



Seminarios virtuales Miércoles del Exportador



La Alianza del Pacífico en su dimensión económica y comercial

Lima, 8 de noviembre de 2023



Diego Corthorn

Consultor en Comercio Internacional

diegocorthorn@gmail.com

0. Introducción

El Perú tiene 22 acuerdos comerciales en vigor con 58 países, los cuales representan el 83% del PBI mundial y más de 3,200 millones de potenciales consumidores (43% de la población global).

Red de Acuerdos Comerciales Internacionales





1

Conociendo la Alianza del Pacífico

1. Aspectos generales de la AP

Mecanismo de integración regional conformado por Chile, Colombia, México y Perú, establecido en abril de 2011 y constituido formal y jurídicamente el 6 de junio de 2012, con la suscripción del Acuerdo Marco. Este proceso busca crear mercados atractivos entre sus países miembros para lograr una mayor competitividad a nivel internacional



Compuesto por:



Chile



Colombia



México



Perú

Centrado en el libre comercio, basado en:

- Mayor competitividad
- Mayor crecimiento
- Mayor desarrollo

Libre movilidad de:

- Bienes
- Servicios
- Capitales
- Personas



Plataforma comercial de proyección al mundo, con especial énfasis en el Asia Pacífico

1. Generalidades AP



- Es un proceso de integración regional **joven**, pero con **resultados tangibles**.
- Su objetivo es construir un **área de integración profunda** para avanzar hacia la **libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas**.
- Impulsar el **crecimiento, desarrollo y competitividad** de las economías de los países.
- Convertirse en una **plataforma de integración económica y comercial**, de **proyección al mundo**, con especial énfasis al **Asia Pacífico**.

1. Una Alianza estratégica



- Es un proceso de integración abierto e incluyente, constituido por países con visiones afines de desarrollo y promotores del libre comercio como impulsor de crecimiento.
- Es una iniciativa dinámica, con alto potencial y proyección para los negocios.
- En conjunto las economías de los países miembros ocupan el octavo sitio a nivel mundial.
- Se orienta hacia la modernidad, el pragmatismo y la voluntad política para enfrentar los retos del entorno económico internacional.
- Ofrece ventajas competitivas para los negocios internacionales, con una clara orientación a la región Asia-Pacífico.

1. Generalidades de los países miembros



- Idioma, cultura, usos horarios, estilos de negociación.
- Comparten aspiraciones de crecimiento económico, generación de empleo e inserción en los procesos globales de innovación tecnológica.
- La población es en su mayoría joven y constituye una fuerza de trabajo calificado, así como un mercado atractivo con poder adquisitivo en constante crecimiento.
- Ritmo de crecimiento sostenido y acelerado.
- Política comercial abierta.
- Proyección al mundo, con énfasis en el Asia Pacífico.
- Democracias estables.

1. Objetivos generales de la AP

- **Construir**, de manera participativa y consensuada, **un área de integración profunda** para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.
- **Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías** de las Partes, con miras a lograr un mayor bienestar, la superación de la desigualdad socioeconómica y la inclusión social de sus habitantes.
- **Convertirse en una plataforma de articulación política; de integración económica y comercial;** y de proyección al mundo, con especial énfasis en el Asia Pacífico.

La agenda de la Alianza del Pacífico busca trascender el ámbito comercial con el objetivo de fortalecer la acción conjunta y coordinada entre las agencias de promoción, así como la cooperación destinada a impulsar el fortalecimiento de la competitividad e innovación de las PYMES. De igual manera, busca impulsar la investigación en materia de cambio climático así como facilitar la movilidad estudiantil y académica, el tránsito migratorio, entre otros.



1. Instrumentos jurídicos de la AP



ACUERDO MARCO

VIGENTE DESDE JULIO 2015

Es el instrumento jurídico que sienta las bases institucionales, establece los objetivos, estructura y funcionamiento de la Alianza, así como los requisitos de participación de los Estados Observadores.



PROTOCOLO COMERCIAL

VIGENTE DESDE MAYO 2016

Es el instrumento que establece las bases de la relación comercial entre sus miembros. Se podría decir que es el Acuerdo de Libre Comercio de la Alianza.



2 PROTOCOLOS MODIFICATORIOS

VIGENTE DESDE ABRIL 2020

Dos instrumentos que regulan un anexo sobre cosméticos, comercio electrónico, telecomunicaciones y mejora regulatoria.

1. Instrumentos jurídicos de la AP: Protocolo Comercial

- ▶ Vigente desde el 1 de mayo de 2016.
- ▶ Busca extender y aprovechar en mayor medida los beneficios del comercio existente entre los miembros.
- ▶ El Protocolo está administrado por la Comisión de Libre Comercio. Contiene 19 capítulos:



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



SERVICIOS Y CAPITALES

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



OTRAS DISCIPLINAS

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

1. Otros instrumentos jurídicos en la AP



DECLARACIONES PRESIDENCIALES



VISIÓN ESTRATÉGICA 2030
DE LA ALIANZA
DEL PACÍFICO



DECISIONES DEL
CONSEJO DE MINISTROS



TRATADO DE LIBRE COMERCIO
ENTRE SINGAPUR Y LA
ALIANZA DEL PACÍFICO



DECISIONES DE LA COMISIÓN DE
LIBRE COMERCIO DEL PROTOCOLO
ADICIONAL



DECLARACIONES CONJUNTAS DE LA
ALIANZA DEL PACÍFICO CON SOCIOS
ESTRATÉGICOS

1. Estructura orgánica de la AP



- El Protocolo Comercial es administrado por la Comisión de Libre Comercio, la cual está conformada por funcionarios de nivel ministerial, en el caso del Perú el Ministro de Comercio Exterior y Turismo. Bajo el Protocolo se tienen Comités, Subcomités y Grupos de Trabajo.
- El Consejo de Ministros está conformado por los Ministros de Comercio Exterior y Relaciones Exteriores, mientras que en el Grupo de Alto Nivel participan los Viceministros de dichos sectores. Los Coordinadores Nacionales son los encargados del seguimiento más cercano de los Grupos Técnicos. En el Perú, la Coordinación Nacional de la Alianza del Pacífico es compartida entre el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Consejo de Cooperación: Integrado por las agencias de cooperación de los cuatro países para impulsar y materializar iniciativas concretas con los Estados Observadores.
- Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (hay una diapositiva especial sobre el mismo): Conformado por representantes del sector privado de los 4 países.
- Ministros de Finanzas: Los Ministros de Finanzas se reúnen desde el año 2015 con el objetivo de avanzar en materia de integración económica y financiera en la AP.
- Comisión Interparlamentaria: Integrado por representantes de los Congresos de los 4 países AP para dar seguimiento a los avances de la AP.

1. Estados observadores de la AP

63

ESTADOS OBSERVADORES
ALIANZA DEL PACÍFICO



AMÉRICA

✿ Argentina
✿ Canadá
✿ Costa Rica
✿ Ecuador
✿ El Salvador
✿ Estados Unidos
✿ Guatemala
✿ Haití
✿ Honduras
✿ Panamá
✿ Paraguay
✿ República Dominicana
✿ Trinidad y Tobago
✿ Uruguay

ÁFRICA

✿ Egipto
✿ Marruecos

ASIA

✿ Arabia Saudita
✿ R.P. China
✿ Corea
✿ Emiratos Árabes Unidos
✿ Filipinas
✿ India
✿ Indonesia
✿ Israel
✿ Japón
✿ Kazajistán
✿ Pakistán
✿ Singapur
✿ Tailandia

EUROPA

✿ Alemania
✿ Armenia
✿ Austria
✿ Azerbaiyán
✿ Belarús
✿ Bélgica
✿ Croacia
✿ Dinamarca
✿ Eslovaquia
✿ Eslovenia
✿ España
✿ Finlandia
✿ Francia
✿ Georgia
✿ Grecia
✿ Hungría

✿ Irlanda
✿ Italia
✿ Lituania
✿ Malta
✿ Noruega
✿ Países Bajos
✿ Polonia
✿ Portugal
✿ Reino Unido
✿ República Checa
✿ Rumania
✿ Serbia
✿ Suecia
✿ Suiza
✿ Turquía
✿ Ucrania

OCEANÍA

✿ Australia
✿ Nueva Zelandia

- Observadores presentes en los cinco continentes.
- Interés de 13 países del Asia.
- Vínculo de cooperación con el bloque de integración regional.
- Participar en las diversas reuniones (previa autorización).
- Pueden realizar proyectos y acciones de cooperación (objetivos fundacionales).
- Podrán ser candidatos a Estados Parte.

1. Estados asociados de la AP y otros mecanismos de participación



- Alianza del Pacífico y Singapur firman Acuerdo de Libre Comercio
- Negociaciones miembro pleno: Ecuador
- Interés en participar como miembros plenos: Panamá, Costa Rica y Honduras
- Proyectos de cooperación establecidos con países como Canadá, Hungría, Nueva Zelanda, España, Japón y Suiza.
- Relaciones significativas con organismos destacados como: MERCOSUR, UE, ASEAN y CEE

1. Visión Estratégica de la AP

Hoy en día, contamos con una visión común que proyecta el camino que debe seguir la Alianza hacia el año 2030. Esta visión estratégica se compone de cuatro componentes:



- **Más integrada**: Mayor profundidad en la integración del bloque, con lo que buscamos aumentar el comercio intrarregional, facilitar el comercio y posicionar a nivel regional una estructura institucional.



- **Más global**: Posicionamiento global como referente comercial, promoviendo el libre comercio de bienes y servicios y continuar el compromiso de mercados abiertos, promoviendo el acercamiento con terceros mercados y aumentando nuestra presencia conjunta en todos los continentes.

