

Video Conferencia: ¿Cómo hacer negocios con los países de la Alianza del Pacífico?

(Webinar)

Directora : CEC Silvia Seperack

sseperack@mincetur.gob.pe

**Oficina Comercial del Perú en Chile -
MINCETUR**

Seminario Miércoles del Exportador -

PromPerú

9 de marzo de 2016

Santiago de Chile, Chile



Oficina Comercial del Perú en Chile - MINCETUR

Directora : CEC Silvia Seperack

Importaciones Chilenas de PERU y del Mundo durante el 2015

(en millones de dólares)

| | M Chile del Perú 2014 | M Chile del Perú 2015 | DIF Chile del Perú 2015/2014 | Var % Chile del Perú 2015/2015 | M Chile del Mundo 2014 | M Chile del Mundo 2015 | DIF Chile del Mundo 2015-2014 | VAR Importaciones Chilenas del Mundo 2015/2014 |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| No Tradicional | 629 | 636 | 7 | 1% | 50.937 | 48.448 | - 2.489 | -5% |
| ↑ Agro No Tradicional | 109 | 126 | 17 | 16% | 5.692 | 5.265 | - 427 | -8% |
| Manufacturas Diversas | 430 | 430 | 0 | 0,03% | 39.336 | 37.611 | - 1.725 | -4% |
| Maderas y Papeles | 44 | 34 | - 10 | -23% | 1.562 | 1.464 | - 99 | -6% |
| Metal mecánico | 55 | 44 | - 11 | -20% | 23.569 | 22.529 | - 1.040 | -4% |
| ↑ Minería No Metálica | 78 | 101 | 23 | 29% | 1.836 | 1.720 | - 116 | -6% |
| Químico | 231 | 236 | 6 | 2% | 9.776 | 9.363 | - 413 | -4% |
| Sidero Metalúrgico | 21 | 15 | - 7 | -31% | 2.593 | 2.536 | - 57 | -2% |
| Pesca No Tradicional | 4 | 4 | 0 | 1% | 201 | 202 | 1 | 1% |
| Textil | 66 | 55 | - 11 | -17% | 3.249 | 3.071 | - 178 | -5% |
| Varios | 20 | 21 | 0 | 2% | 2.458 | 2.299 | - 160 | -6% |
| Artesanía | 0,10 | 0,12 | 0,03 | 26% | 11 | 13 | 2 | 14% |
| ↑ Calzado | 7,21 | 8,04 | 0,84 | 12% | 921 | 862 | - 60 | -6% |
| Joyería y Bisutería | 2,89 | 2,97 | 0,07 | 3% | 60 | 59 | - 1 | -2% |
| Varios | 9,87 | 9,40 | - 0,47 | -5% | 1.457 | 1.339 | - 118 | -8% |
| Tradicional | 856 | 399 | - 457 | -53% | 14.486 | 8.516 | - 5.970 | -41% |
| Minería | 538 | 299 | - 240 | -45% | 789 | 340 | - 449 | -57% |
| Pesca Tradicional | 168 | 82 | - 86 | -51% | 229 | 218 | - 11 | -5% |
| Petróleo y Gas | 144 | 14 | - 130 | -90% | 13.177 | 7.693 | - 5.484 | -42% |
| TOTAL | 1.486 | 1.035 | - 450 | -30% | 65.423 | 56.964 | - 8.459 | -13% |

Fuente: ADUANAS CHILE

Elaborado : Oficina Comercial del Perú en Chile MINCETUR

Como hacer negocios – Sector alimentos

- El mercado de alimentos peruanos creció 16% el 2015 respecto al 2014.
- En productos procesados:
 - Predominan los negocios de exportadores peruanos a través de marcas blancas. Las marcas propias que se comercializan en Chile, han ingresado gracias a su reconocimiento en el mercado HORECA y del consumidor chileno.
 - Las marcas blancas son adquiridas por los supermercados y grandes distribuidores que cuentan con una marca ya posicionada en el mercado chileno. Ejemplo: Conservas de hortalizas y frutas, productos congelados, galletas saladas y dulces, pastas, etc.
 - Los alimentos que ingresan con sus marcas son adquiridos por el área de Importación de los principales supermercados; así como por distribuidores para el sector HORECA o para ser comercializados en el mercado de La Vega Central. Con marcas propias se venden las salsas peruanas, los condimentos, snacks y el pisco.

Como hacer negocios y oportunidades Sector alimentos

- Productos Frescos
 - Existen protocolos fitosanitarios y no hay barreras de acceso para la gran mayoría de alimentos frescos exportados por el Perú al mercado chileno.
Aquí los principales: <http://defensa.sag.gob.cl/reqmercado/>

Oportunidades:

- ü Existen posibilidades para productos saludables (Nueva Ley de rotulado) y congelados.
- ü Aun hay espacio para alimentos relacionados con la gastronomía peruana.
- ü Hay posibilidades para productos deshidratados y tropicales y /o que complementen la oferta chilena hacia terceros mercados.
- ü **Facilitan su ingreso al mercado chileno las empresas peruanas que ya venden a supermercados chilenos en el Perú, al ser negocios ya calificados y conocidos por ellos.**

Como hacer negocios y oportunidades Sector Textil

El algodón peruano y la fibra de alpaca son muy reconocidos en el mercado de prendas de

- El mercado de la moda ^{vestir en Chile} esta manejado en más del 75% por prendas chinas. El retail comercializa prendas de marcas representadas y promocionadas por ellos. Predomina el factor precio.

