



# OPORTUNIDADES COMERCIALES EN ESTADOS UNIDOS

CARLOS VALDERRAMA A.  
Especialista de Mercado  
PROMPERÚ



Enero 2013



- Concepto de Oportunidad**
  - Economía de Estados Unidos**
  - El consumidor de Estados Unidos**
  - Exportaciones Peruanas a Estados Unidos**
  - Oportunidades identificadas**
  - Lo que no se debe hacer**
  - La ruta Exportadora**
- 



# Conceptos preliminares



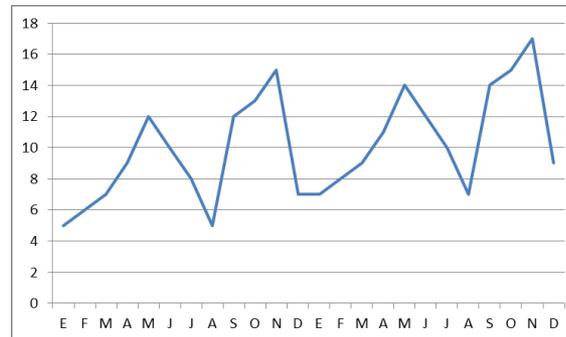
# □ QUE ES UNA OPORTUNIDAD ???



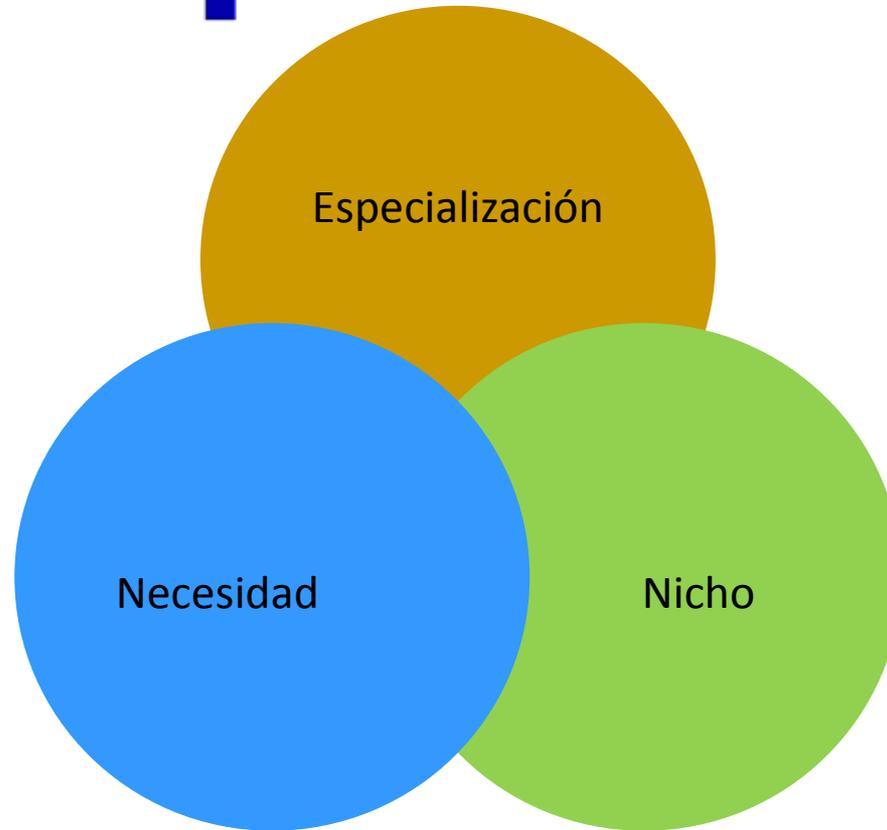
FUERTE



DÉBIL



□ Donde te encuentras ?