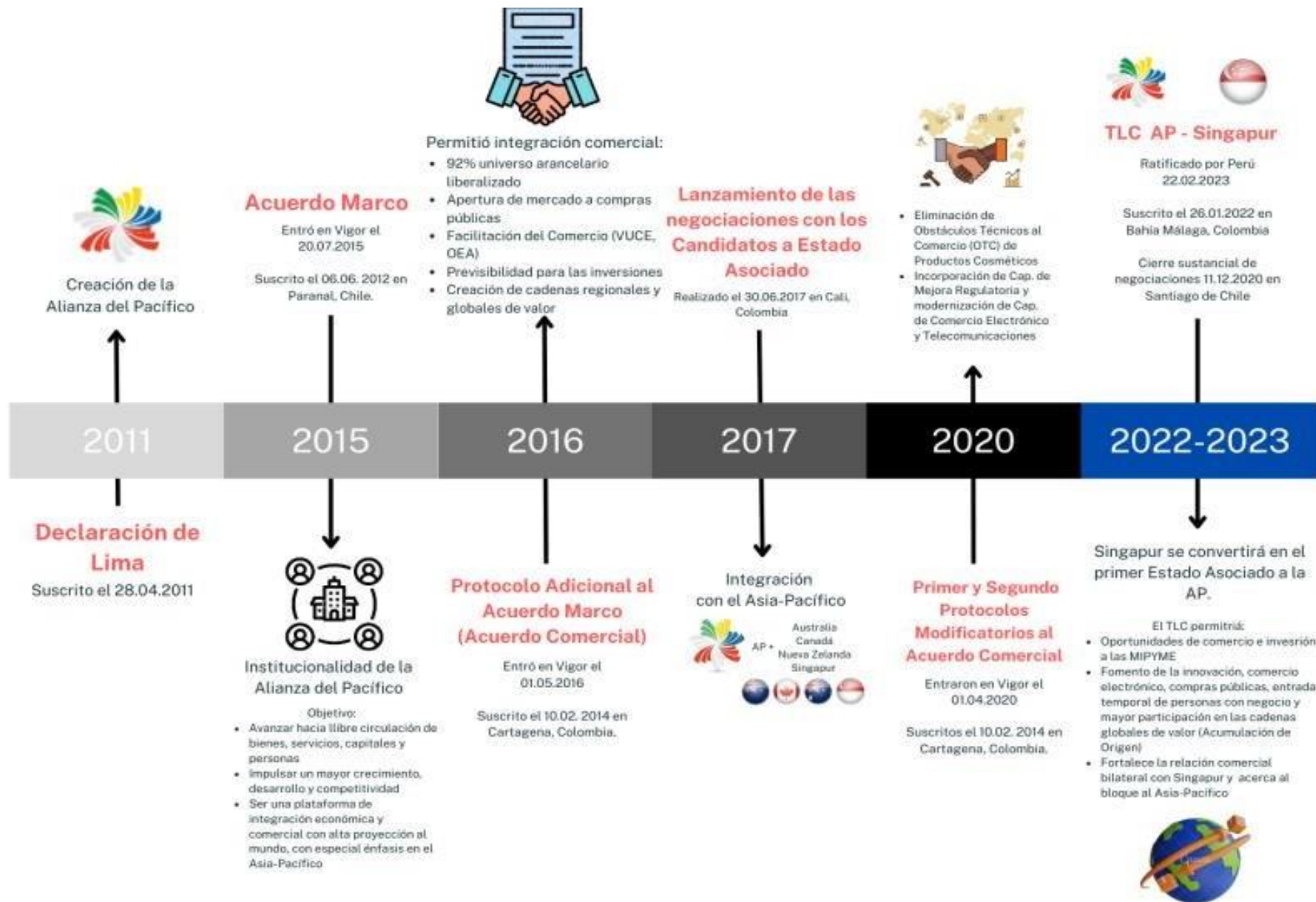


- **Más conectada y más emprendedora**: Mayor conectividad, enfocándonos en conectar digitalmente a nuestros ciudadanos y empresas brindando acceso a más información que permita a la región avanzar en innovación y competitividad. Promover los emprendimientos y facilitar el comercio.



- **Más ciudadana y mejor gestionada**: Mayor diálogo con la ciudadanía, consolidando el libre tránsito de la población dentro de los cuatro países, consiguiendo una identidad cultural ampliamente reconocida basada en valores, principios, costumbres y una visión común.

1. Logros e indicadores de interés en la AP



1. Logros e indicadores de interés en la AP

PYME



- Integración de Gremios PYME
- Estudio de Índice Políticas Públicas
- Fondo de Capital Emprendedor
- Plataforma de Digitalización de las MIPYME
- Red de Incubadoras Empresariales



Ciencia, Tecnología e Innovación



- Ecosistema de Ciencia, Tecnología de la Alianza del Pacífico (ECTIAP)
- Hoja de Ruta para promover la adopción de las tecnologías de la cuarta revolución (2022)
- Red de Emprendimiento Corporativo
- Red "Impactamos"

Encadenamientos Productivos



- Cierre de brechas de información entre clientes y proveedores
- Conexión entre empresarios
- Buenas prácticas en materia de encadenamientos productivos

1. Logros e indicadores de interés en la AP

Convergencia Regulatoria

- Cosméticos
- Aseo Doméstico

- Suplementos Alimenticios
- Dispositivos Médicos



Economía Digital

- Avances en la implementación del Mercado Digital Regional (MDR)
- Diálogo Público-Privado para la implementación del MDR

- Coordinaciones con el Consejo de Ministros de Finanzas para las acciones de su competencia.



Turismo

- Macrorruedas de Turismo
- Herramienta de consulta homologada de estadísticas en turismo intrarregional

- Conciencia y Cultura Turística
- Inversiones en turismo



1. Logros e indicadores de interés en la AP



Otros logros



- ❑ Siete sedes de Embajadas compartidas (Argelia, Vietnam, Azerbaiyán, Ghana, Hungría, Marruecos y Singapur).
- ❑ Más de 180 actividades de promoción en exportaciones, inversión y turismo contando con más de 3500 participaciones de empresas exportadoras/receptivas.
- ❑ Supresión de visas de turismo y de negocios entre los 4 países.
- ❑ Programa de Vacaciones y Trabajo
- ❑ Suscripción de un Acuerdo de Asistencia Consular
- ❑ Voluntariado Juvenil
- ❑ Encuentro Ministerial sobre Empoderamiento Femenino
- ❑ Eventos: Mujeres y Fintech, Foros anuales de Cooperación Internacional de la Alianza del Pacífico, LAB4+, entre otros.

1. PYMES e Innovación



RED DE AGENCIAS PÚBLICAS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO (*INNOVAP*)



RED DE ACELERADORAS DE NEGOCIOS AP (*ACELERAP*) para emprendimientos y empresas de base tecnológica.



RED DE INVERSIONISTAS (*INNVERAP*)

- Expansión de posibilidades de financiamiento para start-ups;
- Oportunidades de inversión transfronteriza.



Creación del Sello **EXPORTA FACIL AP** para reducir tiempos de entrega de envíos postales expresos y simplificación de tramites, apoyando el trabajo de las pymes de la región.



Creación del **Fondo de Capital Emprendedor de la Alianza del Pacífico**, con apoyo del **BID** para facilitar el financiamiento y la inversión en las *PYMES* y en los emprendimientos de la Alianza. Entre 2018 y 2020 se han beneficiado **8 empresas** de los 4 países (3 con presencia en Colombia).

1. Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico



El CEAP fue constituido el 29 de agosto de 2012 y está integrado por empresarios y gremios de los cuatro países. Sus principales funciones son:



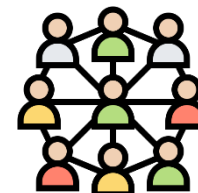
Promover la AP entre la comunidad empresarial de los países miembros y la comunidad empresarial mundial.



Dar sugerencias para mejorar los procesos de integración y cooperación económico comercial entre los 4 países.



Impulsar y sugerir visiones y acciones conjuntas hacia terceros mercados, particularmente hacia la región Asia-Pacífico.



Presentar recomendaciones a las asociaciones empresariales de los 4 países relacionadas con las áreas de cooperación.

Cada país tiene cinco miembros en su respectivo capítulo. En el caso del Perú los miembros del CEAP son: los presidentes de ADEX, la Cámara de Comercio de Lima, COMEX, Sociedad Nacional de Industrias y CONFIEP.

1. Otros logros de interés en la AP



BECAS ALIANZA DEL PACÍFICO

**¡Publicación
de resultados!**

**XIV Convocatoria de la
Plataforma de Movilidad
Estudiantil y Académica
2023-2**



2

Relevancia económica y comercial de la Alianza del Pacífico

2. Eje económico de la AP



2. Eje económico de la AP

Indicadores macroeconómicos miembros AP (Cierre 2022)

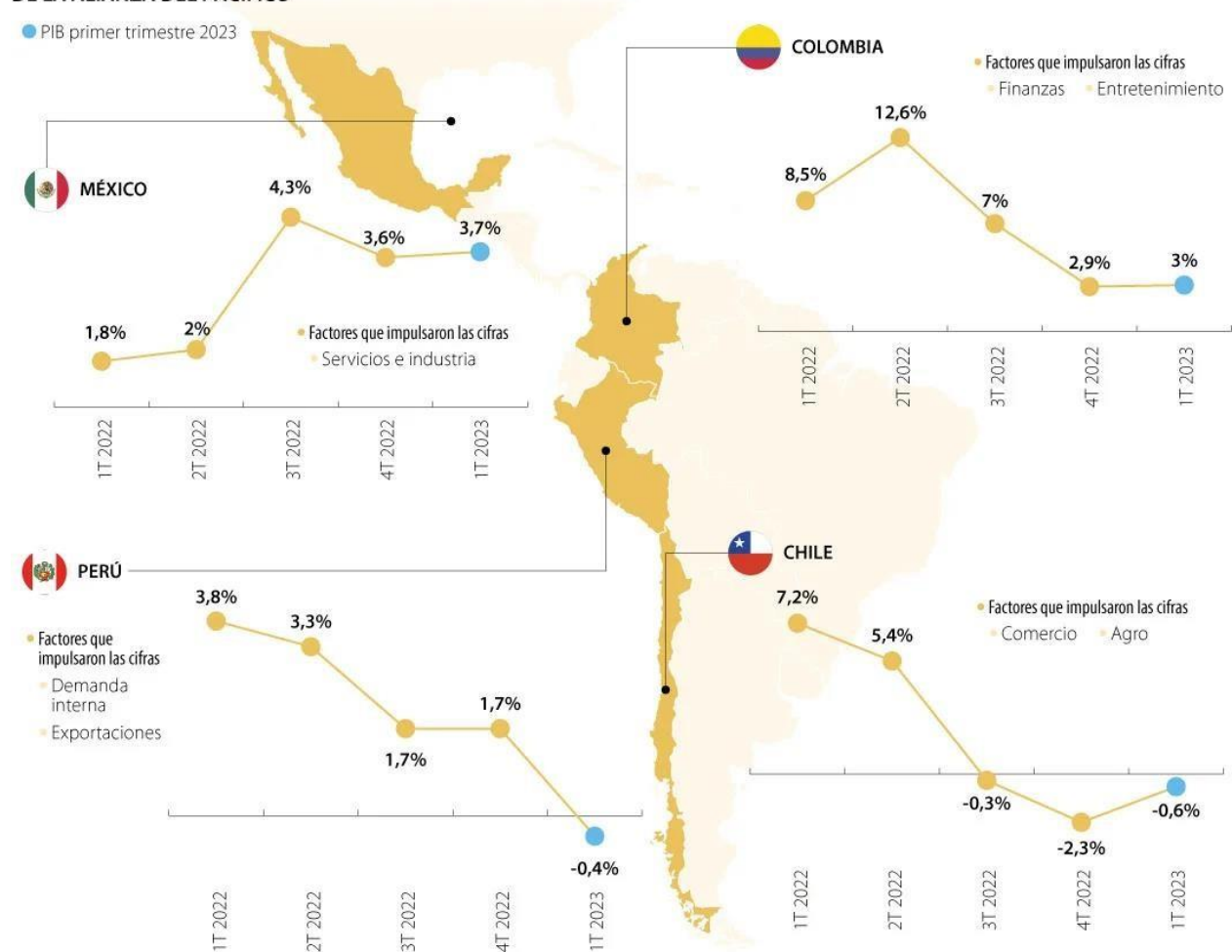
INDICADORES 2022		AP	México	Colombia	Chile	Perú
PBI nominal	US\$ MM	2 301	1 414	344	301	242
PBI per cápita (US\$)	US\$	9 758	10 868	6 664	15 095	7 094
PBI per cápita PPP	US\$	85 897	22 726	18 762	29 083	15 325
Población	Mill. Hab.	236	130	52	20	34
Crecimiento PBI %	(2018 - 2022)	3,0%	0,3%	3,2%	2,4%	2,0%
Inflación promedio %	(2018 - 2022)	5,1%	5,2%	5,4%	5,5%	4,2%
Exportación de bienes	US\$ MM	802	578	57	103	64
Importación de bienes	US\$ MM	846	605	77	109	55
Comercio de bienes	US\$ MM	1 648	1 183	135	212	118
Apertura Comercial	(% PBI)	72	84	39	70	49
Balanza comercial	US\$ MM	-44	-26	-20	-7	9
Crecimiento de comercio %	(2021 - 2022)	18	18	31	13	10
Arancel NMF Aplicado % [1]	Promedio simple	-	7	6	6	2
Ranking de Competit. Mund.	Puesto / 63*	-	55°	57°	45°	54°

