

Webinar Exportador

**Angela Guerra
Sifuentes**

Directora de América Latina,
Caribe e Integración Regional



PERÚ

Ministerio de Comercio
Exterior y Turismo

Alianza del Pacífico

Lima, 16 de junio de 2021

OBJETIVOS DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO



Avanzar hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.



Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad.



Ser una plataforma de integración económica y comercial con alta proyección al mundo con especial énfasis en el **Asia Pacífico**.

VISIÓN 2030

Más integrada



Más conectada

Más global



Más ciudadana

PROTOCOLO ADICIONAL AL ACUERDO MARCO DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO (PROTOCOLO COMERCIAL)

- Busca extender y aprovechar en mayor medida los beneficios del comercio existente entre los miembros.
- El Protocolo contiene 20 capítulos que buscan incrementar el comercio exterior.



COMERCIO E INTEGRACIÓN

1. Acceso a mercados
2. Reglas de origen
3. Medidas sanitarias y fitosanitarias
4. Facilitación del comercio y cooperación aduanera
5. Obstáculos técnicos al comercio
6. Mejora regulatoria



SERVICIOS Y CAPITALES

7. Comercio transfronterizo de servicios.
8. Servicios financieros.
9. Telecomunicaciones
10. Comercio electrónico
11. Servicios marítimos
12. Inversión



OTRAS DISCIPLINAS

13. Contratación Pública
14. Disposiciones iniciales
15. Definiciones generales
16. Excepciones
17. Administración del Protocolo Adicional
18. Transparencia
19. Solución de diferencia
20. Disposiciones finales



PERÚ

Ministerio de Comercio
Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

BENEFICIOS DEL PROTOCOLO COMERCIAL



LIBRE FLUJO DE MERCANCÍAS EN LOS
PAÍSES MIEMBROS



ACUMULACIÓN DE ORIGEN Y LISTA DE
ESCASO ABASTO



SIMPLIFICACIÓN DE
PROCEDIMIENTOS ADUANEROS

99%
LIBRE DE ARANCELES

**Genera oportunidades de CADENAS
REGIONALES Y GLOBALES DE VALOR**

INTEROPERABILIDAD DE LAS VUCEs
Certificados de origen y fitosanitarios



PERÚ

Ministerio de Comercio
Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

BENEFICIOS DEL PROTOCOLO COMERCIAL



**APERTURA DE MERCADOS PARA
COMPRAS ESTATALES**



**DESARROLLO DEL COMERCIO
ELECTRÓNICO**



**COMERCIO TRANSFRONTERIZO DE
SERVICIOS**

**DESARROLLO DE PROVEEDORES
PYMES**

**FACILITACIÓN del comercio
electrónico, libre de derechos
aduaneros**

**FORTALECIMIENTO Y SEGURIDAD
JURÍDICA en el comercio de servicios**



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

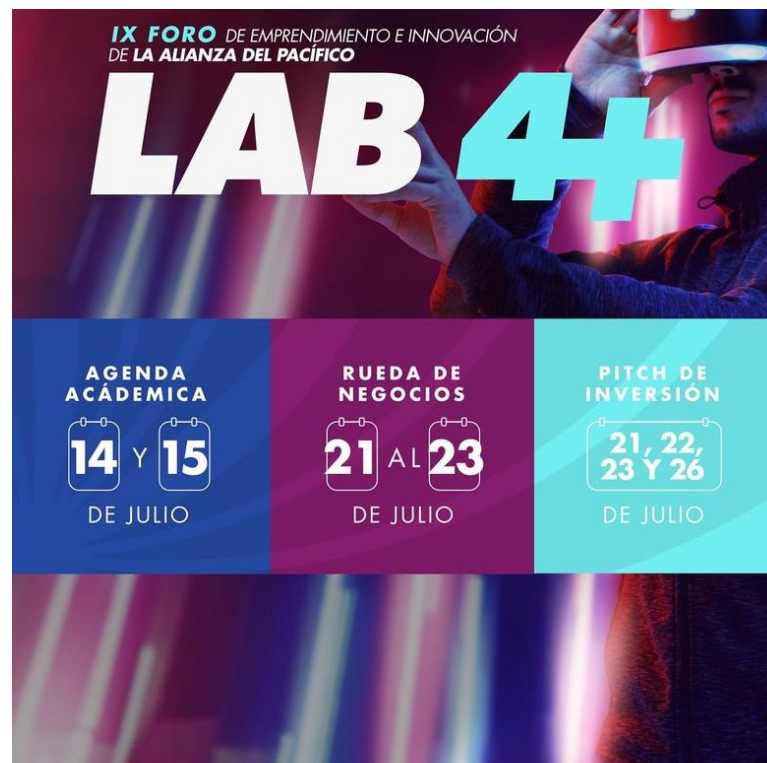
Webinar Exportador

PROGRAMAS DE APOYO A LAS PYMES Y EL EMPRENDIMIENTO

Macrorrueda de Negocios



Foro de Emprendimiento e Innovación



Redes de Innovación

AcelerAP

TransferenciAP

Inversionistas AP

InnovAP



Webinar Exportador

**Franklin Flores
Velarde**

Dirección de Desarrollo de
Mercados Internacionales -



Oportunidades comerciales multisectoriales en la Alianza del Pacífico

Lima, 16 de junio de 2021

ÍNDIC E

1

Alianza del Pacífico en cifras

2

Análisis de mercado de Chile

3

Análisis de mercado de
Colombia

4

Análisis de mercado de México

5

Conozcamos los estudios de mercado
Mincetur



PERÚ

Ministerio de Comercio
Exterior y Turismo



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Alianza del Pacífico en cifras



229.40 millones de habitantes

Fuente: World Bank (julio 2020)



US\$ 18 038

PBI Per cápita (PPP)

Fuente: World Bank (julio 2020)



6ta economía del mundo

Representa el 37% del PBI de América Latina y El Caribe

Fuente: World Bank (julio 2020)



Alianza del Pacífico

Avanzar hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas entre los países Partes.

