US\$ 20 mills / 61%)
- Pelo fino de alpaca (US\$ 19 mills / 55%)
- Madera aserrada (US\$ 15 mills / -13%)
- Lacas colorantes (US\$ 7 mills / 480%)

Otros

- Acido ortobórico (US\$ 5 mills / -20%)
- Selenio comercial (US\$ 2 mills / 75%)
- Carmín de cochinilla (US\$ 1 mills / 177%)
- Productos curtientes (US\$ 1 mills / 77%)
- Óxido de zinc (US\$ 1 mills / 37%)

Perfil del Mercado China

Perfil del Consumidor – China

Sector Alimentos

- ☒ En promedio el 39% de sus ingresos lo gastan en alimentos.
- ☒ Existe mayor aceptación a cenar fuera y a la comida rápida.
- ☒ Chinos han incrementado viajes hacia el exterior y han adquirido nuevas preferencias por otros tipos de comidas.
- ☒ El crecimiento económico y mejores ingresos de los consumidores han generado una mayor demanda por productos alimenticios y de mejor calidad.
- ☒ Gran futuro para alimentos orgánicos, frescos y naturales.
- ☒ Consumen en promedio 34 k de fruta al año.
- ☒ Ventas de frutas y vegetales en los canales minoristas registran mayor participación y mayores crecimientos.



Oportunidades Comerciales

China: Oportunidades para productos agrícolas

Protocolo Sanitario

☐ Los productos que ya tienen protocolo sanitario y poseen posibilidades de crecimiento y consolidación en China son:

☐ Mango

☐ Uva Red Globe

☐ Cítricos (mandarinas, limón y tangelos)

Oportunidades

☐ Páprika

☐ Café

☐ Maíz gigante

☐ Productos naturales (imitación a japoneses. Maca, kiwicha, quinua)

☐ Palta, Espárragos y aceitunas

☐ Frutas deshidratadas y congeladas (mango, piña, papaya)

China: Oportunidades para productos agrícolas

Uvas

- ☐ Cosecha peruana en contra estación.
- ☐ China: Agosto – Octubre
- ☐ Perú: Noviembre - Febrero
- ☐ Ventana comercial importante: Año Nuevo Chino.
- ☐ Preferencia por uva red globe, color rosado
- ☐ Arancel China:
- ☐☐ cero en 2015.



China: Oportunidades para productos agrícolas

Mangos en Carrefour - Shanghai

Mangos

- ☐ Cosecha peruana en contra estación.
 - ☐ China: mayo – setiembre
 - ☐ Perú: diciembre – marzo
 - ☐ Alto consumo durante Año Nuevo Chino.
 - ☐ Consumidor chino prefiere variedad Kent.
 - ☐ Calibres grandes tienen mejores precios
 - ☐ Arancel China:

 - ☐ TLC Perú China: 12%. Se reducirá 3% anual hasta llegar a cero en 2015.
- Fuente: World Trade Atlas



China: Oportunidades para productos agrícolas GRAFICOS



Mandarinas

Producción peruana en contra-estación:

- China: Octubre a marzo
- Perú: Febrero - Noviembre.
- Variedad Murkott es la más demandada.
- Preferencia del consumidor: dulce, fácil de pelar, poca fibra, sin pepa, jugosa, color anaranjado, consistencia firme y acabado brillante(waxed)
- 60% del consumo de mandarina se realiza en el norte de China.
- Proveedores: USA (76%), Tailandia (22%).
- Arancel China
 - NMF: 12%.
 - TLC Perú – China: desgravación en 8 años a partir de 2010.



Naranjas

Producción peruana en contra-estación:

- China: Setiembre - Noviembre
- Perú: Mayo – Setiembre
- Variedades preferidas: Navel, Navel Lane Late, Valencia Late
- Proveedores: EE.UU (89%), Sudáfrica (8%)
- China importó US\$ 48 millones en 2009.
- Arancel China
 - NMF: 11%
 - TLC Perú – China: desgravación en 8 años, a partir del 2010.

China: Oportunidades para productos agrícolas

Mediano / Largo Plazo



Espárrago

- Perú puede abastecer en contra – estación:
- China: abril - noviembre
 - Perú: todo el año.
 - Principal demanda:
 - Consumidor del segmento medio – alto
 - Hoteles de las principales ciudades: Beijing, Shanghai y Guangzhou.
 - Importante productor de espárragos. Gran parte destinada a la exportación de espárragos en conserva.
 - Importaciones son mínimas pero se espera que se incrementen por las propiedades nutritivas
 - Arancel China:
 - Arancel NMF 13%
 - TLC Perú - China: 0%



Paltas

- La palta aún no forma parte de la dieta del consumidor chino. Desconocimiento del producto.
- Variedad Hass es la más comercializada.
- Principal demanda:
 - Residentes extranjeros y de altos ingresos.
 - Hoteles de las cadenas internacionales
- Arancel China:
 - Arancel NMF 25%
 - TLC Perú - China: Desgravación será en cinco años.