[1] Arancel NMF del 2021
Fuente: SUNAT, FMI, BM, OMC, IMD, Aduanas y Bancos Centrales / Elaboración: MINCETUR-VMCE-DGIECE

Fuente: Reporte de Comercio Bilateral Perú –AP (Mincetur)

PIB de los países de la Alianza del Pacífico está dividido, mientras dos crecen, dos caen

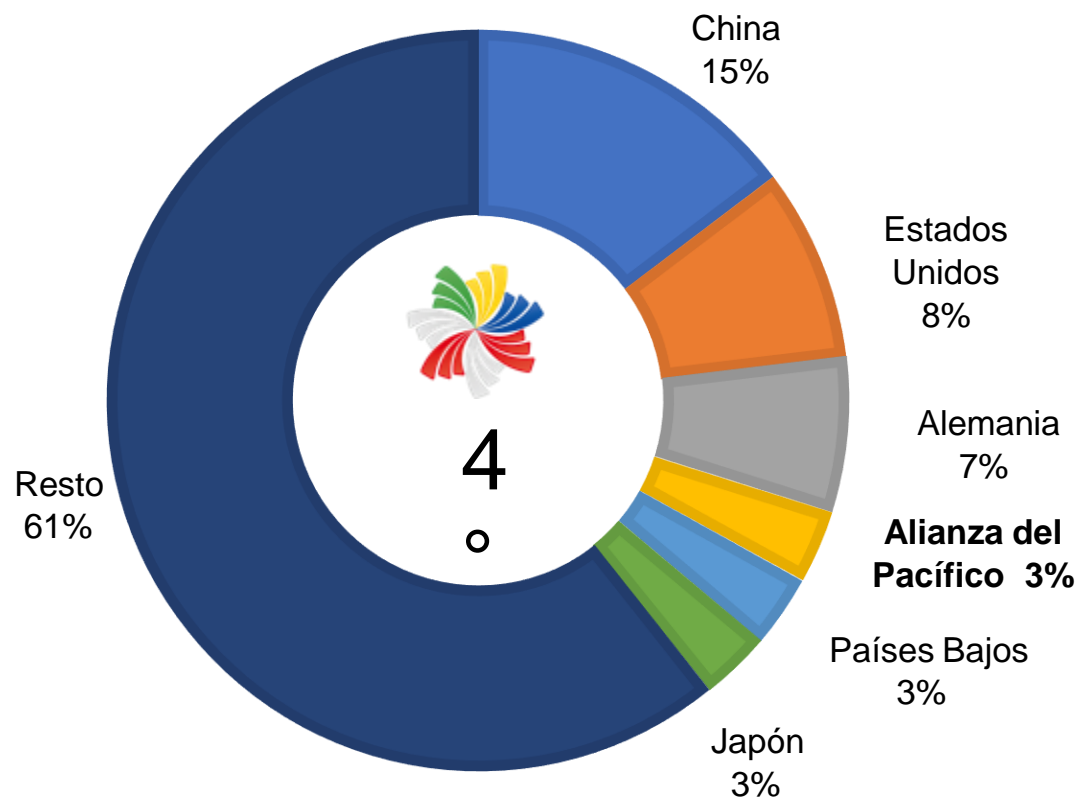
CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO



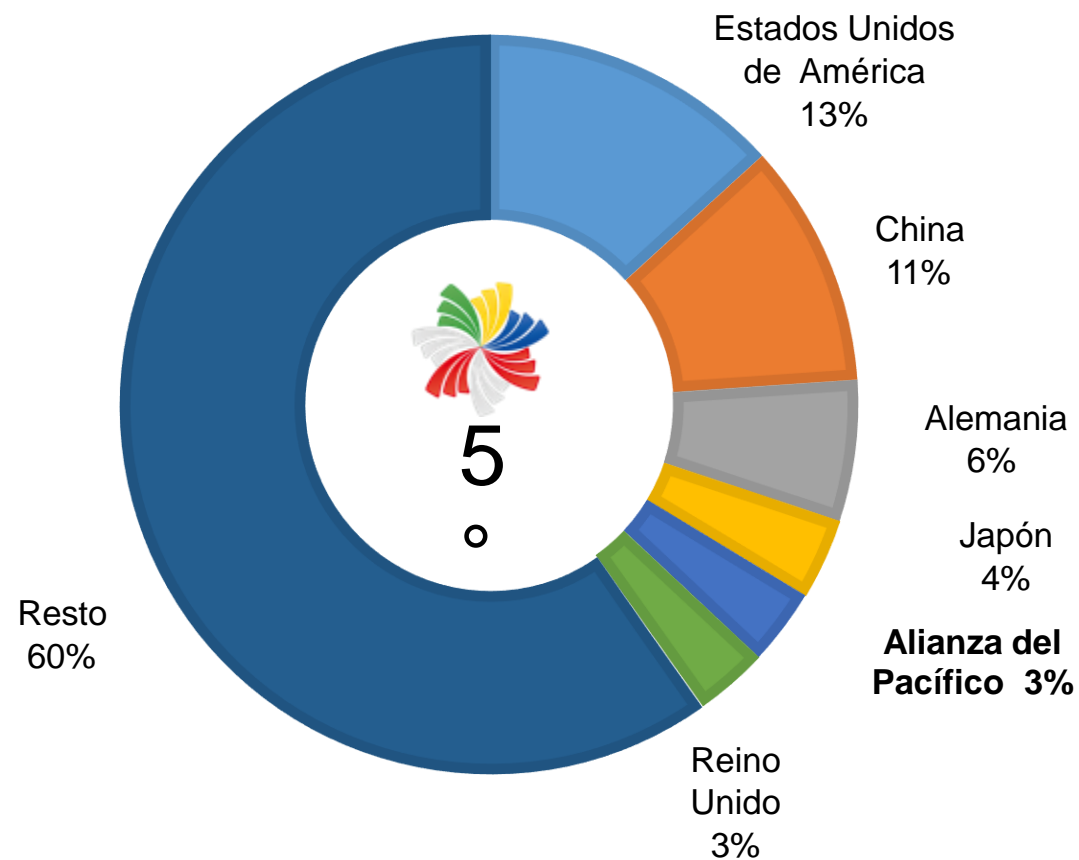
Fuente: La República (05/06/2023)

2. Eje comercial de la AP

Participación de las exportaciones mundiales 2022

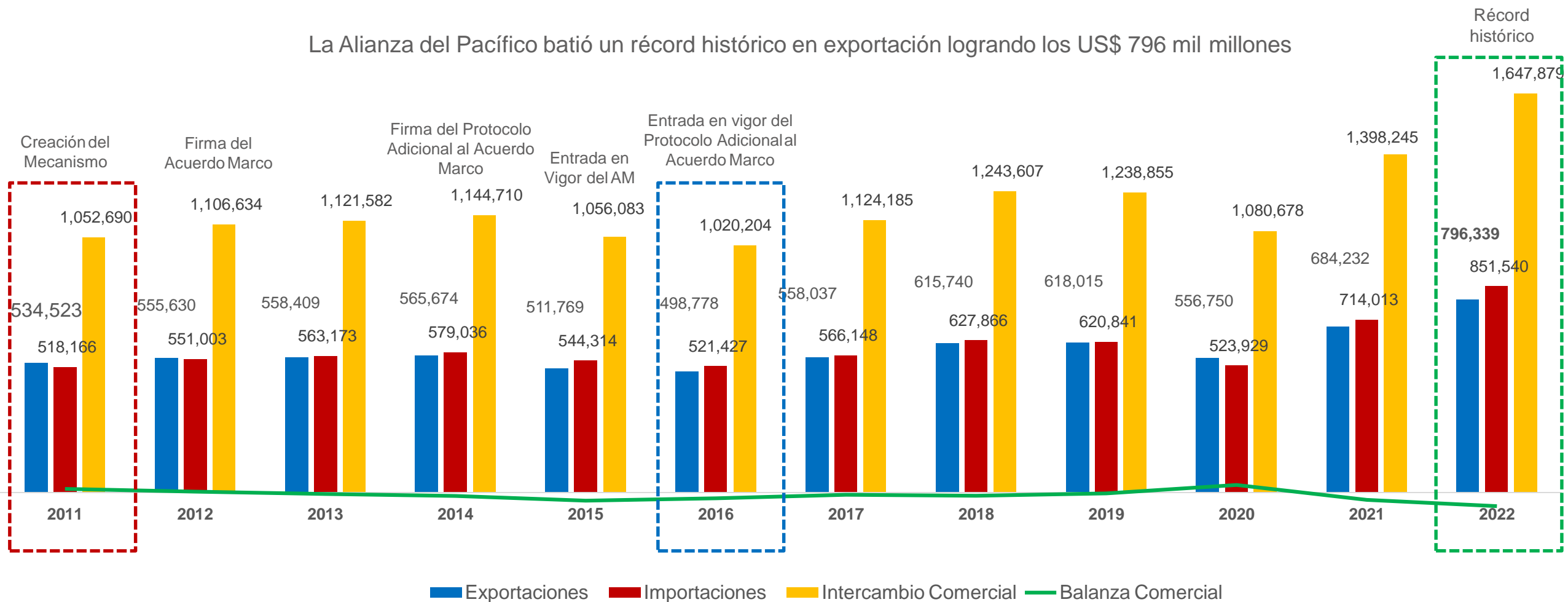


Participación de las importaciones mundiales 2022



2. Evolución del Intercambio Comercial de la AP con el mundo

La Alianza del Pacífico batió un récord histórico en exportación logrando los US\$ 796 mil millones