Impulsar un mayor crecimiento, arrollo y competitividad de sus economías.

Ser una plataforma de integración económica y comercial con alta proyección al mundo, con especial énfasis en el Asia Pacífico.



Economías más competitivas en la región



Fuente: WEF – The Global Competitiveness Report 2019



41% del total de IED

Que llego a América Latina y El Caribe en 2019

Fuente: Base de datos de la UNCTAD



US\$ 617.90

Miles de millones en exportación

Fuente: OMC

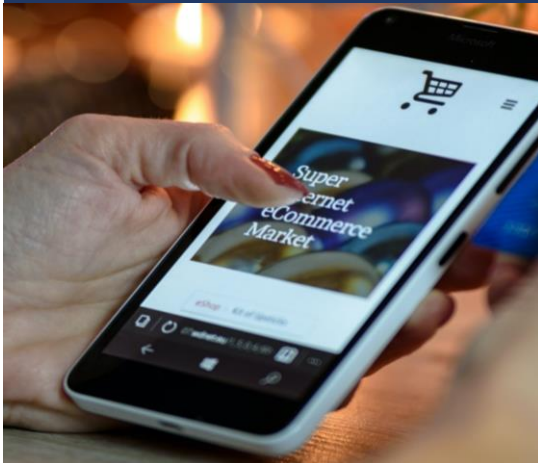
US\$ 631.90

Miles de millones en importación

Fuente: OMC

Macrotendencias se aceleran en tiempos de la covid-19

Digitalización



- +Digitalización del consumo
- +Virtualización de procesos
- +E-commerce
- +Internet de las cosas
- +Marketing Digital
- +Fintech

Sostenibilidad



- +Consumo Ético
- +Comercio Justo
- +Marcas con propósito
- +Responsabilidad Social
- +Transparencia

Bioseguridad y salud



- +Calidad
- +Inocuidad
- +Trazabilidad
- +Certificaciones
- +Preocupación por la salud física y mental

Resiliencia



- +Recuperación económica
- +Adaptación
- +Innovación
- +Desarrollo
- +Fortaleza



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Análisis del mercado de Chile



18.95 millones de habitantes

Fuente: World Bank (julio 2020)



US\$ 25 154

PBI Per cápita (PPP)

Fuente: World Bank (julio 2020)

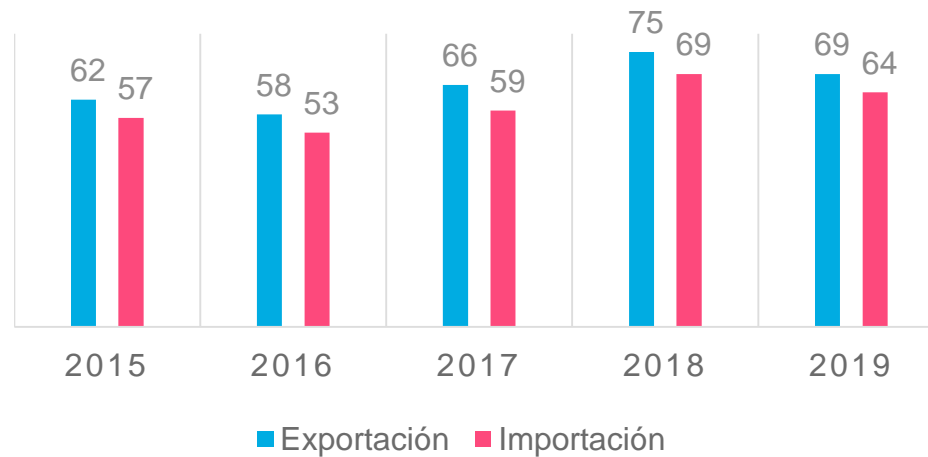


7% Exportación de alta tecnología

Con respecto a las exportaciones de productos manufacturados

Fuente: World Bank (julio 2020)

COMERCIO DE CHILE EN US\$ MILES DE MILLONES



Fuente: ITC- TradeMap

Principales proveedores, 2019



China, 23%



Estados Unidos, 20%



Brasil, 9%

Principales compradores, 2019



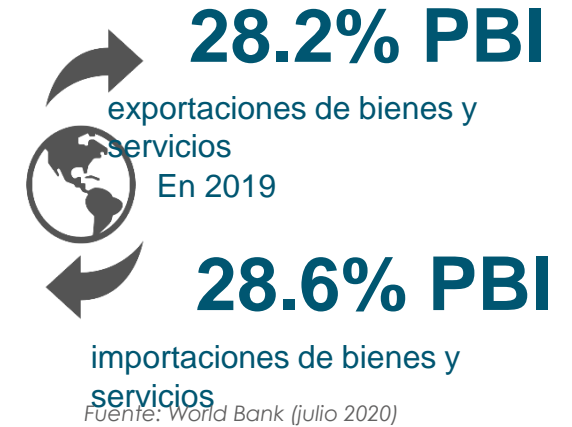
China, 31%



Estados Unidos, 14%



Japón, 9%



Exportaciones No Tradicionales, 2019

Vino, **2.2%**

Pasta química de madera, **1.8%**

Uvas frescas, **1.4%**

Manzanas frescas, **0.9%**

Arándanos, **0.8%**

Análisis del mercado de Negociación



El empresario chileno es de postura estricta y centrada, orientada a concertar acuerdos de mediano y largo plazo.