China: Oportunidades en Sectores

Oportunidades

- ☐ Piso de madera.
- ☐ Frisos de madera para parquet
- ☐ Madera aserrada.
- ☐ Hilado y fibras de algodón y alpaca.
- ☐ Confecciones de alto valor agregado.
- ☐ Lacas colorantes
- ☐ Acido ortobórico
- ☐ Discos de zinc
- ☐ Tiras de plástico
- ☐ Alambre de cobre.
- ☐ Fungicidas

Estrategia en los Mercados Asiáticos

AGENTES INTERMEDIARIOS

- Facilitadores de negocios
- Identificación de proveedores
- Agentes de compra en Mercados Mayoristas
- Auditoria de Fábricas
- Inspección de Mercadería previa al embarque
- Coordinación de Pre-embarque
- Consolidación de mercadería

LA IMPORTANCIA DE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO: ASIA

- JAPON.
- COREA DEL SUR.
- TAILANDIA.
- SINGAPUR.
- INDONESIA.
- TURQUIA.
- MALASIA
- VIETNAM.

LOS PAISES ARABES

- DEBEMOS ESTABLECER UNA ESTRATEGIA CONJUNTA PARA REALIZAR TRABAJOS DE PROSPECCION DE MERCADOS EN FORMA CONJUNTA.
- ASISTIR A FERIAS Y REALIZAR MISIONES COMERCIALES.
- LAS AGENCIAS DE PROMOCION COMERCIAL .OFICINA COMERCIAL CONJUNTA.

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.

CHILE FIRMARA TLCS

- Chile espera el año 2013 negociar un TLC con Indonesia, y concluir Asociación Transpacífica.
- Inclusive piensan ampliar un régimen Preferencial a 3,000 Productos desde los 300 actuales con la India.
- Asimismo LA AGENDA 2013 consolidara la apertura comercial de Chile hacia el ASIA PACIFICO.

- Espera Firmar el Tratado de Libre Comercio con Tailandia-marzo 2013-.
- Tlc con Vietnam. Aprobado por el Congreso en Marzo del 2012, que entre en Vigor este año 2013.
- Asimismo Chile tiene avanzada la profundización del TLC firmado con Turquía EL AÑO 2011 Para desarrollar la clausula evolutiva de Servicios e Inversiones.

Chile-China

- El Intercambio comercial con China ascendió a US\$ 32,000 Millones. 2012.
- Represento el 21% del Comercio de Chile en 4 años del Tlc firmado con laC hina las Ventas aumentaron 121% mientras las compras en 78%.
- El 815 es Cobre, segundo la Celulosa y papel. Alimento y Frutas representaron el 4% Arandanos, Cerezas.

- LAS EXPORTACIONES CHILENAS DE COBRE EN EL AÑO 2012 FUE DE US\$ 42,000 MILLONES.

EL ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN EUROPEA

TLC PERU UE NUEVAS OPORTUNIDADES Y LAS ALIANZAS ESTRATEGICAS .

- Confiamos en que este Tratado será aprovechado por las empresas peruanas mucho más que Sistema generalizado de Preferencias- SGP- con la UE, que escasamente benefició a empresas en menos del 10% de la cobertura de productos que podrían ingresar libre de aranceles. A diferencia del SGP, el TLC involucra mucho más que un acceso Preferencial con Arancel 0

ACTURA CONJUNTAMENTE: LA ALIANZA DEL PACIFICO.

- COMERCIO JUSTO. RESPONSABILIDAD SOCIAL. MEDIO AMBIENTE, REQUISITOS PARA INGRESAR PRODUCTOS, CERTIFICACIONES, SELLOS FAIR TRADE. PRODUCTOS ORGANICOS GRAN MERCADO. APROVECHAR LA POTENCIALIDAD PERUANA Y EN FORMA CONJUNTA CON LOS PAISES MIEMBROS DE LA ALIANZA DEL PACIFICO.COLOMBIA. CHILE. MEXICO. FERIAS Y MISIONES CONJUNTAS.
- Se trata de una oportunidad para exportar conjuntamente diferentes rubros dentro de los destacan las Frutas y Hortalizas frescas y procesadas, Productos Hidrobiológicos.