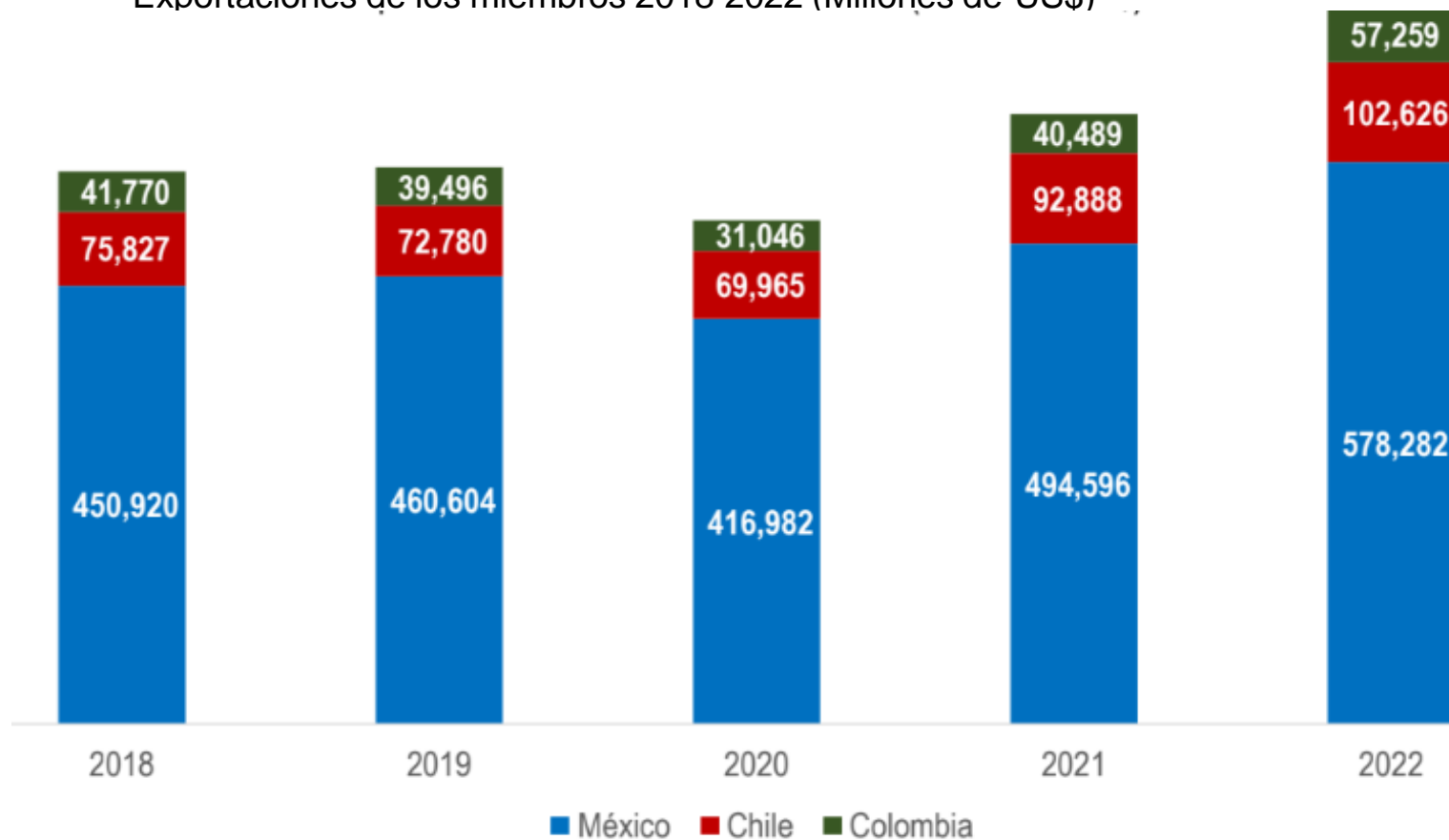


TCP % 2018-2022
 Exportaciones: 6.6%
 Importaciones: 7.9%

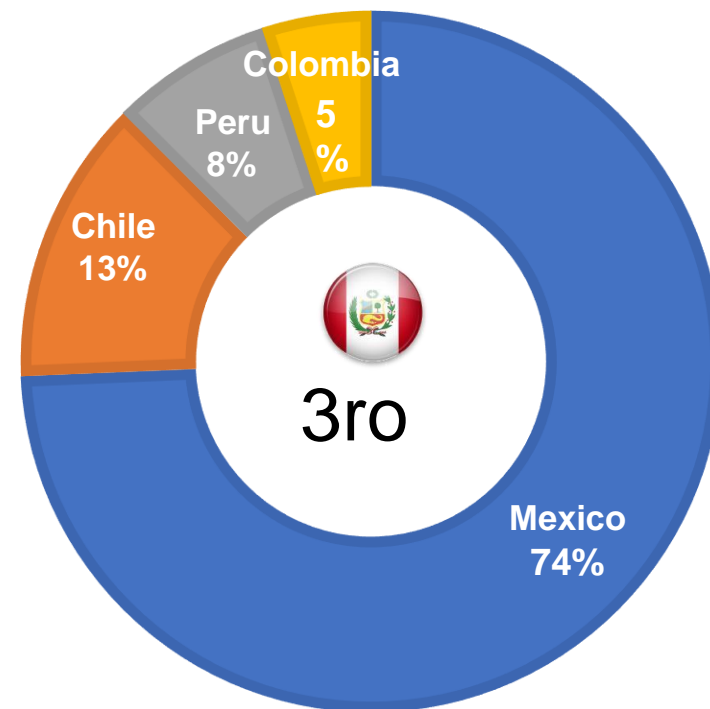
Var.% 2022-2021
 Exportaciones: 16.4%
 Importaciones: 19.3%

2. Evolución exportadora de los países miembros (no incluye Perú)

Exportaciones de los miembros 2018-2022 (Millones de US\$)



Participación de los miembros AP (2022)

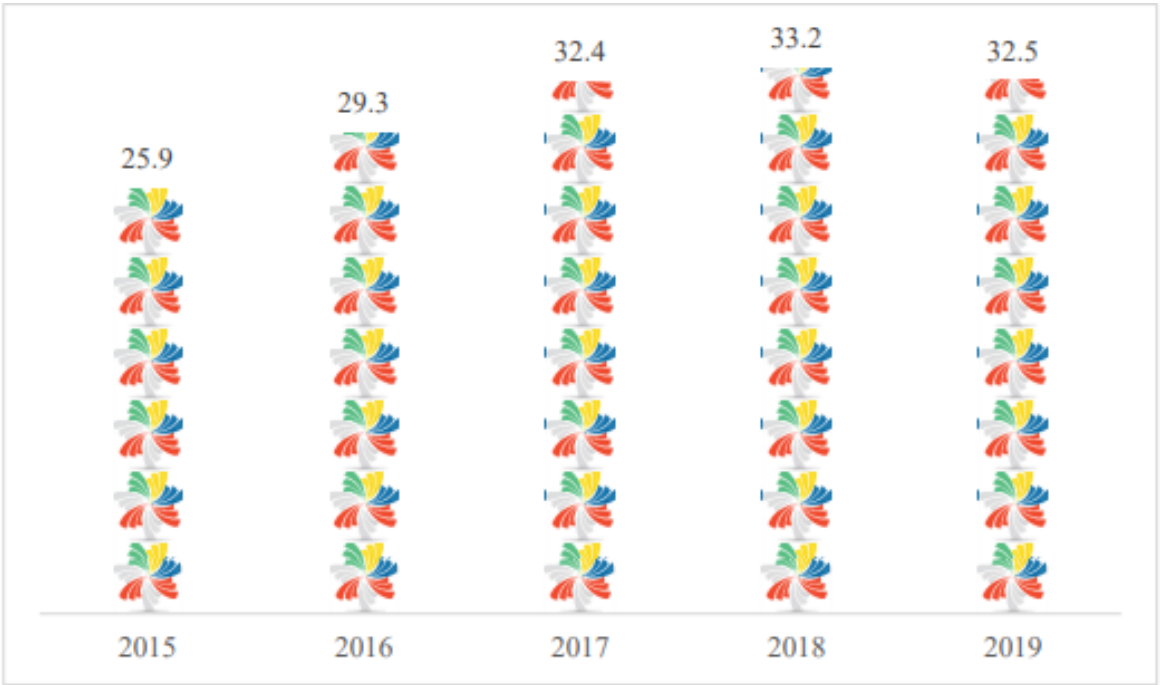


La AP tiene como principales exportaciones aceites de petróleo, minerales, maquinarias, autopartes/ accesorios y vehículos, café, paltas, uvas, entre otros

2. Eje Turístico en la Alianza del Pacífico

La Alianza del Pacífico es uno de los destinos favoritos de los viajeros que provienen de diversas partes del mundo, tal es el caso que, de acuerdo con el (Ranking de Global Data, 2020), los principales turistas provienen de: Estados Unidos (12 millones), Canadá (2 millones), Argentina (2 millones), Brasil (1 millón), España (757 mil), Francia (588 mil), Alemania (532 mil), entre otros países. México lidera el turismo en el bloque con el 77%, seguido de Colombia, Chile y Perú (23%)

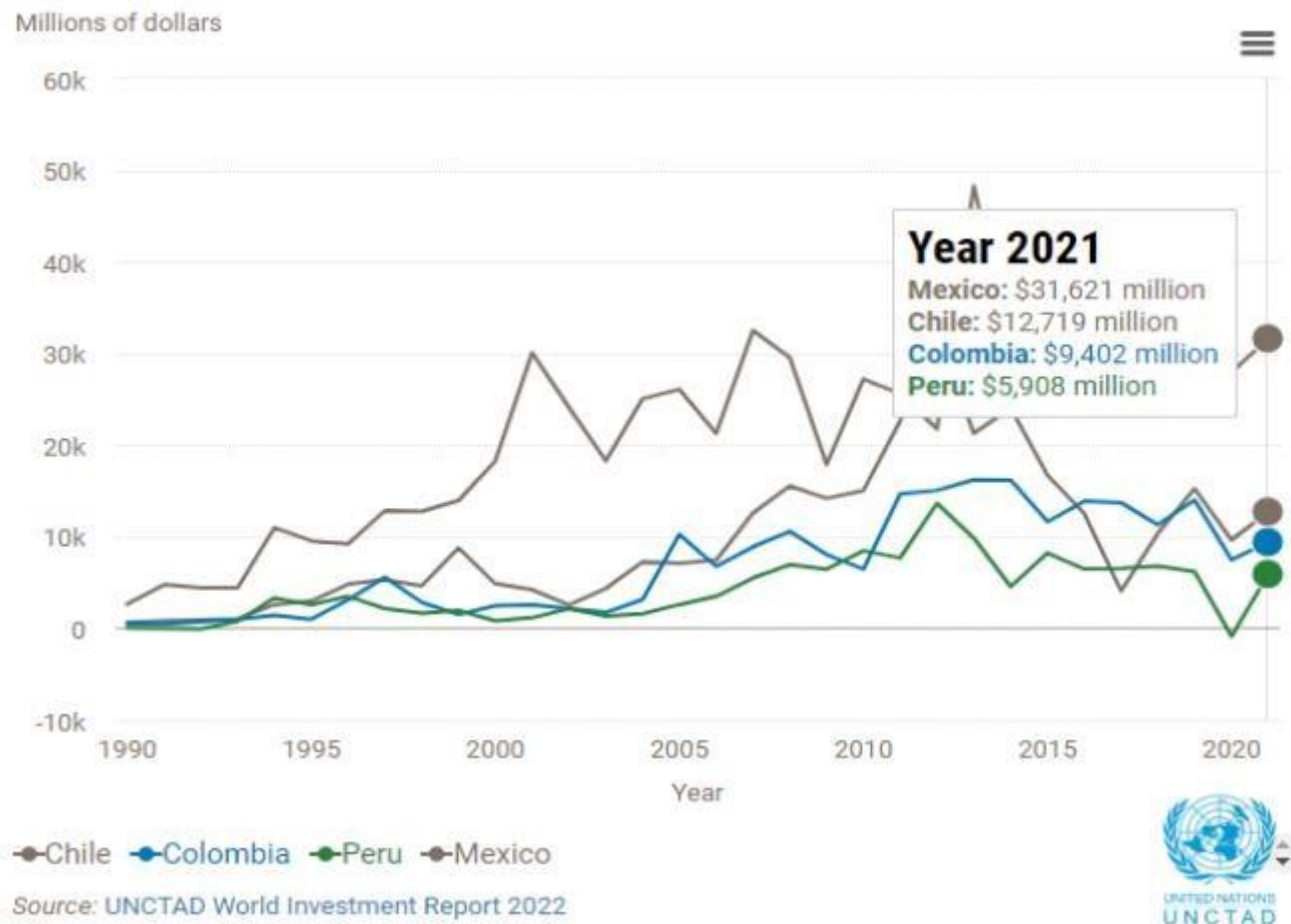
Viajeros internacionales llegados a la AP (Millones de viajeros)