Es relevante la puntualidad, formalidad (protocolos), las relaciones personales y confianza.



Suelen manifestar su posición (positiva o negativa) y/o cuestionamientos.

Logística



Logistics Performance Index - LPI

46 de 160 países

Puerto Origen	Callao
Puerto Destino	San Antonio
Frecuencia	Semanal

NAVIERA	T/T	AGENTE
CSAV	4-6 días	CNP
Hamburg Sud	4-6 días	Cosmos
Evergreen	6 días	GreenAndes
MSC	4-5 días	MSC Perú
Maersk Line	4 días	Maersk Perú
Cosco Perú	4 días	Cosco

Acuerdos

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. Bolivia | 14. EFTA |
| 2. Cuba | 15. Estados Unidos |
| 3. Ecuador | 16. Hong Kong |
| 4. India | 17. Malasia |
| 5. Mercosur | 18. México |
| 6. Perú | 19. Panamá |
| 7. Venezuela | 20. Tailandia |
| 8. Australia | 21. Turquía |
| 9. Canadá | 22. Vietnam |
| 10. Centroamérica | 23. Japón |
| 11. China | 24. P 4 |
| 12. Colombia | 25. Unión Europea |
| 13. Corea del Sur | 26. Alianza del Pacífico |

En negociación con países y/o grupos de países

- Brasil
- Corea del Sur*
- Indonesia
- Unión Europea*

Acuerdos suscritos con países y/o grupos de países

- Uruguay
- Canadá*
- Argentina
- China*

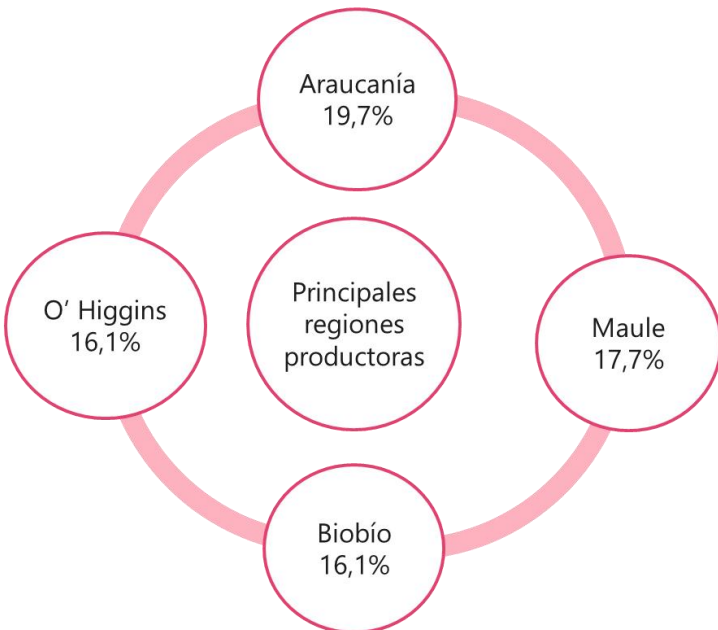


PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Mercado de Chile – Alimentos y Bebidas



El 2017, el "Gasto promedio mensual en frutas y hortalizas" fue de **USD 46**



Venta total del sector:
USD 37,5 mil millones



Ventas anuales en supermercados:
USD 15 mil millones



Importo **USD 7 548** millones
Exporto **USD 17 805** millones



Mayor consumo de manzana, plátano, uva, palta, aceite de oliva, lácteos, carne de cerdo y pollo.

125 359 puntos de venta minorista de alimentos y bebidas



- 51%** Supermercados
- 16%** Tiendas especializadas
- 11%** Tiendas de barrio
- 7%** Tiendas de descuento

Importadores

Adelco
ICB
Bidfood

Supermercados

Walmart – Líder
Cencosud – Jumbo
SMU – Unimarc
Falabella - Tottus

Centrales de abasto

Central Lo Valledor
Feria mayorista La Calera
Terminal La Palmera de La Serena



PERÚ

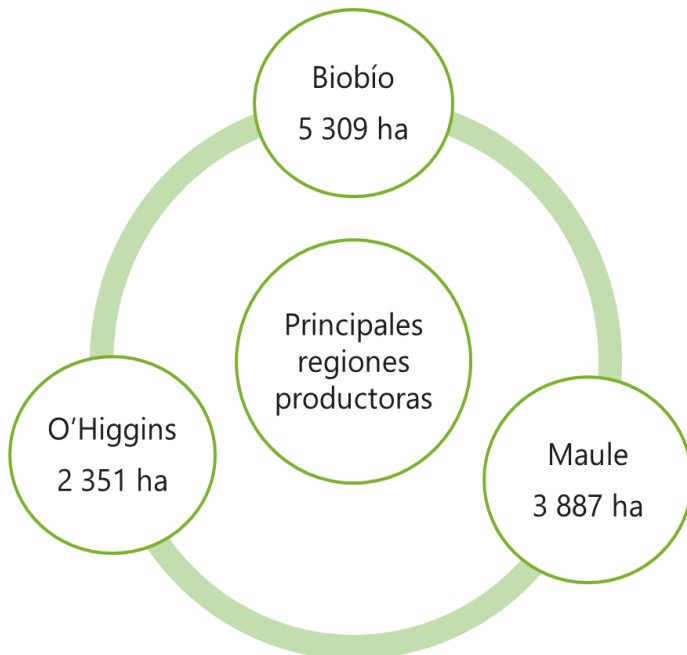
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Mercado de Chile – Alimentos Orgánicos

El consumidor chileno adquiere....