## □ Diamante de Porter





# Economía de Estados Unidos



# ESTADOS UNIDOS HACE DOS AÑOS





✓ *Mayor apertura comercial, aranceles tienden a 0*

✓ *Aumento de la demanda de productos orgánicos*

✓ *Presentaciones pequeñas y más económicas*

✓ *Productos con beneficios inmediatos*

✓ *Aumento de la demanda de la colonia peruana*

✓ *Preferencias por marcas y fibras combinadas, en prendas*

✓ *Actividad inmobiliaria se recupera muy lentamente*

Cuadro N° 1: Perspectivas de la Economía Mundial

(Var. % PBI)

	2011	2012	2013
Estados Unidos	1.8	2.2	2.1
Zona del Euro	1.4	-0.4	0.2
Japón	-0.8	2.2	1.2
Reino Unido	0.8	-0.4	1.1
Canadá	2.4	1.9	2.0
América Latina y el Caribe	4.5	3.2	3.9
Rusia	4.3	3.7	3.8
China	9.2	7.8	8.2
India	6.8	4.9	6.0
Brasil	2.7	1.5	4.0

Fuente: Fondo Monetario Internacional

Se mantiene demanda en frutas frescas y cereales. Se recupera productos de madera y muebles

## Importaciones de EEUU al Mundo (US\$ billones)

Sector	Aual		Enero-Noviembre		Var. %	
	2010	2011	2011	2012	11/10	12/11
03. Pescados y moluscos, filetes, enteros, frescos, congelados	11	13	12	12	13.5	0.1
07. Hortalizas y legumbres, frescas y refrigeradas	6	7	7	7	11.7	1.9
08. Frutas frescas y refrigeradas	9	10	9	9	9.7	5.5
09. Café, hierbas y especias	6	9	8	7	58.7	-9.4
10. Cereales	2	2	2	3	18.5	39.3
16. Preparaciones de carne y pescado	4	4	4	4	14.8	2.2
20. Preparaciones de frutas y hortalizas	5	6	6	6	19.2	3.48
44. Madera y sus manufacturas	11	11	10	12	-1.5	14.28
61. Prendas de vestir y complementos, de punto	38	42	39	38	9.3	-2.45
62. Prendas de vestir y complementos, exc. de punto	34	37	34	34	8.3	-1.17
94. Muebles y mobiliario quirúrgico	38	40	36	41	5.1	11.90
Total	1899	2187	2004	2075	15.2	3.52

## Importaciones de EEUU al Mundo, por Distrito (US\$ bill.)

Sector	Anual			Var. %	
	2009	2010	2011	09/10	10/11
Los Angeles, CA	197	242	266	22.7	10.0
New York, NY	156	190	227	22.1	19.3
New Orleans, LA	93	123	147	33.0	19.5
Houston-Galveston, TX	91	117	145	28.9	24.3
Chicago, IL	96	125	139	29.7	11.6
Detroit, MI	81	106	120	30.5	13.8
Laredo, TX	79	103	119	30.2	15.1
Cleveland, OH	57	70	81	22.3	15.3
Savannah, GA	53	68	76	27.2	12.9
San Francisco, CA	49	60	69	21.7	15.2
Philadelphia, PA	49	57	66	14.6	17.7
Seattle, WA	48	52	59	10.3	11.9
El Paso, TX	30	44	47	44.4	7.6
Dallas-Fort Worth, TX	31	38	46	23.1	18.7
Buffalo, NY	31	39	42	24.4	7.5



# El consumidor de Estados Unidos



- 
- **Cocinar más en casa:** consumidor norteamericano ha disminuido visitas a restaurantes y ha vuelto a las comidas preparadas en casa.
  - **Consumo de productos saludables:** Los estadounidenses se muestran cada vez más preocupados por los ingredientes de su dieta: el 47% evita los sabores artificiales y el 43% los colorantes, es decir se alimentan cada vez de forma más preventiva contra posibles enfermedades.
  - **Probar comida exótica y diferente:** interés por conocer nuevos tipos de cocina y probar nuevos sabores.
  - **Productos Gourmet:** El grupo principal de consumidores de productos de alimentación gourmet es el de la población entre 18 y 24 años.
  - **Productos ecológicos y certificación de comercio justo:** Popularidad de los alimentos ecológicos. Consumo crece entre 17 y 27%. EEUU es el primer mercado a nivel mundial para productos orgánicos.
  - **Se busca edulcorante.** El consumidor no está satisfecho con las alternativas existentes. Se requiere de buen sabor, precio razonable y bajas calorías (estevia y yacón).
- 