Ü El nicho de mercado para las prendas peruanas exige buena calidad, precios competitivos y volúmenes flexibles. Se orienta a cubrir las oportunidades de mercado de reposición (aprovechando la cercanía en tiempo y oportunidad de entrega).

¿Cómo hacer negocios en Chile en el marco de la Alianza del Pacífico? - Sector Manufacturas

- Chile es un país con condiciones reguladas y formales para hacer negocios.
 - La racionalidad y manejar la negociación caracterizan a los chilenos.
 - La acumulación de origen a partir de mayo genera oportunidades de negocios **y la posibilidad de trabajar mediante alianzas y/o joint ventures.**
 - Hay que estar dispuesto a hacer compromisos, en el marco de la Alianza del Pacífico el negocio no solo es vender o comprar. Hay que visualizar el desarrollo de alianzas intramercados y hacia terceros mercados.
- Las empresas peruanas de manufacturas exportan o se internacionalizan para ingresar al mercado chileno.
 - Exportan de manera indirecta mediante contratos de obra y servicios o exportan directamente a importadores y distribuidores.
 - Se internacionalizan mediante la constitución de filiales vía adquisiciones, joint ventures o nuevas empresas.
- A los proveedores a la minería se recomienda el proceso de instalación en el mercado chileno. Facilita el contacto, la distribución y entrega de manera permanente.

¿Cómo lo puede ayudar la Oficina Comercial – OCEX PERU EN CHILE?

Sector: Manufacturas diversas

- Ruta Exportadora (PROMPERU).
- Participando en las diferentes actividades que organiza PROMPERU, donde con el apoyo de esta OCEX contactará en Chile a la contraparte adecuada:
 - Ferias: EXPOMIN 2016, EXPONOR 2017.
 - Misiones comerciales:
 - Misión tecnológica y comercial para proveedores a la minería.
 - Misión de envases, embalajes y plásticos.
- **A través de las visitas de negocios, la OCEX Chile coordina y organiza la agenda de negocios,** (se solicita envíen su ficha de solicitud de agenda un mes antes).
- **Participando en las licitaciones públicas del Estado Chileno (Chilecompra.cl)**

¿Cómo lo puede ayudar la Oficina Comercial – OCEX PERÚ EN CHILE?

Sector: Servicios

- **Ruta Exportadora (PROMPERÚ)**
- **Participando en las diferentes actividades, donde contactará a la contraparte adecuada:**
 - Misiones comerciales: Misión de servicios de arquitectura
- **Participando de los proyectos especiales, que organiza con el apoyo de PROMPERU, como:**
 - Centro de negocios / Gestor comercial para el sector servicios
- **A través de las visitas de negocios, la OCEX Chile coordina y organiza la agenda de negocios.**
- **Inteligencia de negocios a través del Boletín comercial (mensual) para identificación de oportunidades.**
- **Participando en las licitaciones públicas de servicios del Estado Chileno (Chilecompra.cl)**

¿Cómo lo puede ayudar la Oficina Comercial – OCEX PERU EN CHILE?

Sector: Alimentos

- **Ruta Exportadora (PROMPERU).**
- Agendas personalizadas según oferta, con los principales agentes de negocios chilenos.
- Plataformas comerciales en Chile como:
 - Macrorueda de la Alianza del Pacífico – Junio 2016
 - ü Feria Espacio Food& Service – Setiembre 2016
 - ü Feria Mercado Paula Gourmet – Octubre 2016
 - ü Misiones comerciales especializadas co - organizada con los principales gremios empresariales peruanos.
- Plataformas comerciales en Perú, donde llevamos compradores chilenos como EXPOALIMENTARIA y Encuentros Regionales.

¿Cómo lo puede ayudar la Oficina Comercial – OCEX PERU EN CHILE?

Sector: Moda

- **Ruta Exportadora (PROMPERU).**
- Agendas personalizadas, según la oferta exportable se dirigirá la convocatoria a compradores interesados, que irán desde boutiques, retails y grupos que manejan la representación de marcas internacionales.
- Plataformas comerciales como:
 - FERIA EXPOBEBE – Mayo 2016
 - FERIA ROPERO PAULA – Mayo 2016
 - Misiones especializadas co –organizadas con gremios empresariales peruanos. El año 2015 tuvimos tres misiones: una con ADEX, otra con la OCER Gamarra y otra con OCER Tacna.



Perú



! Mil Gracias por su atención!
ocexsantiago@mincetur.gob.pe