Granos, cereales, frutos secos, huevo, miel e infusiones de naturaleza orgánica



El 2017, el "Gasto promedio mensual en alimentos orgánico" fue de: **USD 38 a USD 76**



Venta total de alimentos saludable: **USD 3,4** mil millones



Ventas anuales en supermercados: **USD 150** millones



Importo **USD 16** millones
Exporto **USD 266** millones



Desde Perú, Chile importa: frutas, hortalizas y cereales de naturaleza orgánica, especialmente palta, cebolla, pimiento, aceite de oliva virgen y quinua.

800 puntos de venta minorista de alimentos saludables



Estrato alto y medio: **ABC1 y C2**



El consumo de Chile se concentra en la Región Metropolitana de **Santiago**



Demandado con mayor frecuencia por las mujeres con un estilo de vida **saludable y el verse bien**

Ferias orgánicas

Mercado orgánico
Ecoferia de La Reina
Mercado Sano

Importadores

Nuevo Hogar
Healthy Food
Foodies

Tiendas especializadas

[Aldea Nativa](#)
[Planta Maestra](#)
Luki

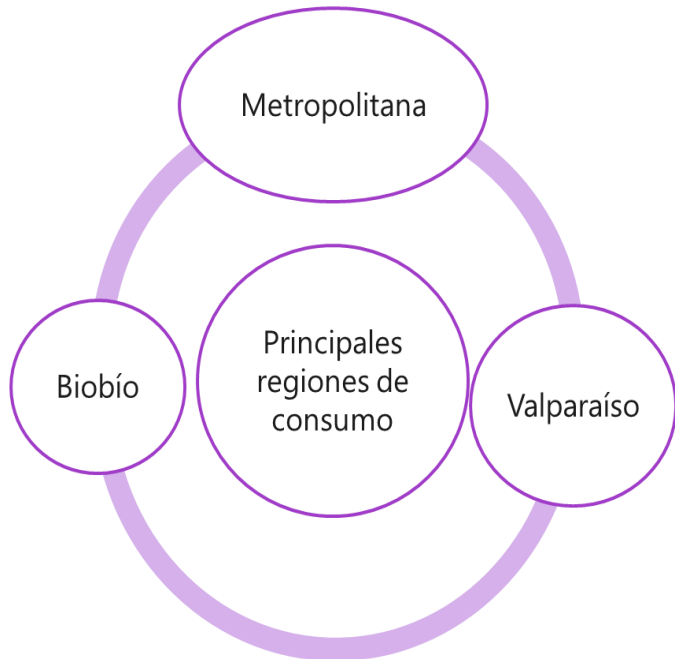


PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Mercado de Chile – Textil y Vestimenta

Prevalece la comercialización de prendas de vestir importadas sobre las nacionales.



El 2017, el “Gasto promedio mensual de la familia en vestimenta” fue de: **USD 44 a USD 118**



Venta total de vestimenta y calzado: **USD 3,5 mil millones**



Ventas anuales de la industria local: **USD 12 millones**



Importo **USD 4 000 millones**
Exporto **USD 517 millones**



Desde Perú, Chile importa:
T-shirts, prendas para bebés (ambos de punto de algodón); suéteres, vestidos, faldas, abrigos y chaquetones (de algodón y otros materiales).



El consumo de Chile se concentra en la capital de **Santiago de Chile**



Demandan **50** prendas nuevas al año

Empresa	Nro. de marcas	Algunas marcas propias / tradicionales (licencias)
Falabella	25	Elle, Basement, Sybilla, Yamp
Paris	15	Alaniz, Opposite, Umbrale, Minitribu
Ripley	18	Index, Marquis, Trucco, Baby harvest
Eurofashion	11 (licencias)	Women' secret, Top man, American Eagle, Umbrale kids



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

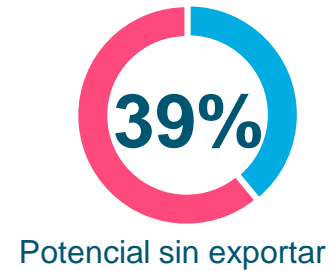
Webinar
Exportador

Productos potenciales en el mercado de Chile

Aceitunas conservadas
PA 0711.20



Potencial de exportación
US\$ 12, 963
Miles de FOB



Exportación de la región
Tacna a Chile, 2019
US\$ 9, 572
Miles de FOB

Los demás T-shirt de
algodónx
PA 6109.10



Potencial de exportación
US\$ 6, 137
Miles de FOB

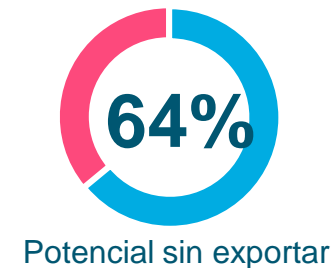


Exportación de la región
Tacna a Chile, 2019
US\$ 1, 842
Miles de FOB

Placas, láminas de
polímeros etileno
PA 3920.10



Potencial de exportación
US\$ 6, 048
Miles de FOB



Exportación de la región
Tacna a Chile, 2019
US\$ 2, 572
Miles de FOB



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Planes de Desarrollo de mercado de Chile