- **Mayor consumo de arándanos:** 2da variedad de berries más consumida. Más de demandando en familias con ingresos altos y niños, y en la zona noreste de EEUU.
- **Mayor consumo de cereales:** el primer desayuno es en casa (cereales altamente alimenticios) y el segundo en la oficina (café, tostadas, tocino). Barras energéticas.
- **Preferencia por raciones pequeñas.** 4 de cada 10 consumidores está optando por raciones pequeñas en sus alimentos.
- **Mercado de lujo se recupera.** Encabezados por prendas de vestir, calado, carteras, relojes, y perfumes. Destacan prendas de algodón/lana y mezclas. Chaquetas y sacos son más demandados.
- **Prendas de mezclas de fibras sintéticas.** Ante la reducción del poder adquisitivo el consumidor busca prendas de menor precio.
- **La demanda se soporta en las marcas.** En los períodos de crisis económica la demanda por prendas de vestir se reduce pero se reduce más cuando la marca no es fuerte.
- **Prendas con bolsillos más anchos.** Básicamente para poder guardar los celulares que cada vez son más grandes (4.6 pulgadas).

- 
- **Se recupera sector inmobiliario.** Principalmente el ligado a los servicios públicos, dentro del paquete de estímulo fiscal. Mayor actividad en la zona Sur y Oeste pues el buen clima a lo largo del año y la cercanía a la zona del golfo (existencia de M.O. barata) lo explican. Demanda de muebles, materiales de construcción y travertino.
- 



# Exportaciones peruanas a Estados Unidos



## Exportaciones del sector No tradicional de Perú a EEUU (US\$ mill.)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Crec. Prom. 09/07	Crec. Prom. 11/09
Agropecuario	342.2	422.2	490.1	585.8	580.1	684.4	846.9	8.8	20.8
Artesanias	0.9	1.0	1.1	1.0	0.4	0.4	0.9	-40.0	44.4
Maderas Y Papeles	76.8	93.6	77.1	51.9	27.2	28.0	29.4	-40.6	4.0
Metal-Mecanico	78.8	35.8	43.1	56.0	52.7	63.4	69.3	10.5	14.7
Mineria No Metalica	70.3	66.4	64.2	55.7	41.4	59.9	154.6	-19.8	93.3
Pesquero	55.3	56.0	80.4	90.2	105.0	129.1	171.0	14.2	27.6
Pieles Y Cueros	3.6	3.4	2.9	2.1	1.8	1.3	1.7	-21.9	-2.0
Quimico	104.9	34.8	48.3	61.7	35.2	70.0	73.1	-14.6	44.1
Sidero-Metalurgico	38.8	58.8	72.4	116.0	66.7	186.0	206.8	-4.1	76.1
Textil	807.8	861.0	836.3	809.5	605.2	689.6	737.6	-14.9	10.4
Varios (Inc. Joyeria)	105.8	109.6	95.2	75.8	52.8	57.1	57.3	-25.5	4.1
<b>Total General</b>	<b>1685.1</b>	<b>1742.7</b>	<b>1811.3</b>	<b>1905.8</b>	<b>1568.4</b>	<b>1969.3</b>	<b>2348.5</b>	<b>-6.9</b>	<b>22.4</b>

 Valor máximo

Fuente: SUNAT

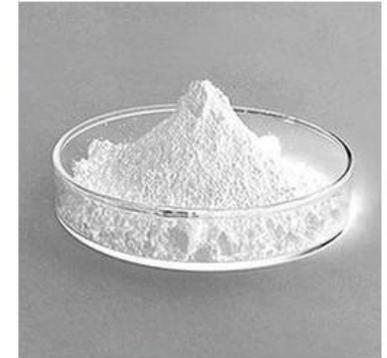
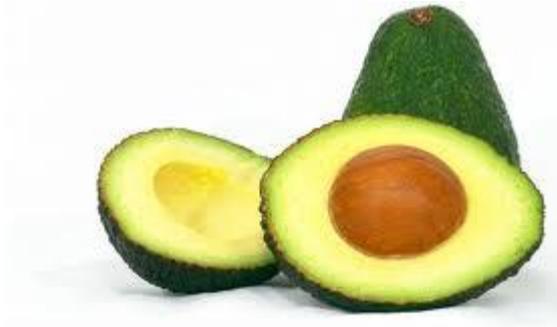
# Perú: principales productos exportados a Estados Unidos