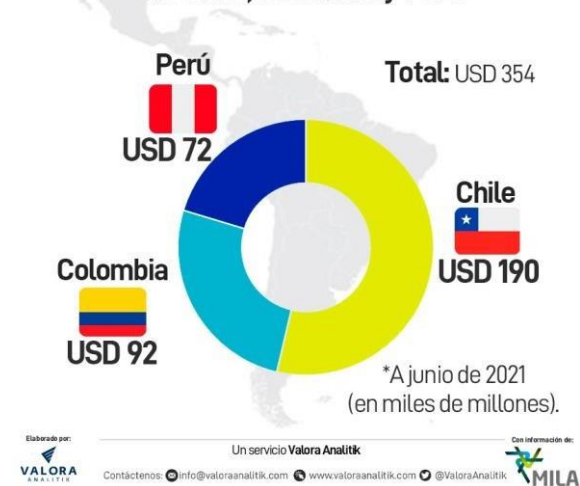
Fuente: Global Data con base a la información disponible en la Organización Mundial del Turismo, 2020. Elaboración: Propia

2. Eje de inversiones en la Alianza del Pacífico

La AP creó el Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), logrando integrar las bolsas de valores de los cuatro países miembros (Nolte, 2016). Según (Durán & Cracau, 2016) esto podría contribuir al aumento y variedad del comercio de servicios financieros en estos países.



Capitalización bursátil de los mercados de Chile, Colombia y Perú

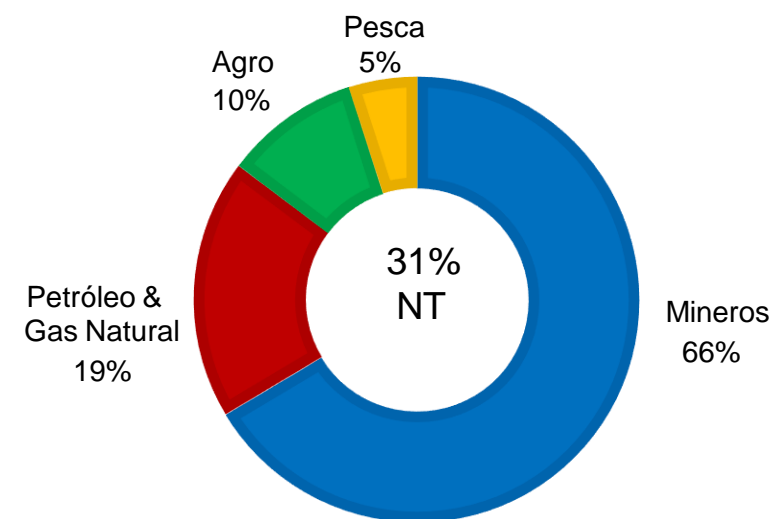
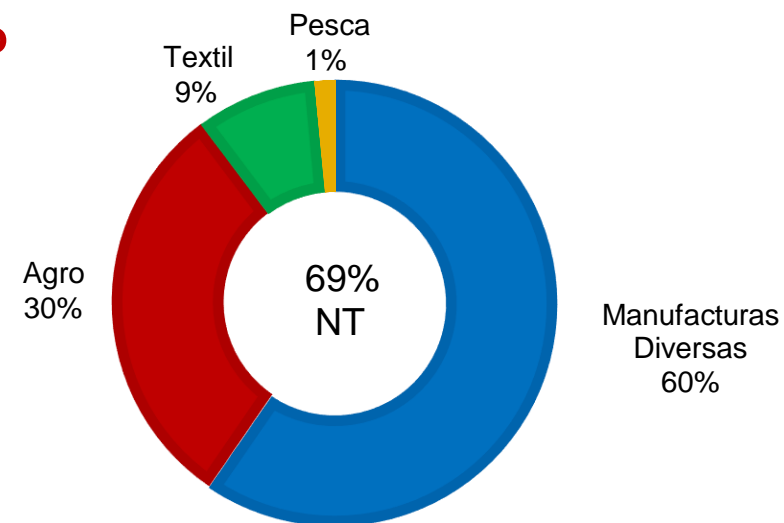
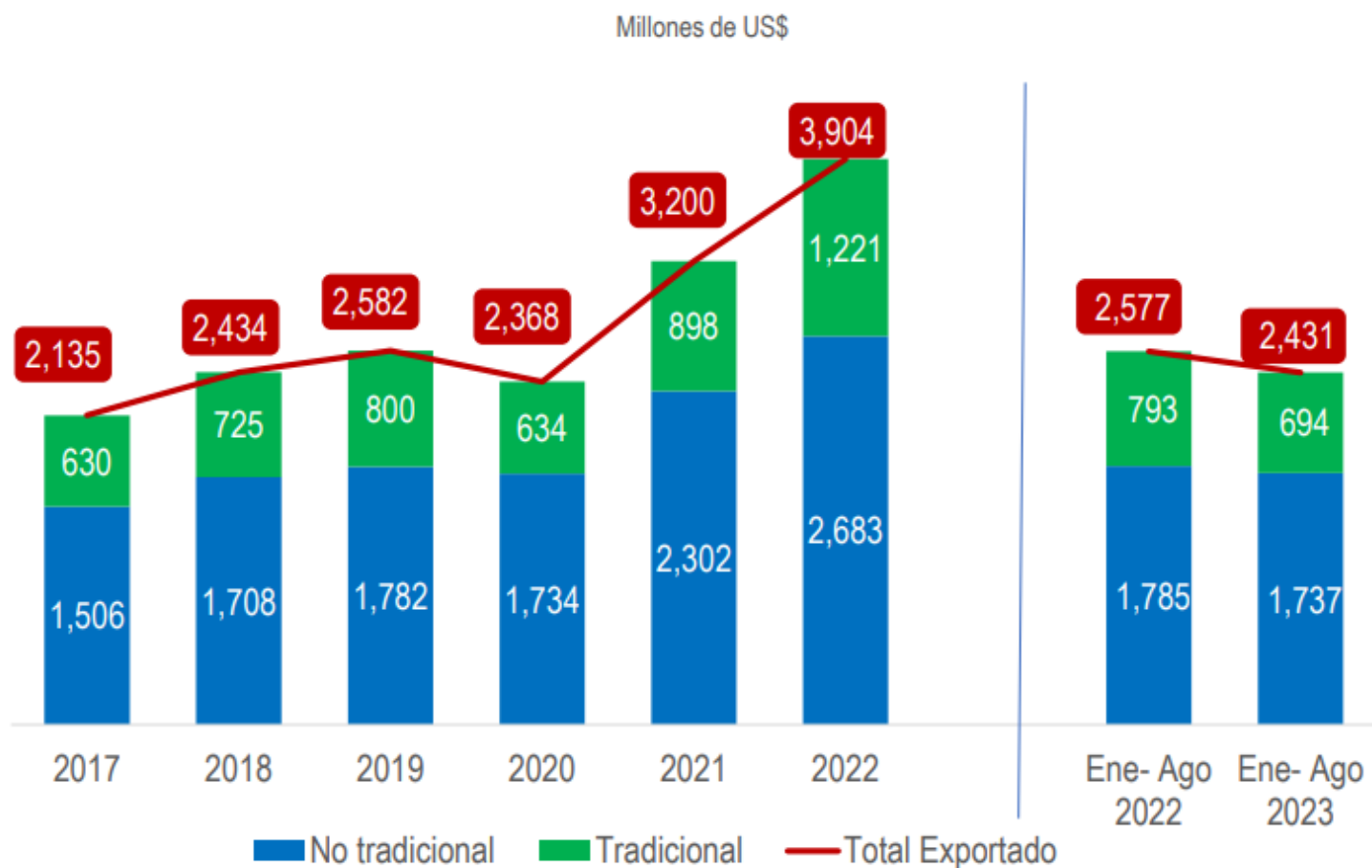




Alianza del
Pacífico

Oportunidades comerciales para el Perú

3. Exportaciones peruanas a los países miembros de la AP



TCP % 2018-2022

Exportaciones: 12.5%
Exportaciones NT: 12.0%

Var.% Ene-Ago 23/22

Exportaciones: -5.7%
Exportaciones NT: -2.7%

Petróleo y gas natural
Químico, Sidero, Textil



EMPRESAS
3,154
(+2.9%)



PRODUCTOS
3,410
(+1.2%)

3. Exportaciones peruanas a los países miembros de la AP

Millones de US\$

Exportaciones	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/21	TCP. % 18-22
NO TRADICIONAL	1,506	1,708	1,782	1,734	2,302	2,683	16.6%	12.0%
AGROPECUARIO	305	410	462	508	656	811	23.7%	18.6%
QUÍMICO	376	460	493	549	552	725	31.3%	12.1%
SIDERO-METALÚRGICO	237	240	220	188	391	370	-5.5%	11.4%
TEXTIL	140	155	158	110	202	235	15.9%	11.0%
METAL-MECÁNICO	166	167	163	150	197	216	9.6%	6.6%
MINERÍA NO METÁLICA	121	125	126	95	136	159	16.5%	6.0%
MADERAS Y PAPELES	106	88	99	69	83	92	11.0%	1.3%
PESQUERO	23	30	34	39	37	40	7.6%	7.8%
VARIOS (inc. joyería)	31	33	27	24	47	36	-22.8%	2.4%
PIELES Y CUEROS	1	1	0	0	1	0	-12.6%	-6.5%
ARTESANÍAS	0	0	0	0	0	0	-39.3%	17.9%
TRADICIONAL	630	725	800	634	898	1,221	36.0%	13.9%
AGROINDUSTRIAL	50	53	65	60	73	120	63.8%	22.8%
MINERÍA Y PETRÓLEO	515	617	678	530	787	1,041	32.3%	14.0%
PESQUERO	65	55	57	45	37	60	60.6%	2.1%
Total general	2,135	2,434	2,582	2,368	3,200	3,904	22.0%	12.5%

Principales productos NT (2022)

- Ácido Sulfúrico (US\$ 218 millones)
- Alambres de cobre refinado (US\$ 195 millones)
- Uvas frescas (US\$ 95 millones)
- Paltas frescas (US\$ 71 millones)
- Aceite de Palma en bruto (US\$ 63 millones)
- Los demás paprika (US\$ 60 millones)
- Neumáticos radiales (US\$ 43 millones)
- Placas y baldosas para pavimentación (US\$ 42 millones)
- Galletas Dulces (US\$ 41 millones)

3. Exportaciones peruanas a los países miembros de la AP

Millones de US\$

SECTOR	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/2 1	TCP. % 17- 22	Par. % 202 2	Ene - Ago 2022	Ene - Ago 2023
NO TRADICIONAL	1,506	1,708	1,782	1,734	2,302	2,683	16.6%	12.3%	69%	1,785	1,737
Chile	653	745	802	754	1,115	1,212	8.7%	13.2%	31%	839	829
Colombia	589	659	669	601	752	853	13.4%	7.7%	22%	570	452
México	264	304	311	379	435	619	42.3%	18.6%	16%	375	455
TRADICIONAL	630	725	800	634	898	1,221	36.0%	14.2%	31%	793	694
Chile	391	482	510	415	664	796	19.8%	15.3%	20%	507	510
México	154	140	167	126	116	222	91.4%	7.6%	6%	159	117
Colombia	85	103	122	94	117	203	73.3%	19.1%	5%	126	66
Total general	2,135	2,434	2,582	2,368	3,200	3,904	22.0%	12.8%	100%	2,577	2,431



3,084 MIPYMES exportadoras en 2022.

