

# **MERCADOS EMERGENTES**

**QUÉ MERCADOS DEBERIAMOS POTENCIAR DE ACUERDO AL  
NUEVO ESCENARIO MUNDIAL**

**Francisco Morales Bermúdez**

**Cel.: 945027250**

**[fmoralesbermudez@gmail.com](mailto:fmoralesbermudez@gmail.com)**

**26 de marzo de 2014**

**Lima, Perú**

# EU prevé crecimiento del PIB de 3.1% para 2014

Washington.- La Casa Blanca prevé que la economía de Estados Unidos crecerá 3.1% este año y 3.4% el 2015.

Entre sus estimaciones económicas, se prevé que el déficit presupuestario continuará reduciéndose en 2014 y 2015, mientras que el crecimiento Económico se acelerará, según el proyecto de presupuesto 2015 del Presidente Barack Obama publicado el martes.4 DE MARZO 2014.

El déficit de Estados Unidos bajará a 3.7% del Producto Interno Bruto en 2014 y bajara al 3.1% en el Año 2015.

La inflación debería pasar de 1.6% a 2% en 2015 y la tasa de desempleo caería a 6.4% en 2015.

# ZONA EURO.

- La directora gerente del Fondo Monetario Internacional (FMI), Christine Lagarde,
- Alertó de riesgos en la recuperación europea, como el elevado
- Desempleo. Jóvenes.
- La Desigualdad puede traer Problemas de Envergadura.
- En el “Foro Global España” que se realizó en Bilbao Norte de
- España, señaló que la previsión de crecimiento de la zona euro es de 1% para 2014 y 1,4% para 2015, pero “hace falta tener una trayectoria de crecimiento sostenible”.
- Los elevados niveles de deuda, que frenan al crecimiento, así como el riesgo de una baja inflación prolongada”, lo que podría hacer descarrilar la recuperación, advirtió. Deflación.
- Reclamó más reformas sobre la productividad de las economías y especialmente del mercado laboral.
- Europa Crece a Varias Velocidades.

# CONCLUSION

- ESTADOS UNIDOS  
CRECE.LENTAMENTE.
- LA UNION EUROPEA
- CRECIMIENTO RAQUITICO. CON  
PROBLEMAS DE DEFLACION.
- SOROS SOSTIENE QUE EUROPA  
TARDARA 25 AÑOS EN SALIR DE LA  
CRISIS.

•  
▪

# **LAS POTENCIAS EMERGENTES**

- **HAY QUE ANTICIPARSE AL FUTURO.** Las reglas de juego tienen que ser claras para dar seguridad a las inversiones y al comercio dentro del **NUEVO ORDEN ECONÓMICO MUNDIAL.**
- **El Objetivo es mirar con Prospectiva, al futuro. Se tienen que hacer las Reformas Estructurales. Microeconomía.**
- **La IED se volcará a los Países Emergentes que hagan bien las cosas en el campo Macro y Micro Económico.**
- **Se Tienen que hacer las Reformas Estructurales, invertir en Infraestructuras y hacer las Reformas Micro Económicas.**
- **Reformas del Estado, Salud, Educación, Ciencia, Tecnología, Innovación, Emprendimiento, Pymes. Capital Humano.**
- **Facilitar los Negocios, NO TRABARLOS. ProInversion tiene que ser mas Activo.**

# LA SITUACION HA CAMBIADO

- DESDE MAYO DEL 2013 LA SITUACION HA CAMBIADO, ESTAMOS EN UN ESCENARIO NUEVO.
- Estados Unidos comenzó a dar señales de recuperación. Esto llevo a las Autoridades Monetarias de EEUU a marcar el “INICIO DEL FIN” de las inyecciones de liquidez. Por estas Razones , buena parte de los capitales

- Que apostaron por EE en el pasado retornaron a EEUU y EUROPA, con lo que los activos de EE tuvieron en el 2013 su peor desempeño desde la crisis del 2008-2009. En lo que va del 2014, el contexto Económico para EE parece estar deteriorándose aun más , pues la coincidencia de eventos de Incertidumbre Política en Países como:

- CHINA, INDIA, TURQUIA, SUDAFRICA.
- INDONESIA, TAILANDIA
- VENEZUELA
- ARGENTINA
- BRASIL no ha hecho mas que añadir “  
más leña al Fuego”.
- LA PREGUNTA ES ?

- La tesis optimista de las EE ha llegado entonces a su fin? NO necesariamente. A Diferencia del 2010-2012 hoy las Economías Emergentes TIENEN QUE COMPETIR CON LAS ECONOMIAS DESARROLLADAS PARA ATRAER INVERSIONES. No es de extrañar, entonces, que justamente los Países que Experimentaron las más fuertes entradas

De Capitales durante los últimos años sean las que hoy enfrentan las Mayores dificultades, en particular , aquellas que postergaron las **Reformas** en sus Mercados Internos.

Relajaron la **disciplina Fiscal** o **Monetaria** respaldados en el ingente flujo de Entrada de Capitales.

Gastos del Estado mal **Focalizados**.

- Hay que diferenciar y hacer bien las cosas y es justo en las Reformas Micro , las Bases del ingreso de la IED.
- Las EE están en la Mirada de los Fondos de Inversión , del Capital .Muchos Países Emergentes no han hecho lo suficiente en términos de abrir sus Economías.