Entidades

Banco Central de Chile	www.bcentral.cl
ProChile	www.prochile.Gob.cl
Instituto Nacional de Estadísticas (INE)	www.ine.cl
Cámara de Comercio de Santiago (CCS)	www.ccs.cl

OCEX - Santiago

Consejero Económico Comercial	Julio Jose Polanco Perez
Correo	jpolanco@promperu.gob.pe
Teléfono	562-27063567

Ferias

Feria	Sector	Fecha	Web
Espacio Food & Service	Alimentos	Setiembre	www.espaciofoddservice.cl
Aqua Sur Puerto Montt	Alimentos	Octubre	www.aqua-sur.cl
Fruittrade	Alimentos	Octubre	www.fruittrade.cl
Feria Mamá y Bebé	Vestimenta	Octubre	www.feriamamaybebe.cl



PDM - Chile

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/285237-plan-de-desarrollo-de-mercado-de-chile>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar Exportador

Análisis del mercado de Colombia



50.34 millones de habitantes

Fuente: World Bank (julio 2020)



US\$ 15 643

PBI Per cápita (PPP)

Fuente: World Bank (julio 2020)

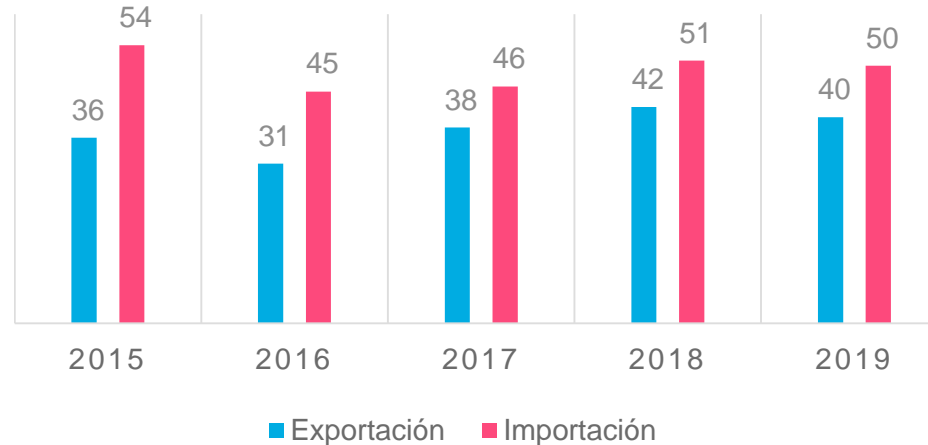


7% Exportación de alta tecnología

Con respecto a las exportaciones de productos manufacturados

Fuente: World Bank (julio 2020)

COMERCIO DE COLOMBIA EN US\$ MILES DE MILLONES



Fuente: ITC- TradeMap

Principales proveedores, 2019



Estados Unidos, 26 %



China, 21%



México, 7%

Principales compradores, 2019



Estados Unidos, 31 %



China, 12%



Panamá, 6%



15.9% PBI

exportaciones de bienes y servicios

En 2019

22.2% PBI

importaciones de bienes y servicios

Fuente: World Bank (julio 2020)

Exportaciones No Tradicionales, 2019

Plátanos frescos, **2.2%**

Automóviles de turismo, **0.7%**

Aceite de palma, **0.7%**

Polipropileno, **0.7%**

Concentrados de café, **0.6%**

Análisis del mercado de Colombia

Negociación



La toma de decisiones es **jerárquica**. Por ende, se debe negociar con su contraparte homóloga es vital.



Establecer una estrategia de **promoción virtual** / Predomina el comercio electrónico en el comercio retail.



Son cordiales, proponen un excelente ambiente de negocio. No obstante, para ciertos círculos cerrados de negocios se debe buscar **un contacto estratégico**.

Logística



Logistics Performance Index - LPI

94 de 160 países

Puerto Origen	Callao
Puerto Destino	Barranquilla
Frecuencia	Semanal

NAVIERA	T/T	AGENTE
CMA CGM	27 días	CMA CGM Perú
Maersk Line	13 días	Ian Taylor & Co.
Hamburg Sud	10 días	Cosmos Agencia Marítima
MOL	14 días	MOL Perú S.A.C.

Puerto Origen	Callao
Puerto Destino	Cartagena
Frecuencia	Semanal

NAVIERA	T/T	AGENTE
CMA CGM	6 días	CMA CGM Perú
Maersk Line	12 días	Ian Taylor & Co.
Hamburg Sud	6 días	Cosmos Agencia Marítima
CCNI	7 días	AGUNSA

Acuerdos

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- 1.EFTA
- 2.Canadá
- 3.Chile
- 4.Estados Unidos
- 5.México
- 6.Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)
- 7.Unión Europea
- 8.Corea del Sur
- 9.Costa Rica
10. CARICOM
11. MERCOSUR
- 12.Nicaragua
13. Venezuela
14. Cuba
15. CAN
- 16.Alianza del Pacífico

