

Presentación de los Planes de Desarrollo de Mercado para Turquía y Canadá, oportunidades comerciales

Patricia Suarez Ayala dsuarez@mincetur.gob.pe
Franklin Flores Velarde ffloresv@mincetur.gob.pe

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú
06 de diciembre de 2017
Lima, Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

Contenido

- ❖ **INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS**
- ❖ **LOGÍSTICA, ACUERDOS COMERCIALES Y CULTURA DE NEGOCIO**
- ❖ **ANÁLISIS COMERCIAL**
- ❖ **OPORTUNIDADES COMERCIALES**
- ❖ **PRODUCTOS PRIORIZADOS**
- ❖ **PLAN DE ACCIÓN**

Canadá

36,2 millones de habitantes

Moneda oficial: Dólar Canadiense (CAD)

PBI (ppp) en USD miles de millones: 1 682,5

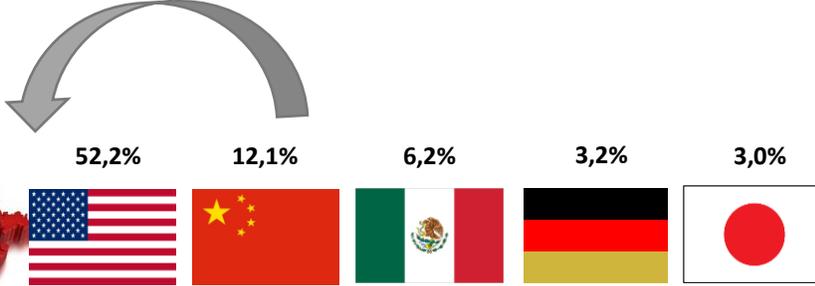
PBI per cápita (ppp) en USD: 46 440,98

Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, octubre 2017

Capital Ottawa



Principales países proveedores



Agropecuario



59%

Siderometalúrgico



18%

Textil

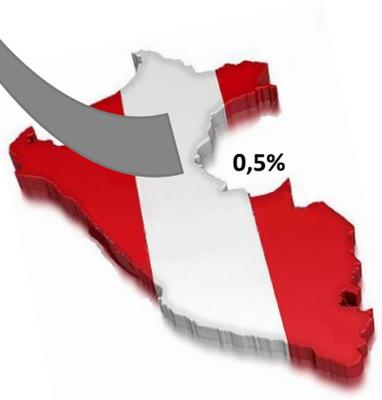


12%

Pesquero



7%

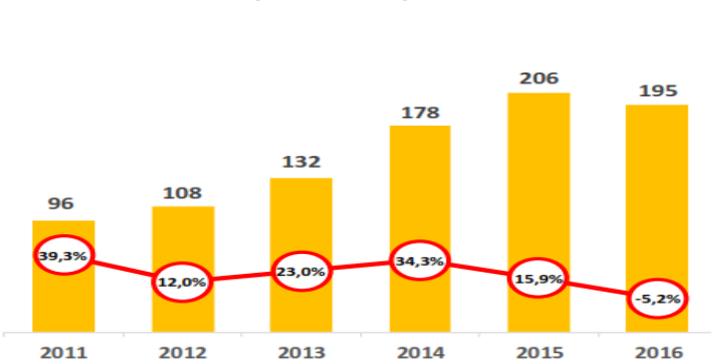


0,5%

Comercio Exterior Perú - Canadá
(US\$ Millones)



Fuente: SUNAT/Elaboración: VMCE
Exportaciones No Tradicionales hacia Canadá
(US\$ Millones)



* Var% respecto al periodo anterior
Fuente: SUNAT/Elaboración: VMCE

INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS

Canadá

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|------------------|------------|
| 1. Corea del Sur | 9. Chile |
| 2. Honduras | 10. Israel |
| 3. Panamá | 11. TCLAN |
| 4. Jordania | |
| 5. Colombia | |
| 6. Perú | |
| 7. AELC | |
| 8. Costa Rica | |

En negociación con países y/o grupos de países

- | | |
|---------------------------------------|---------------|
| 1. Comunidad del Caribe | 6. Marruecos |
| 2. Guatemala, Nicaragua y El Salvador | 7. Singapur |
| 3. República Dominicana | 8. Ucrania |
| 4. India | 9. Costa Rica |
| 5. Japón | 10. Israel |

Acuerdos suscritos con países y/o grupos de países

1. Unión Europea
2. Acuerdo de Asociación Transpacífico

Fuente: Foreign Affairs, Trade and Development Canada

ACUERDOS COMERCIALES, LOGÍSTICA Y CULTURA DE NEGOCIO



Son de mentalidad abierta, evitan prejuicios, prefieren una relación directa, no desperdician tiempo en aspectos redundantes y abordan objetivos de manera precisa.