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/2 1	TCP. % 17- 22	Ene - Ago 2022	Ene - Ago 2023
Cantidad de Empresas	2,637	2,772	2,896	2,601	3,065	3,154	2.9%	3.6%	2,667	2,651
Cantidad de Partidas	3,051	3,047	3,047	3,064	3,370	3,410	1.2%	2.2%	3,066	2,985

Tamaño	Cantidad 2022
GE	70
ME	332
PE	967
MicE	1,785
Total	3,154

3. Exportaciones Regionales

Las exportaciones NT de las regiones a la AP acumularon un valor de US\$ 848 millones en el 2022

Principales productos NT regionales * (2022)

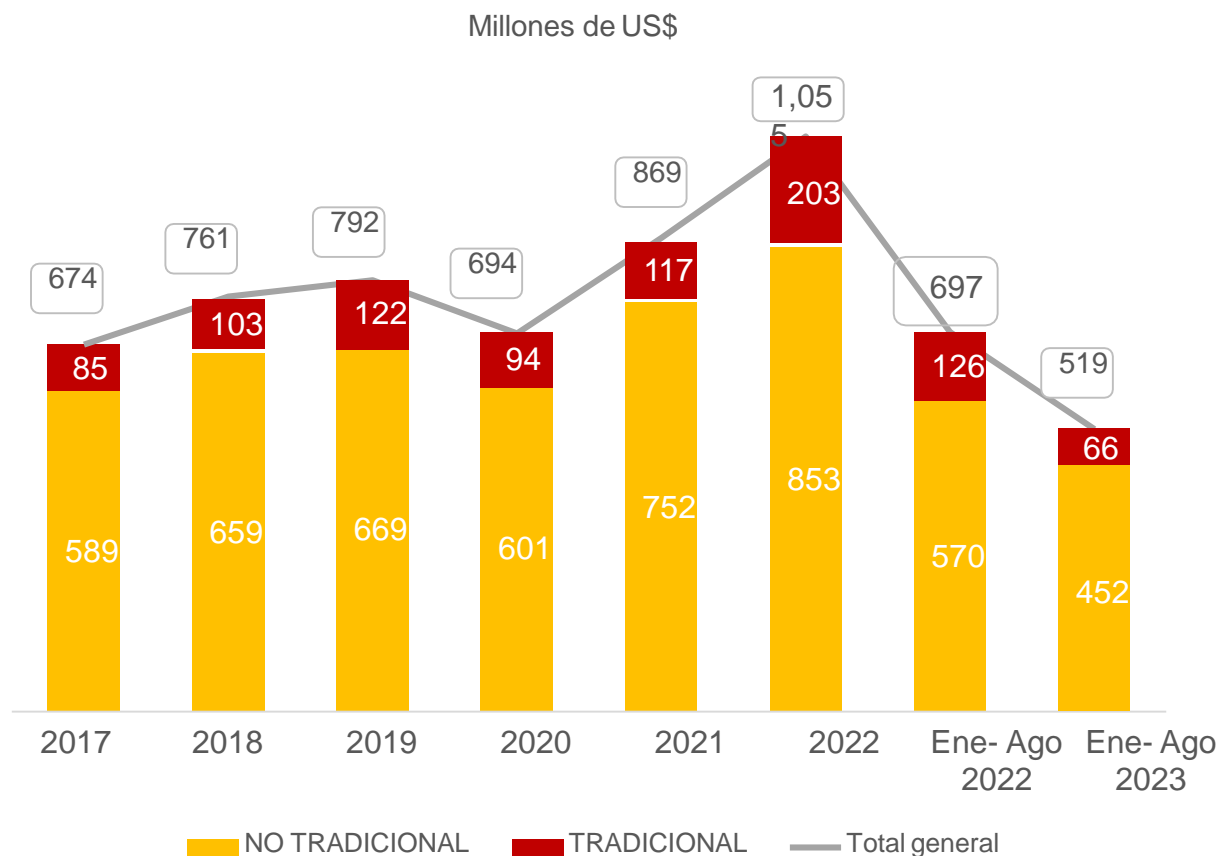
- Ácido Sulfúrico (US\$ 130 millones) - Moquegua
- Uvas frescas (US\$ 95 millones) –Piura e Ica
- Aceite de Palma en bruto (US\$ 58 millones) - Ucayali
- Paltas frescas (US\$ 45 millones) –La Libertad, Ica, Arequipa
- Barras de acero y hierro (US\$ 32 millones) – Ica
- Aceite de palma y sus fracciones (US\$ 31 millones) –San Martín
- Aceites ácidos del refinado (US\$ 25 millones) - Ancash
- Pota cruda congelada (US\$ 21 millones) - Piura
- Cebollas frescas o refrigeradas (US\$ 19 millones) – Arequipa, La Libertad y Lambayeque.

Fuente: SUNAT (*) sin Lima y Callao

Millones de US\$

Regiones	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/2 1	TCP. % 18- 22
MOQUEGUA	122	164	174	213	308	44.9%	26.1%
ICA	71	67	81	208	254	22.2%	37.6%
TACNA	72	85	62	233	191	-17.9%	27.5%
ANCASH	89	176	169	123	189	53.9%	20.6%
PIURA	185	168	144	119	172	44.9%	-1.8%
APURÍMAC	38	27	19	89	106	19.5%	29.5%
LA LIBERTAD	52	66	57	69	80	16.4%	11.3%
AREQUIPA	52	39	38	51	69	35.8%	7.4%
SAN MARTÍN	42	44	57	43	64	48.7%	11.3%
UCAYALI	2	1	21	18	62	242.7%	152.3%
CAJAMARCA	32	17	13	13	40	214.4%	6.0%
JUNÍN	18	7	16	36	39	8.4%	20.9%
CUSCO	29	14	13	12	36	191.5%	5.6%
LAMBAYEQUE	16	20	21	33	35	7.8%	22.8%
LORETO	53	108	29	52	21	-58.8%	-20.1%
PASCO	5	1	21	13	7	-42.1%	10.5%
TUMBES	1	9	8	0	5	1292.3%	62.0%
HUÁNUCO	0	0	0	1	3	415.0%	65.7%
PUNO	0	0	0	0	2	462.0%	49.1%
AYACUCHO	0	0	1	2	2	-3.3%	57.0%
AMAZONAS	0	0	0	0	1	38.9%	30.7%
MADRE DE DIOS	0	1	0	0	0	57.8%	11.3%
HUANCAVELICA	0	1	0	14	0	-99.8%	-22.6%
Totales X Regionales (sin Lima y Callao) a la AP	879	1,014	946	1,341	1,687	25.8%	17.7%
LIMA	1,204	1,202	1,060	1,512	1,699	12.4%	9.0%
CALLAO	350	365	362	347	518	49.4%	10.3%
Totales X Regionales a la AP	2,434	2,582	2,368	3,200	3,904	22.0%	12.5%

3. Exportaciones peruanas a Colombia



Indicadores No Tradicionales Ene-Ago 2023

Productos con crecimiento

- Los demás complementos y suplementos alimenticios (+123%)
- Telas sin tejes de filamentos sintéticos (+84%)
- Placas y baldosas para pavimentación (+48%)
- Perfiles de hierro o acero en láminas (+138%)
- Paltas frescas o secas (+81.0%)

N° empresas: 782

N° productos: 1,329

N° MIPYMES: 773 (US\$ 249 millones)

3. Exportaciones peruanas a Colombia

Exportaciones	2018	2019	2020	2021	2022	Var.% 22/21	TCP.% 18-22
NO TRADICIONAL	659	669	601	752	853	13,4%	6,7%
Manufacturas Diversas	468	447	380	550	573	4,3%	5,2%
Maderas y papeles	27	27	15	21	23	7,5%	-3,9%
Metalmecánico	27	30	34	40	42	4,5%	11,6%
Minería no metálica	33	45	19	25	33	31,2%	-0,4%
Químico	169	157	149	153	186	21,2%	2,3%
Siderometalúrgico	199	176	154	297	276	-6,9%	8,6%
Varios (inc. joyería)	12	10	8	13	14	3,4%	2,6%
Agropecuario	126	160	169	125	188	50,3%	10,5%
Textil	59	57	42	70	87	25,0%	9,9%
Pesca	5	5	10	8	4	-43,8%	-5,4%
TRADICIONAL	103	122	94	117	203	73,3%	18,6%
Agro	46	59	54	66	109	65,0%	24,0%
Algodón Tanguis	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3	164,0%	33,4%
Azúcar	14	40	26	20	30	52,9%	21,9%
Café	32	16	28	46	78	70,1%	24,9%
Mineros	34	23	28	33	50	51,0%	10,3%
COBRE REFINADO			0		4,4	-	-
ESTAÑO	1	1	2	2	3,6	57,1%	26,2%
PLATA REFINADA	0	0	0		0,8	-	26,7%
PLOMO REFINADO	5	2	2	1	0,3	-71,0%	-50,5%
ZINC REFINADO	27	20	23	30	41	37,8%	11,2%
Petroleo & Gas Natural	21	39	10	15	40	164,5%	17,6%
PETRÓLEO, DERIVADOS	21	39	10	15	40	164,5%	17,6%
Pesca	2	2	2	3	4	36,3%	21,8%
ACEITE DE PESCADO	1	2	2	2	2	-18,3%	6,4%
HARINA DE PESCADO	0	0	0	0	2	467,7%	86,3%
Total general	761	792	694	869	1.055	21,4%	8,5%

Productos con mayor crecimiento en los últimos 5 años
TCP. % 2018-2022

- Barras de hierro o acero sin alear (+76.6%)
- Demás tomates preparados o conservados (+73.9%)
- Polietileno de densidad inferior a 0.94 (+157.6%)
- Demás conductores eléctricos (+135.2%)
- Barras, chapas, perfiles para construcción (+271.0%)
- Demás artículos para la construcción de plástico (+74.2%)
- Artículos de fundición de acero inoxidable (+46.4%)
- Yemas de huevo (+197.2%)

3. ¿Cómo negociar con Colombia?