Para consumo Humano ,Flores frescas, Manufacturas de madera, Artesanias, confecciones de Algodón,y pelos Finos.(Peru).

Igualmente es una oportunidad para Importadores de Maquinaria y Equipo para Textiles, Agroindustria, y Pesca, autos, linea blanca electrodomésticos, vinos, y otros productos de consumo.

Una oportunidad para Inversiones Europeas y la formación de Alianzas Estratégicas entre empresas que representan la Alianza del Pacifico con Empresas Europeas. Favorecia mucho el desarrollo de las Pymes . Formación de Capital Humano. Ciencia y Tecnología.

- TLC PERU-
MÉXICO Y LA
ALIANZA DEL
PACIFICO.

-
- Entró en Vigencia 1 de Marzo del 2012.
- La Alianza del Pacifico. Se acordó que los productos quedaran liberados de todo tipo de Arancel,. Deberían estar terminadas las negociaciones el 31 de Marzo , Por lo menos el 90% de los productos quedaran liberados de todo tipo de arancel con la meta de lograr el 100%. Igual se acordó concluir las Reglas de Origen antes del 31 de MARZO.
- GRAN OPORTUNIDAD PARA EL PERU YA QUE MEXICO ES UN GRAN MERCADO PARA LAS FRUTAS, ALIMENTOS. PRODUCTOS GOURMET.
- CONFECCIONES, MADERAS, VIROLA, TRIPLAY. Y OTROS.

- Un mecanismo es el acceso por cuotas, por ejemplo , para la, leche evaporada y manjar se fijó 2,000 toneladas libres del pago de aranceles cada año. Lo mismo ocurrirá con la Palta fresca, cuyo cuota llegará a las 8,000 tns libre de aranceles por año.
- Los Sectores que se beneficiarán de manera inmediata serán el maderero y el textil.
- Los comerciantes de Gamarra, así como los que fabrican Calzado en Trujillo se verán beneficiados

- Oportunidades para productos como las aceitunas y las cebollas. En tanto para el ingreso de las paltas se han establecido cuotas de exportación. En el caso del Pimiento y la Páprika se ha logrado un mejor acceso.
- Por el otro lado se podrá importar a precios preferenciales maquinaria ,equipos de sonido, electrodomésticos de linea blanca.
- En cuanto las inversiones México tiene invertidos en el Perú \$ 14,000 en telecomunicaciones, minas y se pueden formar alianzas Estratégicas .

México y su mirada a A. latina.

- Hay que tener en cuenta que México está buscando diversificar su Mercado ya que el 80% de sus Exportaciones la realiza con los Estados Unidos. Están tratando de Exportar más hacia América Latina.
- Para el Perú es un Gran Mercado para Exportar Alimentos, Grupo Añanos ya está posecionado con sus Bebidas Big Cola. Los Textiles muy buen mercado y las Maderas.

EL, PRESIDENTE DE MEXICO RESALTA IMPORTANCIA:

- ENRIQUE PEÑA NIETO destaco el papel de la Alianza del pacifico para el desarrollo de los pueblos de México, Colombia, Perú y Chile, así como para el fortalecimiento de la relación entre Naciones de la Región.
- Dijo: Debemos trabajar de manera acelerada , en el proceso de integración que permite dicha Alianza.

- ASIA Y AL SOCIOS NECESARIOS PARA MEXICO.
- Frente al entorno Internacional Incierto una Estrategia para que la economía de México salga adelante será fortalecer sus Negocios en Mercados como ASIA-PACIFICO Y AMERICA LATINA. en el contexto que las Economías de Asia y Latinoamérica crecerán mas que las desarrolladas queda claro :

DEBEMOS Aprovechar las oportunidades que ofrece un entorno de esta Naturaleza.