La toma de decisiones normalmente no es jerárquica. Por ende, sus decisiones se basan en datos concretos y puntuales; además, toman en consideración las opiniones de todo los participantes.



Establecer una estrategia de marketing, que muestre información relevante sobre la compañía y el producto, acompañado de brochure, muestra y catálogo del mismo.



Logistics Performance Index – LPI puesto 14 de 160 países

Principales puertos de entrada de las importaciones de Canadá desde Perú - 2015



Montreal	9,42
Toronto	1,23
Vancouver	2,25
Barranquilla	3,37

en millones de toneladas

Transporte de carga por vía aérea, según destino



Doméstico	0.318
Internacional	0.872

en millones de toneladas

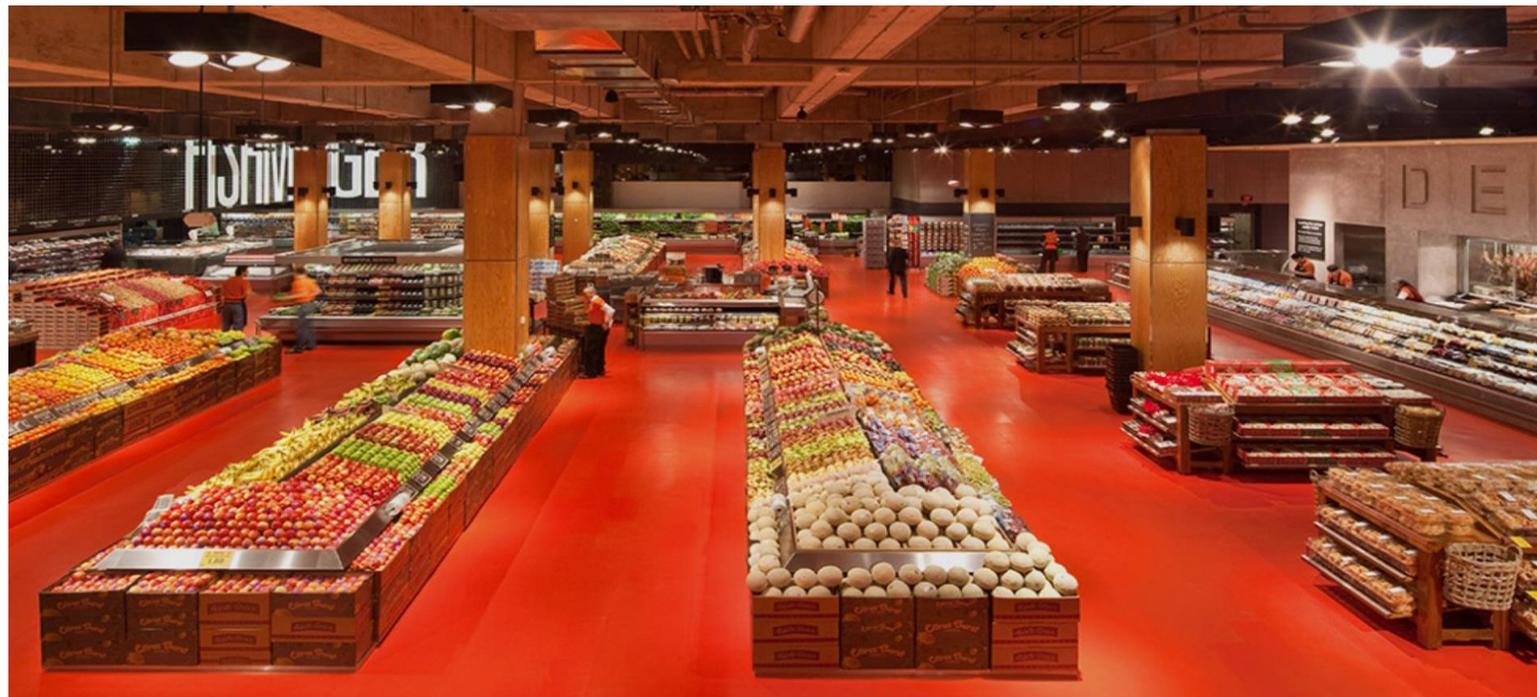
PUERTO ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVIERA	FREC.	T/T	AGENTE
CLL	Montreal	CMA CGM	Semanal	21 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	22 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen	Semanal	22 días	Greenandes
		Maersk Line	Semanal	22 días	Maersk Line Perú
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	22 días	MSC Perú
CLL	Vancouver	CMA CGM	Semanal	27 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	30 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen	Semanal	30 días	Greenandes
		Maersk Line	Semanal	30 días	Maersk Line Perú
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	30 días	MSC Perú