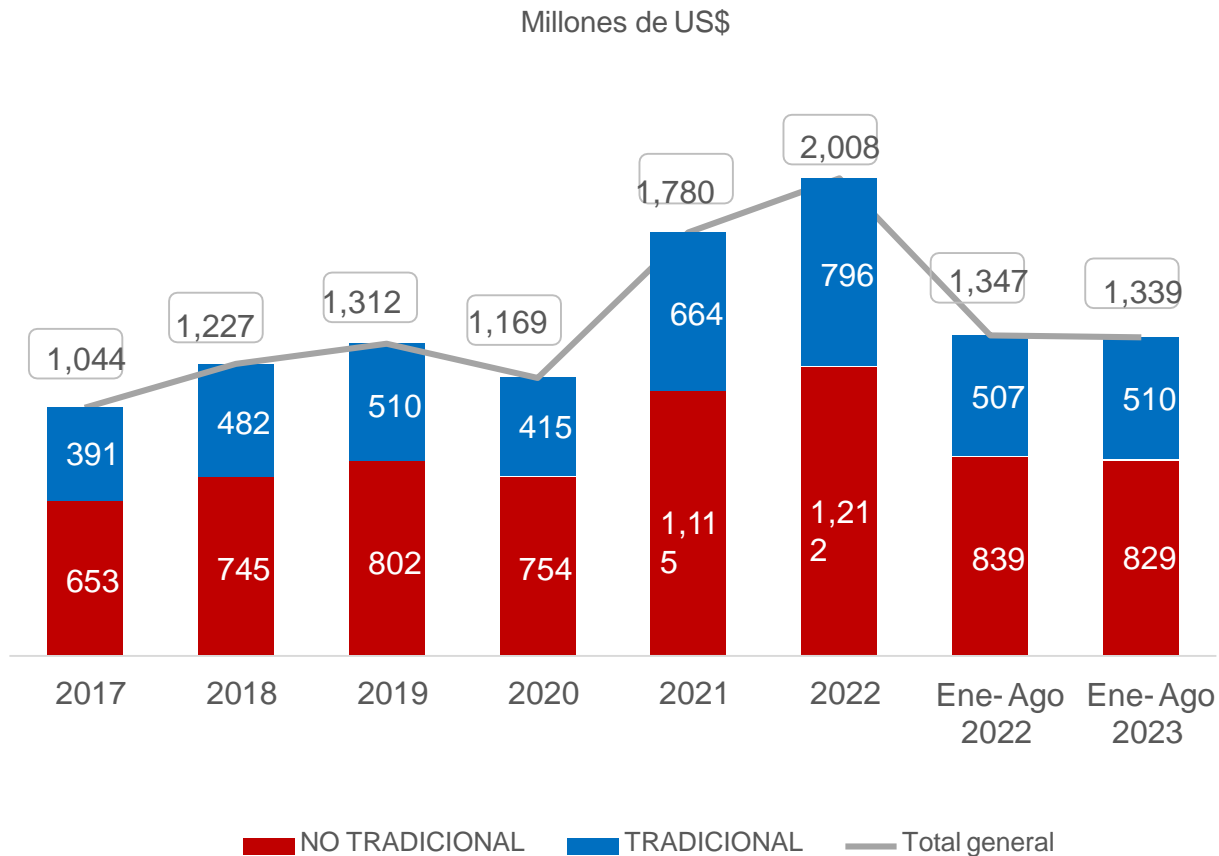
- ❑ En Colombia no existe la figura del Agente Comercial, los productos extranjeros son distribuidos por Distribuidores-Importadores.
- ❑ El empresariado colombiano es una sociedad muy cerrada, es por ello que se recomienda de contactos personales para el éxito comercial con este país.
- ❑ Es necesario crear un ambiente de distinción y confianza, antes de hablar de negocios, ganarse la confianza del empresario es la clave de éxito.
- ❑ Los colombianos son muy susceptibles a los tonos de voz elevados, es por ello que se recomienda hablar en voz baja y no actuar con ningún comportamiento brusco y cuidar las expresiones a utilizar.
- ❑ En este país se utiliza mucho los anglicismos en su lenguaje comercial, es por ello que no estaría mal visto utilizar catálogos en inglés, por el contrario, da mayor realce a la imagen de su empresa.
- ❑ Cuando se firma un contrato de compra venta, distribución o representación, debe llevarse a una notaría para su registro de autenticación.
- ❑ En la etapa de negociación, se debe tratar de negociar directamente al más alto nivel, los empresarios colombianos consideran que tratan con personas y no con empresas. Las negociaciones son lentas y muestran mucho interés por recibir ofertas
- ❑ Las tarjetas de visita se deben intercambiar después de las presentaciones.

3. Oportunidades Comerciales - Colombia

Sector Agro	Sector Pesca	Sector Manufactura Diversas	Sector Textil	Sector Servicios
<ol style="list-style-type: none">1. Frijol Castilla.2. Maíz dulce congelado.3. Ajos frescos.4. Preparaciones para la alimentación de animales.5. Pasta de tomate.	<ol style="list-style-type: none">1. Conservas de atún.2. Porciones de perico congelado.3. Conservas de anchoveta.	<ol style="list-style-type: none">1. Baldosas y losas para pavimentos.2. Bolas y artículos similares para molinos, de hierro o acero.3. Plomo en bruto.4. Máquinas de sondeo o perforación.	<ol style="list-style-type: none">1. Tejidos de punto por urdimbre.2. Tejidos de fibras sintéticas.3. Camisas, blusas y blusas camiseras de punto de algodón.4. Camisas de punto de algodón para hombres y niños	<ol style="list-style-type: none">1. Software especializado y desarrollo a la medida.2. Franquicias gastronómicas.3. Marketing digital.4. Diseño.



3. Exportaciones peruanas a Chile



Indicadores No Tradicionales Ene-Ago 2023

Productos con crecimiento

- Impresos publicitarios (+160%)
- Galletas dulces (+77%)
- Paltas frescas (+48%)
- Bolas y artículos para molinos (35%)
- Aceites ácidos del refinado (+33%)

N° empresas: 1,797

N° productos: 2,453

N° MIPYMES: 1,783 (US\$ 566 millones)

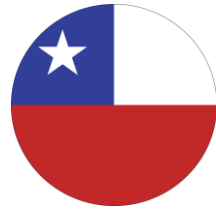
3. Exportaciones peruanas a Chile

Exportaciones	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/21	TCP. % 18-22
NO TRADICIONAL	745	802	754	1.115	1.212	8,7%	12,9%
Manufacturas Diversas	480	531	486	652	756	15,9%	12,0%
MADERAS Y PAPELES	45	52	37	47	54	14,1%	4,9%
METAL-MECÁNICO	105	102	91	121	123	1,7%	4,1%
MINERÍA NO METÁLICA	80	71	66	102	99	-2,9%	5,4%
QUÍMICO	209	260	255	292	421	44,1%	19,1%
SIDERO-METALÚRGICO	24	33	22	59	42	-29,3%	15,1%
VARIOS (inc. joyería)	17	14	13	31	18	-43,1%	1,0%
Agro	196	195	218	353	340	-3,7%	14,8%
Textil	64	70	47	104	107	2,4%	13,4%
Pesquero	5	5	2	5	9	67,3%	14,4%
TRADICIONAL	482	510	415	664	796	19,8%	13,3%
Mineros	272	252	275	538	584	8,5%	21,1%
COBRE REFINADO	0	3	2	0		-100,0%	-100,0%
COBRE, CONCENTRADOS Y MIN.	43	15	53	16	14	-11,6%	-24,3%
ESTANO	1	1	1	1	1	-14,1%	4,0%
METALES MENORES	199	209	196	489	535	9,5%	28,1%
ORO	1	2	2	2	0,5	-81,2%	-24,4%
PLATA REFINADA	3	2	2	3	4	11,8%	1,0%
PLOMO REFINADO	1	1	0,3	0,4	0,3	-16,6%	-19,0%
PLOMO, CONCENTRADOS Y MIN.	0	0			2	-!	652,4%
ZINC REFINADO	23	20	20	25	28	9,8%	4,8%
Petróleo & Gas Natural	155	202	95	88	152	72,9%	-0,5%
PETRÓLEO CRUDO	88	87	60	36		-100,0%	-100,0%
PETRÓLEO, DERIVADOS	68	115	35	52	152	190,4%	22,5%
Pesca	54	54	43	35	56	62,3%	1,1%
ACEITE DE PESCADO	34	28	34	32	56	78,2%	13,5%
HARINA DE PESCADO	20	27	8	3	0	-100,0%	-91,7%
Agro	1	2	2	3	3	3,2%	24,2%
CAFÉ	1	2	2	3	3	8,3%	25,7%
Total general	1.227	1.312	1.169	1.780	2.008	12,8%	13,1%

Productos con mayor crecimiento en los últimos 5 años TCP. % 2018-2022

- Preformas (+59.2%)
- Maquinas de sondeo o perforación autopropulsadas (+64.1%)
- Galletas saladas o aromatizadas (+47.0%)
- Té negro (+384.2%)
- Los demás T- shirt de algodón para hombre (+54.0%)
- Cacao en polvo (+66.2%)
- Los demás conductores eléctricos (+137.7%)
- Demás aparatos de cocción de combustible gaseoso (+418.2%)
- Pantalones largos (+150.8%)

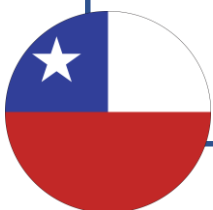
3. ¿Cómo negociar con Chile?



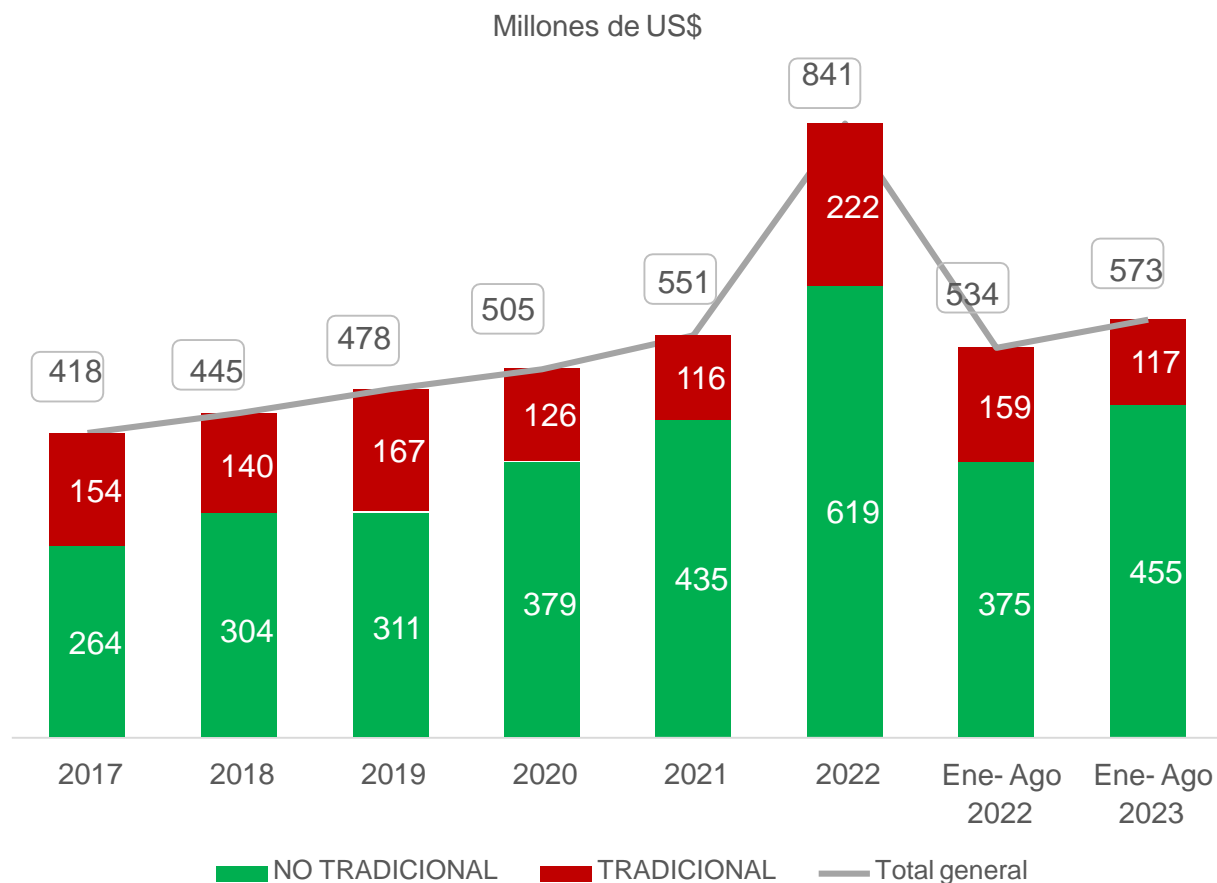
- ❑ El contacto o acercamiento no debe ser directo sino a través de intermediarios, para ello el contacto previo con cámaras de comercio u asociaciones de productores permite un mejor primer acercamiento con el sector empresarial chileno.
- ❑ En la primera reunión, la cual debe darse con los niveles directivos, debe girar en torno a temas muy generales acerca de la actividad empresarial de ambas empresas. La puntualidad es una variable muy apreciada por el empresariado de este país.
- ❑ La toma de decisiones está muy jerarquizada.
- ❑ La primera visita debe realizarse al máximo nivel directivo, aunque las negociaciones se realicen con ejecutivos de nivel medio. Hay que establecer las citas con dos semanas de anticipación.
- ❑ Una vez en el país reconfirmar el día y la hora. Se recomienda mantener una actitud cordial y educada con las secretarías, ya que tienen un rol muy importante a la hora de establecer citas con los directivos.
- ❑ El empresario chileno negocia a un ritmo lento pero seguro; ellos no buscan acuerdos globales, por el contrario, negocian punto por punto. Además no se dejan presionar con tácticas agresivas, para obtener acuerdos.
- ❑ Muy buenos temas de conversación para ellos son el fútbol, su historia y literatura, puede darse como parte de una cita a media mañana.
- ❑ Es costumbre que esta culmine con un almuerzo, y no es parte de su idiosincrasia recibir obsequios en las relaciones de negocios.