- La Alianza del Pacifico ha llamado la atención no solo de las contrapartes en ASIA , sino de actores como CANADA O INCLUSO DE EUROPA Y ESTADOS UNIDOS., que la ven como un MODELO DE INTEGRACION E INSERCIÓN

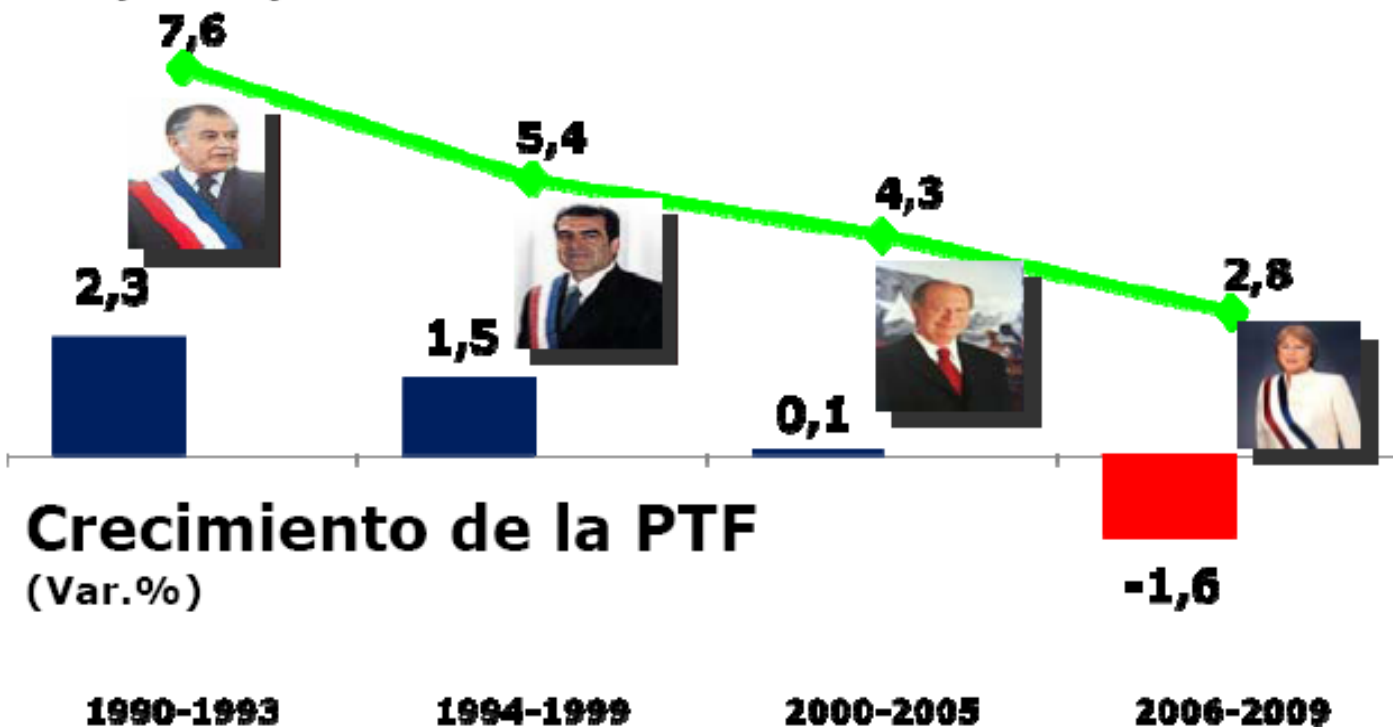
EN LA ECONOMIA MUNDIAL.

PERU, CHILE , COLOMBIA Y MEXICO
TIENEN MULTIPLES TRATADOS DE
LIBRE COMERCIO.

ACTUANDO EN FORMA CONJUNTA Y
ESTABLECIENDO ENCADENAMIENTO
PRODUCTIVOS PRODUCIREMOS
PRODUCTOS DE CALIDAD QUE EL
MUNDO SOLICITA.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PERÚ CHILE

◆ Crecimiento del PIB (Var.%)



En el año 2008 las Exportaciones Peruanas a Chile llegaron a \$ 1,870 Millones de dólares.

Año 2011

Exportamos casi \$ 2,000 Millones de dólares. Estamos en un Intercambio Comercial de casi 4,000 Millones de dólares.

Inversiones Chilenas en Perú \$11,000 Millones de dólares. Perú en Chile invierte \$ 5,000 Millones de dólares.

La forma de hacer Negocios con Chile debe cambiar, nos tenemos que posecionar in situ y hacer Alianzas Estratégicas con Distribuidoras.

Hacer Vitrinas comerciales. Strip Center.