Fuente: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/home>

Canadá



Alimentos y bebidas



Las principales provincias productoras y comercializadoras de alimentos y bebidas son Ontario y Quebec (65% de las ventas locales), seguidos de Columbia Británica y Alberta, que consolidan el 21%.

ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

- Mayoristas
- Corredores
- Cadenas de tiendas
- Minoristas
- Cooperativas de compras
- Usuarios industriales



Principales grupos

- Loblaws Companies Ltd.
- Empire Company
- Metro Inc.
- Jim Pattison Group
- Co-op Atlantic
- Uniprix
- PJC
- PharmEssor



Volumen de ventas



USD 88 103,9 millones en 2014



5% con respecto al 2013



Segmento de mercado

- Productos étnicos (Halal y Kosher)
- Procesados (gourmet)
- Orgánico
- Especializados

Canadá



Textil y confecciones



ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

Canal minorista:

- Tienda por departamento
- Tienda de lujo
- Tienda de descuento
- Tienda especializada
- Tienda deportiva



Principales grupos

- TJX Canada (Winners, HomeSense y Marshalls)
- Canadian Tire (LE, Mark's y FGL Sports)
- Walmart Canada (LE, 395 establecimientos)
- Sears Canada (M, 197 tiendas)
- The bay (M)
- Reitmans (M, +900 tiendas y 7 marcas propias)
- Harry Rosen (+minorista, hombre)
- Holt Renfrew



Volumen de ventas

 USD 22 058 millones en 2014

 56% es ropa de mujer

 3,5% con respecto al 2013



Segmento de mercado

- a. Ropa de diseño (high end)
- b. Ropa de marca (middle)
- c. Ropa de diseño genérico (low end)

 68% mercado medio

Canadá



Manufacturas



ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

- Importador / distribuidor
- Fabricante
- Minorista (retail)



Principales grupos

- Home Depot Canada
- Rana (Reno Depot)
- Home Hardware
- BMR
- Castle Building Centres
- Pro Hardware
- True Value Hardware



Volumen de ventas - productos plásticos



USD 19 000 millones
Del sector ferretero



Segmento de mercado – Sector de destino

- a. Productos para la industria
- b. Productos para el consumidor final

Canadá

Arándanos



Aranceles	Cero
Precios referenciales	Valor promedio USD 2,62-4,49 (CAD 3,49-5,99) (orgánicos)
Presentación	Empaques de 125 gramos.
Usos	Consumo directo, jugos, mermeladas, postres.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen)

Frambuesas frescas y congeladas



Aranceles	Cero
Precios referenciales	Valor promedio USD 2,25-3,75 (CAD 3,00-5,00) (orgánicos).
Presentación	Empaques de 125 gramos.
Usos	Consumo directo, elaboración de postres, snacks, jugos.
Requisitos	Protocolo sanitario.

Chirimoya



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Unidad: valor promedio USD 1,98 (CAD 2,64)/peso aprox. 200 gramos.
Presentación	Unidad.
Usos	Consumo directo.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).

Granada



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Granada: valor promedio USD 1,50 (CAD 2,00). Granadilla: valor promedio USD 2,24 (CAD 2,99).
Presentación	Unidad.
Usos	Consumo directo.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).

Cacao en grano y en polvo



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	USD 3,14/ kg y USD 2,66/kg, respectivamente.
Presentación	Granel.
Usos	Industria de la chocolatería y repostería.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).

Banano fresco



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Guineo fresco: valor promedio USD 1,36 (CAN 1,82)/kg Plátano manzano: valor promedio USD 2,96 (CAN 3,95)/kg. Banana chips: valor promedio USD 2.02, CAN 2,69 (200 gramos).
Presentación	Fresco o seco en snacks.
Usos	Consumo directo.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).