En negociación con países y/o grupos de países

- 1.Turquía
- 2.Japón
- 3.TISA

Acuerdos suscritos con países y/o grupos de países

- 1.Israel
- 2.Panamá



PERÚ

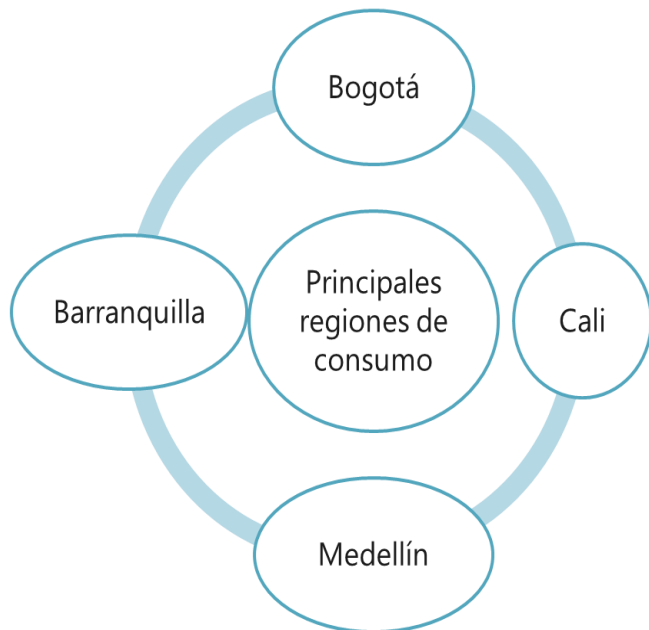
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Mercado de Colombia – Alimentos y Bebidas

Colombia es el **9no** país proveedor de frutas exóticas del mundo.



El canal tradicional tiene gran participación en el mercado frente al canal moderno.



El 2017, el “**Gasto promedio mensual en frutas y hortalizas**” fue de **USD 34,3**



Venta total del sector: **USD 20.3** mil millones



La industria aporta: **2.6% PBI**



Importo **USD 5 438** millones
Exporto **USD 7 172** millones



Desde Perú, Colombia importa: Aceite de palma, de almendra, uvas, galletas, cebollas, frijoles y demás complementos alimenticios.



196 centro comerciales



el consumidor compra en promedio cada **dos días** productos en la canasta regular, y cada seis algún producto saludable.



Supermercados	Importadores
Éxito Grupo Empresarial Olímpica Alkosto Jumbo	Almacenes Éxito SA Colombiana de Comercio SA Almacenes la 14 SA



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Mercado de Colombia – Textil y Vestimenta

Los próximos cinco años el sector espera un alza del **17.4%** en el consumo interno de ropa interior.



El 2018, el “**Gasto promedio mensual de en vestimenta**” fue de: **USD 114**



Venta total de vestimenta y calzado: **USD 13.8** mil millones



La industria aporta: **1.13% PBI**



Importo **USD 2 208** millones
Exporto **USD 769** millones



Desde Perú, Colombia importa: Tejidos de puntos de algodón, camisas de punto de algodón, vestidos de punto para mujer, fibras acrílicas y mono acrílicas, t-shirt y prendas para bebés.



6 500 empresas en el sector



Demanda en promedio **23** prendas al año

Empresa	Tiendas	Algunas marcas propias / tradicionales (licencias)
Zara	61	Pull & Bear, Bershka, Massimo Dutti, Stradivarius, Zara Home Oysho
Crystal	150	Gef, Punto Blanco, Baby Fresh y Galaxy
Arturo Calle	90	AC Kids, AC Leather
STF Group	41	Studio F, Ela y Top One
Grupo Uribe	95	Mango, Esprit, Naf o Chevignon y American Eagle





PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Productos potenciales en el mercado de Colombia

Harina de pescado
PA 2301.20



Potencial de exportación
US\$ 24, 210
Miles de FOB



Exportación de la región Tacna al mundo, 2019
US\$ 1
Miles de FOB

Cebollas y chalotes,
frescos o refrigerados
PA 0703.10



Potencial de exportación
US\$ 8, 381
Miles de FOB

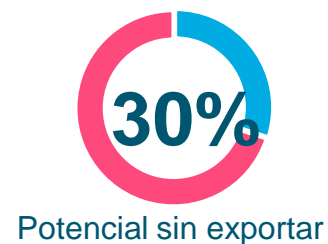


Exportación de la región Tacna al mundo, 2019
US\$ 1, 561
Miles de FOB

Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños
PA 6105.10



Potencial de exportación
US\$ 7, 608
Miles de FOB



Exportación de la región Tacna al mundo, 2019
US\$ 230
Miles de FOB



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Planes de Desarrollo de mercado de Colombia

Banco Central de Colombia	www.banrep.gov.co
ProColombia	www.procolombia.co
Departamento Administrativo Nacional de Estadística	www.dane.gov.co
Cámara de Comercio de Bogotá	www.ccb.org.co

Ferias

Feria	Sector	Fecha	Web
Agroexpo	Alimentos	Julio	www.agroexpo.com
Colombia Moda	Vestimenta	Julio	www.colombiamodaxmoda.org.co
Colombiatex	Vestimenta	Enero	www.colombiatex.inexmoda.org.co
Farex	Vestimenta	Enero	www.farex.org

OCEX - Bogotá

Consejero Económico Comercial	Soledad Campos Mendoza
Correo	secampos@promperu.gob.pe
Teléfono	(+57) 1 7463422



PDM Colombia

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/286938-plan-de-desarrollo-de-mercado-de-colombia>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar Exportador

Análisis del mercado de México



127.57 millones de habitantes

Fuente: World Bank (julio 2020)



US\$ 20 410

PBI Per cápita (PPP)

Fuente: World Bank (julio 2020)