## Principales Productos No Tradicionales Exportados de Perú a Estados Unidos (US\$ mill.)

Nº	Partida	Descripción	Ener-Nov 2011	Ener-Nov 2012	Var. % 2011/2012
1	7092000000	Espárragos, Frescos o Refrigerados	156.2	185.3	18.6
2	2510100000	Fosfatos de calcio naturales, Aluminocal	99.4	148.6	49.5
3	7108130000	Oro en las demás formas semilabradas	0.0	132.2	-
4	6109100031	T-Shirt de algodón para hombre o para mujer de tejido	124.4	104.3	-16.2
5	7106912000	Plata en bruto aleada	22.2	87.3	292.6
6	6109100039	Los demás T-Shirts de algodón para hombre	78.7	67.6	-14.1
7	7901120000	Zinc sin alear, con un contenido de zinc	68.8	50.0	-27.4
8	2005991000	Alcachofas (Alcauciles)	63.5	48.7	-23.3
9	7407100000	Barras y perfiles de cobre refinado	38.8	43.9	13.3
10	3061713000	Colas con caparazón, sin cocer en agua	47.0	43.7	-7.0
11	8061000000	Uvas Frescas	38.8	38.4	-1.2
12	2005999000	Las demás	27.3	38.1	39.5
13	7031000000	Cebollas y chalotes, frescos o refrigera	21.0	32.6	55.1
14	8045020000	Mangos y mangostanes, frescos o secos	35.2	27.8	-21.1
15	8044000000	Aguacates (paltas) , frescas o secas	23.2	26.9	15.9
		Resto	1246.5	1238.2	-0.7
		Total	2091.1	2313.4	10.6

## Exportaciones de Perú a EEUU

- ✓ Sectores dinámicos:
  - Pieles y Cueros (44.5%)
  - Sidero-Metalúrgico (32.0%)
  - Minería No Metálica (29.7%)
  - Maderas y Papeles (21.0%)
  - Metal Mecánica (18.9%)
- ✓ Productos dinámicos
  - Plata en bruto aleada (292.6%)
  - Camisetas interiores (213.9%)
  - Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados. (190.1%)
  - Madera densificada en bloques, tablas (170.1%)
  - Libros, folletos e impresos similares(163.7%)
  - Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas (158.5%).



# Perú: sectores, productos y precios dinámicos en 2011

## Los precios que más se elevaron:

- ✓ Bisutería (88.5%)
- ✓ Grasas y aceites vegetales fijos (76.9%)
- ✓ Camisas de punto para hombres o niños de algodón con cuello (70.2%)
- ✓ Harina, sémola y polvos de sagú (58.9%)
- ✓ Camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas de algodón con cuello (54.7%)



## Los precios que más cayeron:

- ✓ Parte de las turbinas a gas (-73.0%)
- ✓ Partes de las máquinas de sondeo (-69.9%)
- ✓ Lacas, colorantes (-66.2%)
- ✓ Partes de los globos y dirigibles y demás aeronaves (-58.2%)
- ✓ Conjunto de puntos para mujeres o niñas (-49.3%)