OPORTUNIDADES COMERCIALES

Insumos e ingredientes cosméticos, aceites esenciales



Ventas	USD 9 000 millones.
Tendencias	Los ingredientes, como la mantequilla de karité, marula, té rooibos, hierbas, especias, flores y otras esencias "exóticas", como los aceites esenciales (usados como insumos e ingredientes cosméticos), que son cada vez más demandados.
Importaciones	USD 110,1 millones en el año 2014
Proveedores	Estados Unidos con 57%, seguido de India con 6%, Argentina con 5%, China, Francia y Brasil con 4% cada uno, México con 3%, España, Australia e Italia con 2% cada uno

Prendas de alpaca para hombre y mujer, incluye accesorios



Aranceles	Cero
Precios referenciales	Sweater de alpaca para hombre tejido a mano: valor promedio USD 418,19 (CAD 558,00). Sweater de alpaca para mujer 52% alpaca, 40% nylon, 8% lana merino: valor promedio USD 370,97 (CAD 495,00)
Presentación	Unidades.
Requisitos	Certificado de origen (para aprovechar las preferencias TLC).

Artículos de joyería y de bisutería



Ventas	USD 2 887,9 millones en el año 2014,
Importaciones	USD 1 083,8 millones en el año 2014
Proveedores	Estados Unidos con 39%, Tailandia con 16%, India con 12%, China con 11%, Italia con 7%, Francia, México y Turquía con 2% cada uno; entre ellos concentraron el 92% del valor importado por Canadá; en tanto, Perú se ubicó en el puesto 32, con un valor de USD 544,9 mil.

Prendas de algodón para bebés y niños



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Enterizo de algodón para bebe de 0 a 36 meses: valor promedio USD 13,49 (CAD 18,00). Traje de dos piezas. Vestido de algodón y leggings de algodón y elastano: valor promedio USD 50,59 (CAD 67,50).
Presentación	Unidad.
Requisitos	Certificado de origen (para aprovechar las preferencias TLC).

Artículos del hogar y regalos



Ventas	USD 10 000 millones
Tiendas	Existen 63 000 tiendas que comercializan regalos o tienen el potencial para hacerlo.
Tendencia	Los canadienses buscan artículos que se vean atractivos, duren mucho tiempo y sean versátiles, es decir, que también ayude a servir los alimentos, realizando poco esfuerzo.

Materiales de construcción. Baldosas de mármol y travertinos



Importaciones	USD 2 500 millones en el 2013.
Proveedores	Estados Unidos (56%), seguido de China (23%), Corea del Sur (4%), Italia (3%) y México (3%).
Estrategia	relaciones con los importadores y respondan a las necesidades, opiniones y comentarios que plantean sus contratistas locales.

Canadá

PRODUCTOS PRIORIZADOS

Aceitunas Frescas y Preparadas



Importaciones a Canadá	2015
Volumen (en kg)	512
Valor (en USD)	2 019



Aguaymanto

Importaciones a Canadá	2015*
Volumen (en kg)	10 499 266
Valor (en USD)	35 379 479



Aceite de Sacha Inchi

Importaciones a Canadá	2015
Volumen (en kg)	4 999 711
Valor (en USD)	49 682 828



Maca

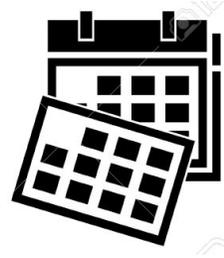
Importaciones a Canadá	2015
Volumen (en kg)	3 294 000
Valor (en USD)	6 995 000



Pisco

Importaciones a Canadá	2014
Volumen (Litros de alcohol puro - LAP)	2 933 743
Valor (USD)	69 492 896

Canadá



Plan de acción



Listado de ferias



Fuentes de información

Presentación del PDM Turquía

Franklin Flores Velarde
ffloresv@mincetur.gob.pe
Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú
06 de diciembre de 2017
Lima, Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

Contenido

- ❖ **INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS**
- ❖ **LOGÍSTICA, ACUERDOS COMERCIALES Y CULTURA DE NEGOCIO**
- ❖ **ANÁLISIS COMERCIAL**
- ❖ **OPORTUNIDADES COMERCIALES**
- ❖ **PRODUCTOS PRIORIZADOS**
- ❖ **PLAN DE ACCIÓN**

República de Turquía



78.9 millones de habitantes



PBI (ppp) en USD billones: 735.72



Moneda oficial: Lira turca (TRY)