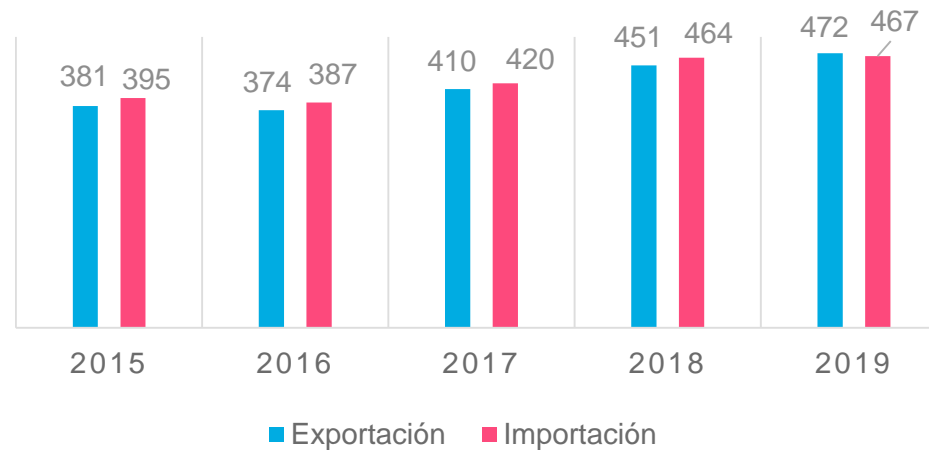


21% Exportación de alta tecnología

Con respecto a las exportaciones de productos manufacturados

Fuente: World Bank (julio 2020)

COMERCIO DE MÉXICO EN US\$ MILES DE MILLONES



Fuente: ITC- TradeMap

Principales proveedores, 2019



Estados Unidos, 44 %



China, 18%



Japón, 4%

Principales compradores, 2019



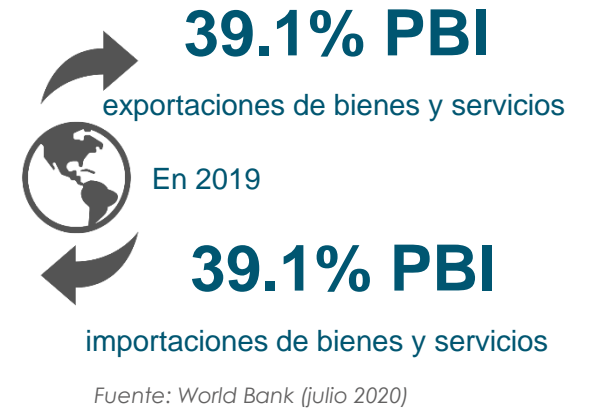
Estados Unidos, 76 %



Canadá, 3%



Alemania, 2%



Exportaciones No Tradicionales, 2019

- Automóviles de turismo, **15.7%**
- Automóviles y sus partes, **13.3%**
- Unidad de proceso digital, **4.3%**
- Tractores de carretera, **1.6%**
- Cerveza de malta, **0.9%**

Análisis del mercado de México

Negociación



La tolerancia, la comprensión y la amabilidad son indicadores que facilitarán su incursión en el mercado mexicano.



Las citas de negocios deben agendarse por lo menos con dos semanas de antelación.



La dinámica de negociación se basa en el regateo y en buscar el beneficio para ambas partes.

Logística



Logistics Performance Index - LPI

51 de 160 países

Puerto Origen	Callao
Puerto Destino	Manzanillo
Frecuencia	Semanal

NAVIERA	T/T	AGENTE
CMA CGM	8 días	CMA CGM Perú
NYK	6 días	Transmeridiam
Hamburg Sud	7 días	Cosmos Agencia Marítima
Evergreen	7 días	Greenandes

Puerto Origen	Callao
Puerto Destino	Lázaro Cárdenas
Frecuencia	Semanal

NAVIERA	T/T	AGENTE
CMA CGM	7 días	CMA CGM Perú
Maersk Line	7 días	Ian Taylor & Co.
Hamburg Sud	7 días	Cosmos Agencia Marítima
Evergreen	7 días	Greenandes

Acuerdos

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|-----------------|-------------------------|
| 1.T - MEC | 10.Japón |
| 2.CPTPP | 11. Israel |
| 3.Perú | 12. Ecuador |
| 4.Uruguay | 13. Colombia |
| 5.Paraguay | 14. Argentina |
| 6.Cuba | 15. Brasil |
| 7.Panamá | 16. Chile |
| 8.Unión Europea | 17.Alianza del Pacífico |
| 9.Bolivia | |

En negociación con países y/o grupos de países

- 1.Corea del Sur

Mercado de México – Alimentos y Bebidas



Tendencia a lo saludable, incremento del consumo de productos saludables, naturales, con alto valor nutricional.



Incremento del consumo de productos gourmet respaldado por la existencia de una amplia clase alta que demande productos de calidad.

**100%
KOSHER
FOOD**

Incremento de compras de productos kosher por la alta concentración de comunidad judía en el país.



Interés por productos que brinden una excelente relación **precio – calidad**.



La Distribución

- ✓ Canal Directo
- ✓ Gran Distribución

Avance de las tiendas de conveniencia

"Apoyar a los importadores-distribuidores con campañas de promoción y publicidad en puntos de venta o centros de consumo"



Tercera posición mundial en consumo de refrescos. Demanda de té listo para consumir, jugos naturales y otras bebidas bajo en azúcar.



México es también uno de los líderes mundiales en el consumo de agua embotellada.



Empaques **ecológicos** y **fácil de usar**.