- **Principales Productos Exportados Perú a Chile**
- 1) molibdeno
- 2) minerales de Cobre concentrado
- 3) Aceites de Grudo de Petròleo
- 4) Acido Sulfùrico
- 5) Baldozas de Ceràmica
- 6) Aceite de Pescado
- 7) Bolas y Artìculos similares
- 8) Las Demàs Barras laminadas
- 9) fosfato Dicalcico
- **SE ESTÁ INCREMENTANDO LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGRARIOS, CONFECCIONES, JOYERIA.**

Principales Productos Importados desde Chile

- 1) Pellets Minerales Hierro, Concentrado
- 2) Los Demàs Cereales
- 3) Nitrato de Potasio.
- 4) Jurel entero congelado.
- 5) Cigarrillos que contengan Tabaco.
- 6) Polimero de Prolipeno
- 7) Papel Kraft para sacos (Bolsas).
- 8) Avena
- 9) Los demàs tableros de Partìculas de Madera.
- 10) Madera Cepillada de Pino

[Volver](#)

PRODUCTOS PERUANOS CON POTENCIAL

SECTOR AGRARIO:

- Paltas
- Limón
- Plátanos
- Piñas
- Mangos
- Café
- Tabaco

SECTOR FORESTAL

- Partes y piezas
- Ventanas
- Marcos
- Puertas
- Maderas tropicales.

MANUFACTURAS DIVERSAS

Cerámicas

➤ Cemento

➤ Baldosas,

➤ Pisos. Puertas .

➤ En Chile en el Sector Construcción:

➤ Devuelven el 60% del IVA de todos los insumos utilizados (Ley del año 1975) 170.000 millones de pesos aproximadamente al año.

➤ Barras de acero laminadas

➤ Ácido sulfúrico , Hidrogenofosfato de calcio, óxido de cinc, Hidróxido de sodio (lejía).

➤ Bolas de Acero para molinos.

SECTOR TEXTIL

- Polos de algodón
- Ropa de niños
- Ropa interior
- Fibras sintéticas
- Hilados de algodón
- Camisas de algodón

SECTOR QUÍMICO

- Soda cáustica
- Fosfato di cálcico

GASTRONOMÍA

Al tener reconocimiento gastronómico debemos:

- Introducir productos alimenticios en:
- Ferias alimenticias
- Supermercados
- Restaurantes
- Sabores peruanos

Productos Pesqueros

Conservas de anchoveta

Conservas de jurel

Conservas de caballa

Harina de pescado

Aceite de pescado

Productos Gourmet

Productos Mineros

Molibdeno

Cobre

Estaño

Joyería . Productos y accesorios de Alpaca.

TLC, Principales Aspectos

- TLC suscrito 22 de agosto de 2006, utilizó como insumo el ACE 38 y sus Protocolos Adicionales, incorporó:

- Solución de Controversias
- Inversiones
- Comercio de Servicios
- Y se perfeccionaron las Disciplinas Comerciales

- El Tratado incorpora una Cláusula de Futuras Negociaciones: servicios financieros, compras públicas, reconocimiento mutuo de títulos y tratamiento de las zonas francas.

Porqué negociar Servicios

- Proyección para el 2020, 50% comercio mundial
- Crear un ambiente comercial-jurídico estable, previsible y transparente
- Aumentar los flujos del comercio de servicios

Comercio de Servicios

- Servicios suministrados de un país a otro (por ej., conferencias telefónicas internacionales)
- Consumidores o empresas que hacen uso de un servicio en otro país (por ejemplo, turismo)
- Empresas extranjeras que establecen filiales o sucursales para suministrar servicios en otro país (por ej., retail, bancos)
- Particulares que se desplacen de su país para suministrar servicios en otro país (por ejemplo, profesionales, consultores)
- Ejemplos Servicios: distribución (farmacias, tiendas por departamento, supermercados etc.), servicios de construcción, servicios tecnológico, servicios profesionales.

Inversiones

- Trato Nacional y Nación más favorecida
- Mayor certeza jurídica a los inversionistas
- Marco jurídico estable con reglas de solución de controversia Inversionista/Estado
- INVERSIONES . Comparaciones.
- Chile invierte US\$ 11,500 Millones de dólares en Peru.
- Peru Inversión en Chile US \$ 7,500 Millones de Dólares.

PERU- CHILE-COLOMBIA Y
MEXICO.
ECONOMIAS
COMPLEMENTARIAS.

EXPORTACIÓN CONJUNTA
A TERCEROS MERCADOS

CENTRO DE NEGOCIOS

- TENEMOS QUE SALIR AL MUNDO Y PARTICIPAR EN FERIAS INTERNACIONALES.
- MISIONES COMERCIALES CONJUNTA Y CON MARCAS SECTORIALES.
- POSESIONARNOS EN LOS MERCADOS EXTRANJEROS.
- IMPULSAR PRODUCTOS DE CALIDAD Y ORGANICOS.