PBI per cápita (ppp) en USD: 9 316.75

Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, octubre 2016

Capital Ankara



12,8%



10,8%



7,6%

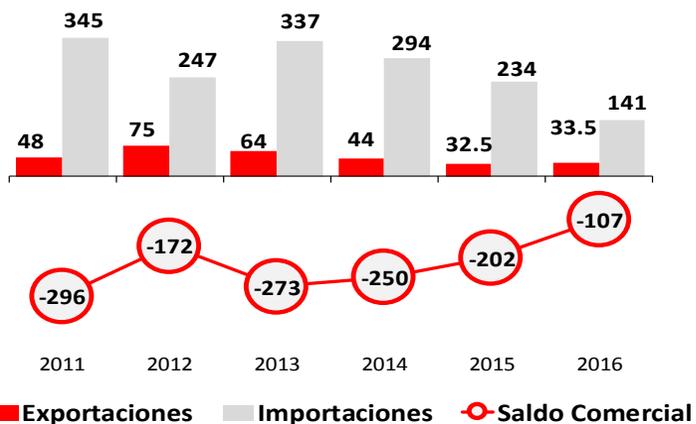


5,5%



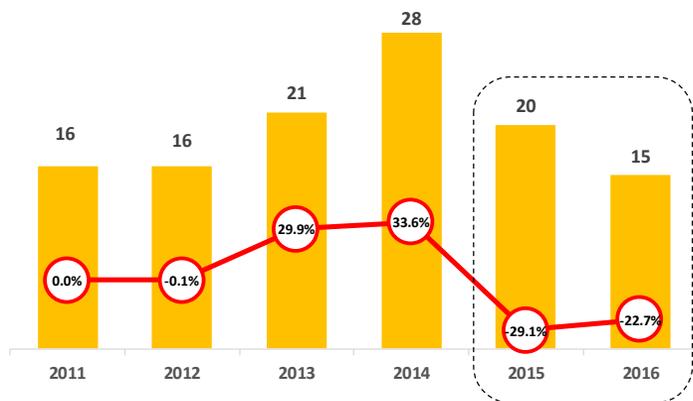
INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS

Comercio Exterior Perú - Turquía (US\$ Millones)



Fuente: Sunat/ Elaboración: VMCE

Exportaciones No Tradicionales hacia Turquía (US\$ Millones)



○ Var% respecto al periodo anterior
Fuente: Sunat/ Elaboración: VMCE

Siderometalúrgico



53%

Agropecuario



24%

Químico



24%

República de Turquía

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. Croacia | 9. Montenegro |
| 2. Bosnia-Herzegovina | 10. Serbia |
| 3. Autoridad Palestina | 11. Georgia |
| 4. Túnez | 12. Chile |
| 5. Marruecos | 13. Jordania |
| 6. Siria | 14. Corea del Sur |
| 7. Egipto | 15. Malasia |
| 8. Albania | |

En negociación con países y/o grupos de países

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Consejo de Cooperación del Golfo (GCC) | 7. Islas Feroe |
| 2. Mercosur | 8. Seychelles |
| 3. Ucrania | 9. Camerún |
| 4. Moldavia | 10. Congo |
| 5. Ecuador | 11. Perú |
| 6. Libia | |

Acuerdos suscritos con países y/o grupos de países

1. Líbano
2. México
3. Colombia
4. Isla Mauricio

Fuente: Ministerio de Economía de Turquía

LOGÍSTICA, REQUERIMIENTOS, ACUERDOS COMERCIALES Y CULTURA DE NEGOCIO



Evitar comparaciones con países árabes.



Programar reuniones con dos semanas de anticipación.



Turcos no suelen decir "no" directamente, dan expresiones "Bakariz" = "Ya veremos" o "Düşüneriz" = "vamos a pensarlo".