Conservas: pouche y tetra pack

Mercado de México – Vestimenta



“**Moda Rápida**” que ofrece productos accesibles, pero que cambia rápidamente, con lo que aumenta la frecuencia de compra e impulsa el crecimiento de mercado.



La industrial textil mexicana tiene dos temporadas de venta: invierno (**diciembre y enero**) y verano (**julio y agosto**), las preparaciones para la temporada de invierno empiezan en septiembre y en febrero empiezan las de la temporada de verano.



Los lugares donde más se acostumbra a comprar ropa en México son **tiendas departamentales**.



Venta total de vestimenta:
USD 7 375 millones



La industria aporta: **0.53% PBI**



Importo **USD 3 000 millones**
Exporto **USD 4 000 millones**



Más de la mitad de los consumidores considera que las prendas nacionales son mejores que las importadas.

Cadena	Descripción
El Palacio de Hierro	Tienda departamental de mayor prestigio en México
Liverpool	4 600 proveedores de tamaño diverso
Sears	Se abastece de proveedores nacionales



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

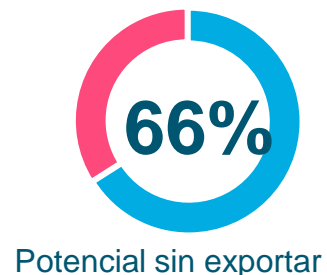
Webinar Exportador

Productos potenciales en el mercado de México

Lacas colorantes
PA 3205.00



Potencial de exportación
US\$ 3, 528
Miles de FOB



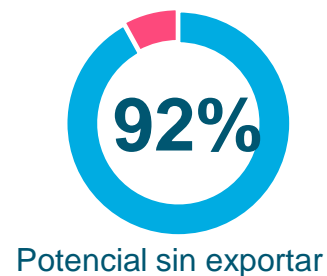
Exportación de la región Tacna al mundo, 2019

US\$ 8
Miles de FOB

Aceitunas preparadas o conservadas, sin congelar
PA 2005.70



Potencial de exportación
US\$ 3, 732
Miles de FOB



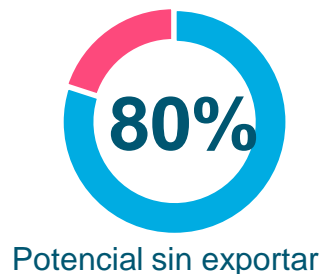
Exportación de la región Tacna a México, 2019

US\$ 112
Miles de FOB

Placas, láminas de polímeros etileno
PA 3920.10



Potencial de exportación
US\$ 6, 048
Miles de FOB



Exportación de la región Tacna al mundo, 2019

US\$ 5, 990
Miles de FOB



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Planes de Desarrollo de mercado de

México

Banco Central de México	www.banxico.org.mx
Secretaria de Relaciones Exteriores	www.gob.mx/sre
Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI	www.inegi.org.mx
Cámara de Comercio de Ciudad de México	www.ccmexico.com.mx/es/

Ferias

Feria	Sector	Fecha	Web
International Food Technology Summit & Expo México	Alimentos	Setiembre	www.foodtechnologysummit.com
Alimentaria México	Alimentos	Junio	www.alimentariamexico.com
Intermoda Guadalajara	Vestimenta	Enero	www.intermoda.com.mx
Modama	Vestimenta	Octubre	www.modama.com.mx

OCEX – Ciudad de México

Consejero Económico Comercial	Maria Teresa Villena Ramírez
Correo	mwillena@promperu.gob.pe
Teléfono	+52 (55) 80000152



PDM México

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/286947-plan-de-desarrollo-de-mercado-de-mexico>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Webinar
Exportador

Conozcamos los estudios de mercado Mincetur

Planes de Desarrollo de Mercado - PDM



19
PDM
PUBLICADOS

+100
PERFILES
CARTILLAS
PRODUCTO-
MERCADO

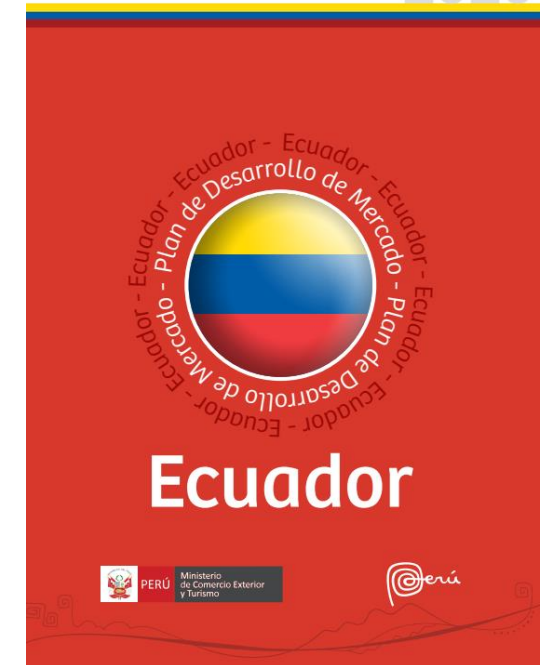
PDM Bolivia

2019



PDM Ecuador

2020



[Ver PDM](#)

[Ver Cartillas producto-país](#)

[Ver Cartillas producto-continente](#)

Webinar Exportador



PERÚ

Ministerio de Comercio
Exterior y Turismo



Alianza del
Pacífico



Franklin Flores

Velarde

Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales -
VMCE

ffloresv@mincetur.gob.pe

Preguntas y respuestas

¿Alguna consulta?

Lima, 16 de junio de 2021