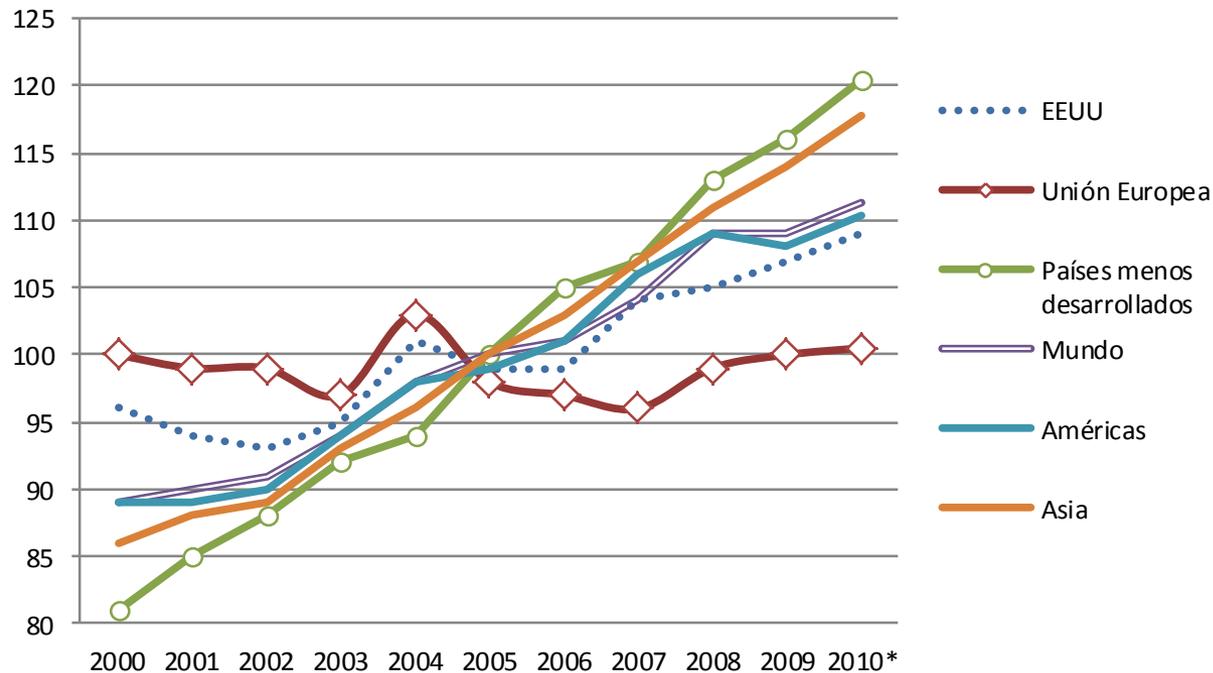


# Oportunidades en Estados Unidos



# Mayores oportunidades en Sector de Alimentos

Indice de Producción de Alimentos (Índice 2004-2006)



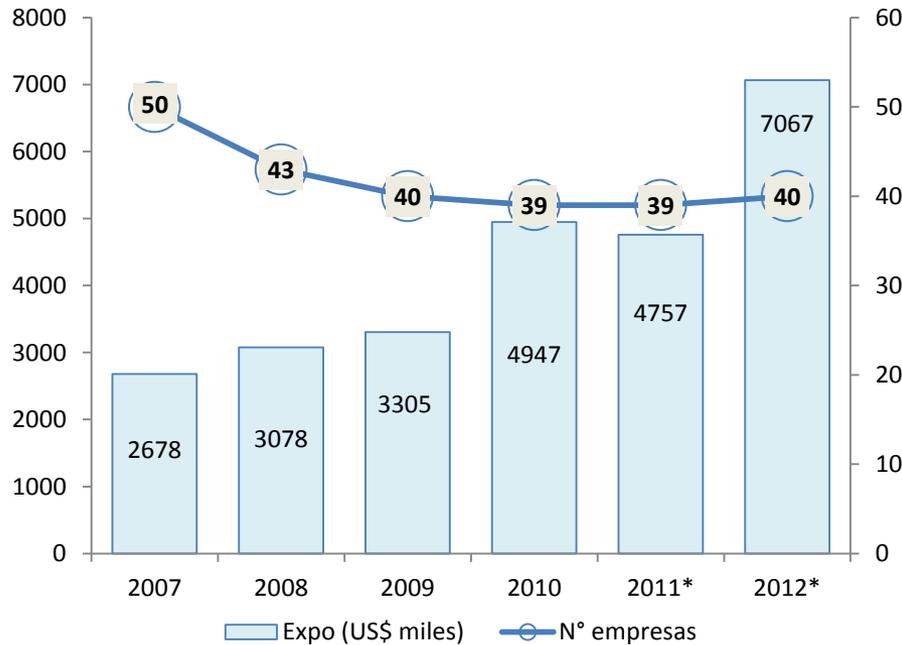
\* Estimado

Fuente: FAO

- ✓ Producción de alimentos en el mundo 2010/2001: de 2.2%,
- ✓ Producción de alimentos en UE 2010/2001: de 0.1%