3. Oportunidades Comerciales - Chile

Sector Agro	Sector Pesca	Sector Manufactura Diversas	Sector Textil	Sector Servicios
<ol style="list-style-type: none"> 1. Palmitos en conserva. 2. Aceitunas en conserva. 3. Maíz dulce congelado. 4. Preparaciones para la alimentación de animales acuícolas. 5. Cacao en polvo sin adición de azúcar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparaciones y conservas de sardinas, de jurel. 2. Algas secas. 3. Preparaciones y conservas de atún, de bonito. 4. Erizos de mar congelados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bolas y artículos similares para molinos, de hierro o acero. 2. Baldosas y losas para pavimentos. 3. Fosfato dicálcico. 4. Partes de máquinas y aparatos para preparar y trabajar materias minerales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Camisones y pijamas de punto de algodón para hombres. 2. T-shirts y camisetas de punto de materia textil. 3. Prendas y accesorios de vestir de punto de algodón. 4. Prendas de vestir especiales para usos específicos. 6. Suéteres "jersey", "pullovers", cardigans, chalecos. 7. Camisas de punto de algodón para hombres o niños. 8. Mantas de algodón. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios a la minería. 2. Software a la medida.



3. Exportaciones peruanas a México



Indicadores No Tradicionales Ene-Ago 2023

Productos con crecimiento

- Fosfato de calcio naturales (+473%)
- Uvas frescas (+87%)
- Cacao en grano entero o partido (+66%)
- Pota cruda congelada (+46%)
- Las demás pprikas (+26%)

N° empresas: 652

N° productos: 1,044

N° MIPYMES: 644 (US\$ 325 millones)

3. Exportaciones peruanas a México

Exportaciones	2018	2019	2020	2021	2022	Var. % 22/21	TCP. % 17-22
NO TRADICIONAL	304	311	379	435	619	42,3%	19,4%
Agro	88	106	121	177	282	59,5%	33,9%
AGROPECUARIO	88	106	121	177	282	59,5%	33,9%
Manufacturas Diversas	166	151	210	204	268	31,2%	12,7%
MADERAS Y PAPELES	16	21	17	15	15	6,0%	-1,1%
METAL-MECÁNICO	36	30	25	36	51	41,8%	9,3%
MINERÍA NO METÁLICA	12	10	10	9	27	193,1%	22,6%
QUÍMICO	81	75	145	107	118	10,9%	9,8%
SIDERO-METALÚRGICO	18	11	12	36	52	46,1%	30,9%
VARIOS (inc. joyería)	3	3	3	2	5	86,6%	7,8%
Textil	31	30	21	29	41	42,8%	7,4%
Pesquero	19	24	27	25	27	10,4%	8,9%
TRADICIONAL	140	167	126	116	222	91,4%	12,2%
Mineros	52	109	114	105	176	67,5%	35,5%
COBRE REFINADO				8	15	90,1%	-
COBRE, CONCENTRADOS Y MIN.	31	70	45	2	62	3208,5 %	19,3%
ESTAÑO	8	5	9	47	38	-20,3%	48,7%
PLOMO, CONCENTRADOS Y MIN.	4	0		14		-100,0%	-100,0%
ZINC REFINADO		2	1	3	22	671,6%	-
ZINC, CONCENTRADOS Y MIN.	10	31	58	32	40	24,6%	41,0%
Petroleo & Gas Natural	83	53	8	7	38	461,3%	-17,7%
PETRÓLEO, DERIVADOS	77	53	5	7	38	461,3%	-16,3%
Agro	5	5	4	4	8	94,3%	10,0%
CAFÉ	4	4	4	4	7	97,1%	18,3%
PIELES FRESCAS	2	1	0,2	0,3	1	63,3%	-23,9%
Pesca		0,1	0,3	0,2	0,4	87,0%	-
ACEITE DE PESCADO		0,1	0,1	0,2	0,4	124,4%	-
Total general	445	478	505	551	841	52,7%	17,3%

Productos con mayor crecimiento en los últimos 5 años TCP. % 2018-2022

- Aceite de palma en bruto (+US\$ 61 millones adicionales)
- Chapas y tiras de cobre refinado (+83.7%)
- Aceites esenciales de limón (+55.0%)
- Cacao en polvo (+93.1%)
- Mandarinas frescas (+72.3%)
- Demás barras y perfiles de cobre (+49.0%)
- Envolturas flexibles laminadas PET / BOPP MET / PEBD (+224.5%)
- Máquinas cuya superestructura puede girar 360° (+98.8%)
- Material de andamiaje, encofrado, apeo o apuntalamiento (+172.5%)

3. ¿Cómo negociar con México?



- ❑ Las reuniones se deben solicitar al menos con un mes de antelación, esto ayudará además a conocer mejor la empresa con la que se va a tratar y contar con información comercial y financiera de la otra parte.
- ❑ Hay que prepararse para este primer encuentro porque la primera reunión es esencial, hay que dar la mejor imagen, credibilidad, confianza y aprovechar cada momento.
- ❑ Al ir a la reunión hay que ir puntual, aún teniendo en cuenta que la otra parte puede retrasarse. Si esto es así se pueden aprovechar esos momentos para preparar lo que se va a decir. Al saludar, hay que tener en cuenta el nombre de la persona y el cargo, dar la mano a todas las personas y mantener el contacto visual (en su justa medida).
- ❑ La educación y cortesía son aspectos muy a tener en cuenta, sobre todo con personas mayores. Por eso mismo, es importante cuidar los modales en todo momento, además de ser claro y transparente.
- ❑ Después de saludar, se puede dar una tarjeta de visita a la otra parte, utilizando en ella además de datos de contacto datos académicos. El título es clave, por lo que al saludar se hará también con el título, pero cuando la relación se hace más fuerte basta con el apretón de manos, abrazo y nombre de pila.
- ❑ Después de finalizada la reunión de negocios, hay que dejar constar por escrito todo aquello que se haya acordado. Si no queda claro algo, se debe aclarar con la otra parte.
- ❑ Es recomendable que si se hacen negocios con mexicanos se visite con frecuencia a la otra parte, al menos 2 o 3 veces al año. Porque para los mexicanos es importante la confianza y proximidad de sus colaboradores

3. Oportunidades Comerciales – México

Sector Agro	Sector Pesca	Sector Manufactura Diversas	Sector Textil	Sector Servicios
<ol style="list-style-type: none">1. Semillas y hortalizas para siembra.2. Frijoles secos y/o desvainados.3. Capsicum.4. Mucílagos de tara y espesativos vegetales.5. Yema de huevo fresco.	<ol style="list-style-type: none">1. Conservas de anchoveta.2. Filetes frescos o congelados de trucha.3. Filetes de anguila congelado.4. Preparaciones y conservas de atún, de bonito.5. Porciones de perico congelado.	<ol style="list-style-type: none">1. Cables, trenzas y artículos similares de cobre.2. Policloruro de vinilo en formas primarias.3. Explosivos preparados.4. Llaves para candados, cerraduras, cerrojos.5. Lacas y colorantes.	<ol style="list-style-type: none">1. Cordeles, cuerdas y cordajes.2. Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas.3. Redes de mallas anudadas, confeccionadas para la pesca.4. Camisas, blusas, blusas camiseras de punto de algodón.5. Camisas de punto de fibras sintéticas.6. T-shirts y camisetas de punto de algodón.	<ol style="list-style-type: none">1. Servicios a la minería.2. Software especializado y desarrollo a la medida.3. Animación 2D y 3D para corporativos.4. Servicios editoriales.



3. El valor agregado en los países de la AP



Quinoa Blanca
Chile
US\$5.63



Aceite de palta
Colombia
US\$8.95



Barra energética de quinua y arándanos
Chile
US\$4.00



Aderezo de ensalada de almendras y
arándanos glaseados
México US\$2.83



Cerveza a base de café y chocolate
Colombia
US\$3.27



Salsa de ruschetta con palmito, espárragos y
almendras Chile
US\$2.86



Helado de palta y maracuyá
México
US\$5.46



Shampoo a base de arándanos
Colombia
US\$3.83

4



Alianza del
Pacífico

Desafíos en la Alianza del Pacífico

4. Desafíos en la AP

Ampliar oportunidades con la región del Asia Pacífico	Fortalecimiento de las PYMES en la internacionalización	Integración y desarrollo de nuevas cadenas regionales y globales de valor	Desafíos que suponen nuevos miembros plenos, asociados y observadores.
Impulsar el comercio intraregional	Más allá del 100% de liberalización del comercio	Recesión económica	Relevancia de gobiernos proteccionistas y la Politización en la AP
Escenario Internacional (Guerra Rusia – Ucrania, Israel – Palestina... recuperación post COVID.	Afrontar las nuevas tendencias de mercado (digitalización, IA, Blockchain, otros)	Más allá de la Agenda 2030	¿La AP es o será una OO.II? Activar Windo Ve a Configuración



Seminarios virtuales Miércoles del Exportador



Preguntas y respuestas

Lima, 8 de noviembre de 2023



Diego Corthorn

Consultor en Comercio Internacional

diegocorthorn@gmail.com