Logistics Performance Index – LPI
puesto 34 de 160 países



Carga	116
Descarga	216
Tránsito	54

en millones de toneladas



Doméstico	0.685
Internacional	1.7

en millones de toneladas

PUERTO ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVIERA	FREC.	T/T	AGENTE
CLL	Gebze	CMA CGM	Semanal	40 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	42 días	Cosmos Agencia Marítima
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	30 días	MSC Perú
CLL	Mersin	CMA CGM	Semanal	35 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	34 días	Cosmos Agencia Marítima
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	39 días	MSC Perú
CLL	Izmir	Maersk Line	Semanal	39 días	Maersk Line Perú
		CMA CGM	Semanal	45 días	CMA CGM Perú
		Mitsui OSK Lines (MOL)	Semanal	58 días	MOL Perú

Fuente: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/home>



Alimentos



ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

- Importadores/distribuidores
- Supermercados
- Tiendas por departamento
- Tiendas de conveniencia
- Tiendas especializadas



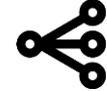
Principales grupos

- Demak Gida, Hedef Gida
- Migros Jet, Makro Market
- Beğendik A.Ş., Özdilek AVM
- Doğa Şarküteri, Fulya Uğurlu Market
- Dean& Deluca, Namlı Gurme



Volumen de ventas

- ↗ 9.9% por año
- ↗ per cápita 8.% por año



Segmento de mercado

- 📊 35% consumidor medio alto
- 📊 65% consumidor bajo



Alimentos orgánicos



ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

- Ventas directas al consumidor
- Minoristas
- Empresas transformadoras
- Mayoristas



Volumen de ventas



250,000 tn en 2015



USD 90 millones en venta
en 2015



Segmento de mercado



- Cosmopolita
- Altos ingresos
- 40 – 45 años
- +20% pagar por encima del precio



Prendas de vestir



ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

- Importadores/tienda propia
- Corners en cadenas de tiendas
- Franquicias
- Ventas directas a grandes cadenas
- Ventas directas por internet



Principales grupos

- Derimod -Fabricante e importador
- D'S Damat - Fabricante de ropa para hombres
- S&C Silk and Cashmere - Fabricante de ropa para hombres y mujeres
- İpekyol - Fabricante de ropa para mujeres
- Kiğılı - Fabricante de ropa para hombres (trajes)



Volumen de ventas

-  USD 10,000 millones en 2015
-  USD 130 per cápita



Segmento de mercado

-  40% tradicionalistas simples
-  37% innovadores
-  23% consumidores "clasic"



Manufacturas (enfocado al sector químico)



ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

- Departamentos de ventas/de producto/apoyo en ventas de los productores
- Intermediario importador/agente
- Distribuidor de producto terminado



Principales grupos

- Gemma Gıda Kimya Derimod → Aromas, tintes para industria alimentaria
- Altuğ Kimya → Colorantes líquidos
- Akzo Nobel Marshall → Fabricante de pinturas
- Beydağı Kimya → Distribuidor de productos químicos en general
- Metropol Kimya → Fabricante de fungicidas



Volumen de ventas

- \bar{X} USD 15,000 millones en 2015
- USD 218 per cápita



Segmento de mercado

- 38.6% empresas en Estambul
- 6.6% empresas en Izmir
- 6.5% empresas en Ankara



Quinoa

OPORTUNIDADES COMERCIALES

Formas de presentación



Producto: Bebida de Cacao -Quinoa – Arroz
Precio: 19,50 TL



Producto: Galletas de Quinoa
Precio: 19,50 TL
125 gr



Producto: Quinoa dulce lista para comer con mango y maracuyá / mango, pina y papaya
Precio: 9,90 TL
110 g



Producto: Hojuelas de Quinoa con Tomates secos y con sabor a ajo tostado
Precio: 9,95 TL
30 g



Producto: Quinoa Instantánea
Precio: 29,90 TL
340 g



Estadística

2016

Importaciones en CIF
PA 1008.50.00.00.00

USD 702 469



Tendencias del mercado

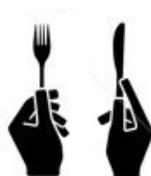


Superfood



75% en supermercados

Sector Retail y HORECA



Formas de consumo y usos

Como ingrediente en:

- Ensalada
- Comidas vegetarianas
- Panadería,
- Barras energéticas, entre otros



Factores competitivos

+ valor agregado

Distribuidores exclusivos



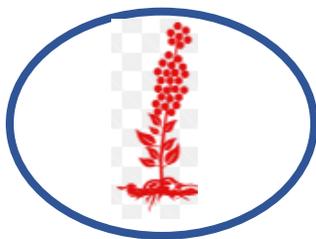
Cadena de valor

Macrocenter
Migros

Gran empresa

Oranca, Demak, Nustil, Deliziya

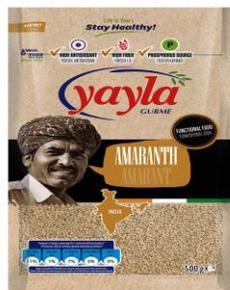
Proveedores locales



Amaranto

OPORTUNIDADES
COMERCIALES

Formas de
presentación



Producto: Amaranto en Grano.
Precio: 9,95 TL
500 g



Producto: Amaranto en Grano
Precio: 26,40 TL
500 g



Producto: Amaranto en Grano
Precio: 18,90 TL
350 g



Producto: Harina de Amaranto
Precio: 23,70 TL
350 g



Estadística

2016

Importaciones en CIF
PA 1008.90.00.00.00

USD 45 487



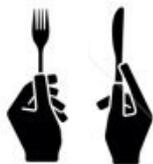
Tendencias
del mercado



Superfood



Producto sin gluten,
bueno para los celíacos



Formas de
consumo y usos

Como ingrediente en:

- Ensalada
- Comidas vegetarianas
- Panadería,
- Barras energéticas, entre otros



Factores
competitivos



Principales
competidores

- importado a granel
- envasado en empaques de 1/2 kilo
- marca del distribuidor



Cadena de valor

Macrocenter
Migros → Gran empresa

Yayla Bakliyat, Dolfın Gıda,
Bora Tarım

Proveedores
locales



Maca

OPORTUNIDADES
COMERCIALES

Formas de presentación



Producto: Maca en Polvo Orgánica
Precio: 85 TL
100 g



Producto: Polvo de raíz de Maca
Precio: 270 TL
200 g



Producto: Polvo de raíz de Maca
Precio: 69 TL
200 g



Producto: Polvo de raíz de Maca
Precio: 36 TL
50 g



Estadística
2016
Importaciones en CIF
PA 1106.20.90.00.19

USD 13 770



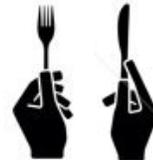
Tendencias del mercado



Crecimiento en el consumo en 2016



Superfood



Formas de consumo y usos

- Maca en polvo:
- Bebidas
 - Jugos
 - Productos para desayuno
 - Sopas



Factores competitivos



Precio calidad



Cadena de valor

Karina LTD
Güzel Gıda → mediana empresa

1500 Kg ← Perú y Alemania

Provedores

República
de Turquía



Calamar procesado

OPORTUNIDADES
COMERCIALES

Formas de
presentación



Producto: Anillos de calamar listos para freírse (con salsa tártara como acompañamiento)
Precio: 22,10 TL
400 gr



Producto: Filetes de calamar al estilo Mediterráneo
Precio: 13,50 TL



Producto: Anillos de calamar listos para freírse
Precio: 29,95 TL
400 g



Producto: Anillos de calamar empanizados listos para freírse
Precio: 15,90 TL
400 gr



Producto: Anillos de calamar
Precio: 16,90 TL
1 500 gr



Estadística

2016

Importaciones en CIF
PA 0307.49



USD 6 394 450



Tendencias
del mercado

Forma de vida ocupada y más rápida

en

Ankara, Estambul e Izmir

consumir más productos congelados y de rápida preparación



Formas de
consumo y usos

- Anillos empanizados para freír
- Anillos sin empanizar



Factores
competitivos

Variedad de calamar de mayor consumo → "Loligo Vulgaris"



Principal competidor de Sudamérica



Cadena de
valor

Macrocenter
Migros
Metro

Gran
empresa

Pinar, Superfresh,
Dardanel, DenizEv

Provedores
locales



Café



Hortalizas: alcachofas
y espárragos



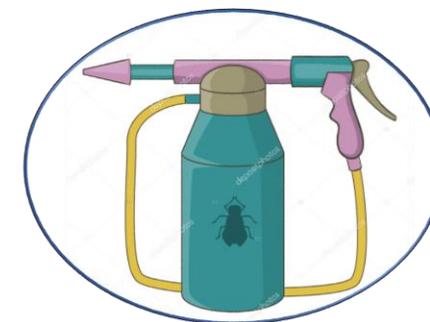
Calamar y pota
congelado



Tela de alpaca



Ropa de bebe y niño



Fungicidas



Utensilios de madera

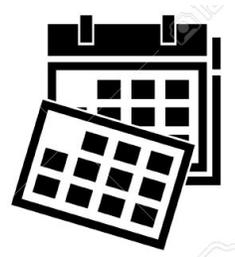


Servicios en general



Productos naturales

PRODUCTOS PRIORIZADOS



Plan de acción



Listado de ferias



Fuentes de información