Tendencia	Sustento	Efecto en la demanda	Productos Beneficiados
<b>Mayor consumo de frutas y verduras</b>	<p>-Debido al gran problema de sobrepeso y obesidad en la juventud, el gobierno estadounidense ha puesto en práctica un nuevo modelo de oferta alimenticia en las escuelas.</p> <p>-Creciente número de inmigrantes hispanos y asiáticos</p>	Corto – Mediano Plazo	<p>-Frijoles, pimientos verdes, melón, judías verdes (vainita), banana, tomates, tipo de uvas.</p> <p>-Papaya, piña, mango, limón, aguacate (palta).</p> <p>-Todo tipo de bayas: Fresa, frambuesa, arándanos y zarzamoras</p>
<b>Creciente demanda de la gastronomía peruana</b>	<p>-Estados Unidos encabeza la lista de los países alrededor del mundo que más busca la comida peruana a través de internet, según señala el más reciente reporte “Perú Market Online*” realizado por la consultora <b>Community.com.pe</b>.</p>	Mediano Plazo	<p>-Limón, jengibre, ajo, cebolla roja, pimientos, ají amarillo, culantro y huacatay</p>
<b>Mayor consumo de maíz peruano</b>	<p>-Actualmente en EE.UU. la comunidad hispana es la mayor consumidora de maíz peruano, siendo las clases más consumidas, maíz chullpe, maíz serrano, maíz montaña y carhuay.</p>	Mediano Plazo	Maíz

# Perú: Exportaciones de productos «nostálgicos» a Estados Unidos



(\*) Ener-Nov

✓ Peruanos en EEUU llegan a tercera generación. Mexicanos están en séptima.

✓ Peruanos con menos de 3 años de permanencia, aprecian más la utilización de productos frescos o de preparación casera.

Exportación de Productos Nostálgicos (Ene-Nov miles US\$)

Productos	2011	2012	Var. % 2012/11
Chifles	1,331	2,912	118.8%
Panetón	1,968	2228	13.2%
Cerveza	848	1195	40.9%
Cusqueña	482	782	62.0%
Cristal	366	414	13.1%
Chicha Morada	305	427	39.8%
Mazamorra morada	50	55	9.0%
Cuy	68	65	-4.8%
Chocoteja	51	41	-19.2%
Turrón	53	69	30.9%
King Kong	28	14	-49.3%
Humita	7	0	-100.0%
Tamal	3.4	0	-100.0%
Chocolate	43	61	41.3%
Cua cua	15	10	-37.5%
Doña Pepa	19	37	100.8%
Sublime	9	14	51.2%
<b>Total</b>	<b>4,757</b>	<b>7,067</b>	<b>49%</b>

Fuente: ADUANAS-SUNAT

## Los Ángeles

- Palmitos preparados
- Paltas frescas
- Cacao en polvo
- Banano fresco
- Potas congeladas
- Mandarinas en conserva
- Conchas de abanico congelado
- Prendas de vestir de fibras sintéticas o artificiales
- Conjuntos, guardapolvos de fibras sintéticas o artificiales



## Miami

- Alcachofas en conserva
- Jengibre
- Granada fresca
- Filetes congelados de perico
- Colas de langostino sin caparazón
- Conchas de abanico congeladas
- Vestidos de pto. de algodón para mujeres o niñas
- Camisas de pto. de las demás fibras sintéticas y artificiales para hombres
- Pantalón largo, corto, para hombre de algodón
- Pantalón largo, corto, para hombre de fibras textiles



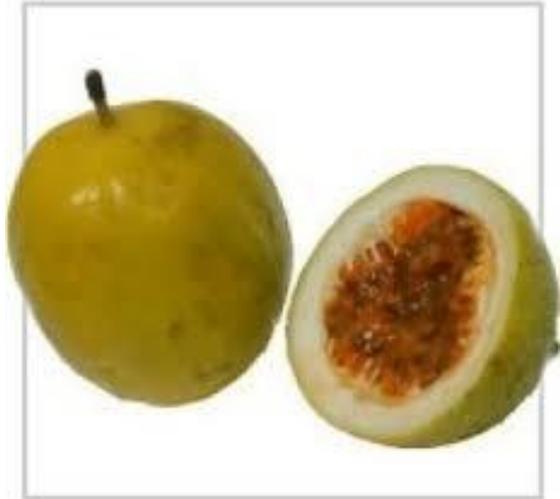
## New York

- Pimiento morrón
- Vestidos de pto. para mujeres o niñas de fibras artificiales
- Palta fresca
- Pasta de cacao
- Fríjol castilla
- Manteca de cacao
- Alcachofa en conserva
- Vestidos para mujeres o niñas de fibras sintéticas
- Conjunto de abrigo para entrenamiento o deporte de fibras sintéticas, para mujeres o niñas



## Washington

- Jugo de maracuyá
- Chocolates y preparaciones que contengan cacao
- Camisas para hombres o niños, de algodón
- Pantalón de mujer o niña, de punto, de fibras sintéticas
- Anoraks, cazadoras y artículos similares para mujer o niñas





**Lo que no se debe hacer**



✓ No se cumplió con lo exigido por el cliente



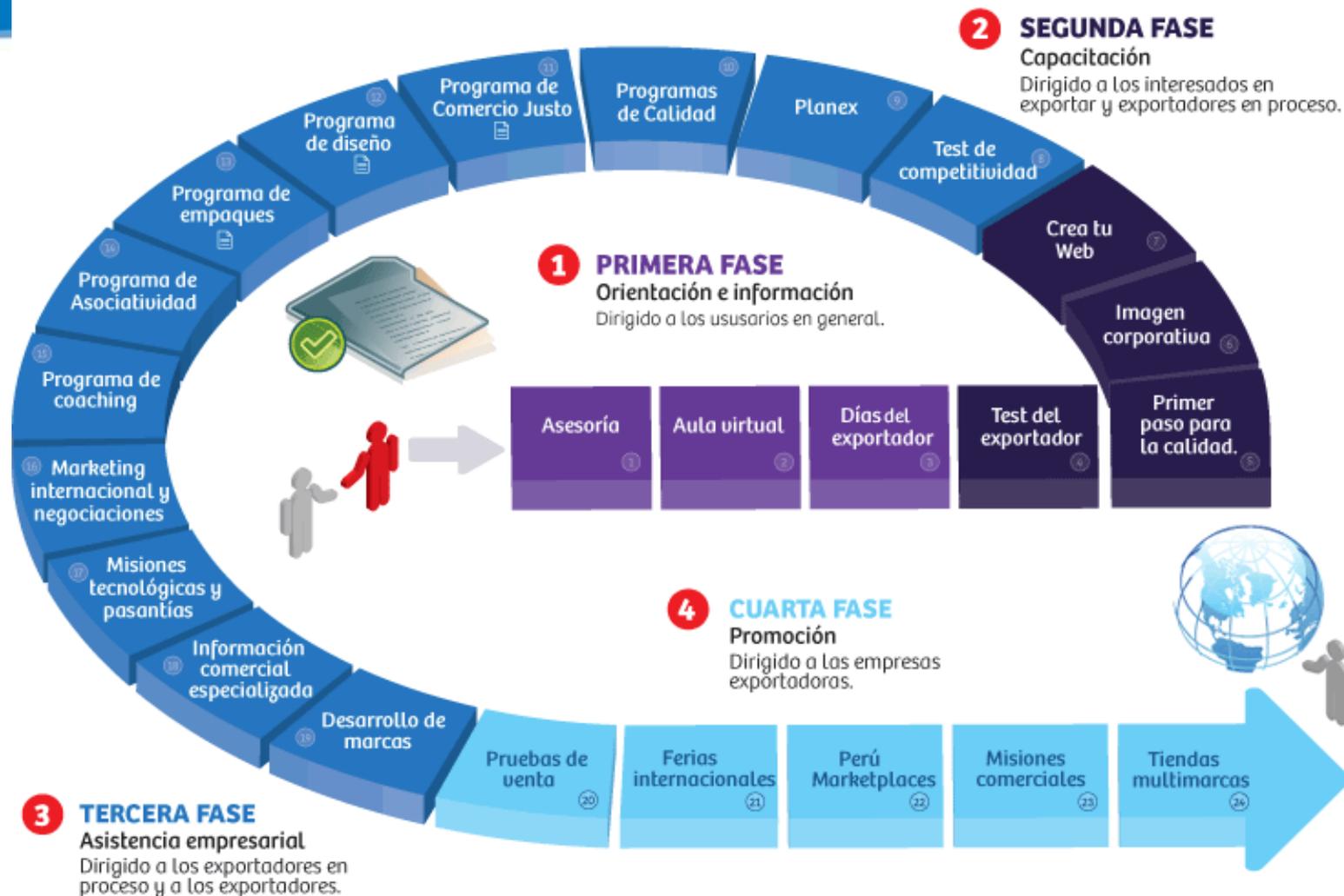


# Ruta Exportadora



# ROTA EXPORTADORA

Camino a su internacionalización.





# Muchas gracias

Carlos Valderrama  
Especialista de Mercado  
PROMPERÚ



Julio de 2012