1) Al Comercio Internacional de productos y Servicios.

2) Han sido menos Amigables con la IED, que trae no solo capital financiero sino también competencias técnicas y administrativas.

En general son Economías que miran mas hacia adentro que hacia el resto del Mundo.

- El Mercado al que se tiene que apuntar es EL PLANETA ENTERO. Mientras más consistente sea el Proceso de Apertura de una Economía, más podrá esta última beneficiarse de los frutos de la Globalización. lógicamente todas las Economías Emergentes no han seguido el mismo Modelo. **Las Economías Cerradas tendrán Grandes Dificultades al Futuro.**

# CONCLUSIONES

- El Perú ha tenido una Década con un Crecimiento promedio del 6.5%.
- La desaceleración de la China, el Retroceso en los Precios de los Commodities y la caída Gradual del Financiamiento barato de la Reserva Federal de EEUU, La Presidente de la Fed La Sra Yellen en la Ultima Reunión en Marzo sostuvo que los Intereses Podrían subir Pronto.

- Por ello mismo Los Países Emergentes tendrán Que ocuparse de que sus políticas MACROECONOMICAS SE MANTENGAN SÓLIDAS Y SE DEBEN HACER LAS REFORMAS ESTRUCTURALES que incrementen el Potencial de Crecimiento. Cada País tiene su Realidad . El Perú tiene que hacer reformas Microeconómicas: Educación, Infraestructura.

- Reducir el Costo de hacer Negocios, la Reforma de la Administración Pública y de los Servicios Públicos, deficientes, Destruir los Proyectos de Inversión, tenemos que ir mas rápido en las Inversiones.
- Reducir la Informalidad. Reformas de la Salud. Nos queda Mucho por Hacer en el Campo de la Microeconomía.

- Tenemos que hacer las Reformas que sostengan la Demanda Interna- Consumo Inversión, Impulsar la Innovación, y de esa forma mantener un Buen Crecimiento con Desarrollo Inclusivo.
- Tenemos que tener una Fuerza Laboral mas Productiva. Juega un Papel muy Importante la Capacitación, la Formación del capital Humano. La Educación.

# DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA AGENDA INTERNA

## LAS REFORMAS MICROECONÓMICAS

- Reforma del estado.
- Reforma laboral
- Infraestructura
- Salud
- Educación
- Ciencia tecnología e innovación
- Centro tecnológicos agrarios
- Responsabilidad social
- Medio ambiente
- Capacitación . capital humano
- Información
- Descentralización
- Apoyo a las micro y pequeña empresa.

# SECTORES

- Minería
- Pesquería
- Agro-Agroindustria.
- Textil-Confecciones.
- Metalmecánica
- Siderometalúrgica
- Artesanías , Joyerías y otros.
- Forestal, Muebles, Partes y piezas
- Materiales de Construcción
- Químico
- Servicios

- **Hay que direccionar el Comercio Exterior** hacia nuevos Mercados Emergentes teniendo incluso en cuenta los Países Árabes. Turquía. Rusia, Israel. Indonesia. Malasia, Vietnam.
- **EI MARKETING ES FUNDAMENTAL.**
- Agro, Agroindustria .Productos Alimenticios, Gourmet, Pesqueros, Suplementos Naturales, Productos Orgánicos, medicinales, Confecciones, prendas de Alpaca, Cerámica, Joyería, Calzados, Decoración , Servicios, Hierbas Aromáticas ORGANICAS. Biocomercio.

- **LA ALIANZA DEL PACIFICO** .Es un Bloque con mucho Potencial pero tenemos que hacer bien las cosas. Realmente cuando entrara en vigor: Hay retos tenemos que implementar lo Firmado: Como la Libre Circulación de Bienes, Servicios, Capitales, y Personas.
- **ENFRENTAN DESDE YA GRANDES RETOS.**

# LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES

- PERU SERA EL 4TO PAIS A NIVEL MUNDIAL ENTRE LOS PAISES EMERGENTES CON MAYOR CRECIMIENTO DURANTE LOS AÑOS 2013-2017- CHILE 8VO, COLOMBIA 12VO Y MEXICO OCUPA PUESTO 16.
- POR LO TANTO LA ALIANZA DEL PACIFICO SE CONSOLIDARA. IED.
- CHINA, COREA DEL SUR, TAILANDIA.

- Es muy probable que la Alianza del Pacifico Crezca el 2014 el Doble que el Mercosur.
- El Comercio entre los Países de la Alianza del Pacifico creció 1.3% en el 2013, mientras que entre los Miembros del Mercosur cayó un 9.4%

- SEGÚN ESTIMACIONES DEL FMI EN EL 2014
- PERU CRECERA 5.7%
- MEXICO 3%. Ya esta en el 2.7%
- CHILE 4.5%. Ya esta entre el 3.3% y 3.7%.
- COLOMBIA. 4.2%.

# EE PIB MUNDIAL 50% Y LIDERAN CRECIMIENTO MUNDIAL

- BRICS-  
BRASIL, RUSIA, INDIA, CHINA, SUDÁFRICA.
- MIST- MÉXICO, INDONESIA, COREA DEL SUR Y TURQUÍA.
- CIVEST. COLOMBIA, INDONESIA, VIETNAM, EGIPTO, TURQUIA, SUDAFRICA.
- LA ALIANZA DEL PACIFICO. PERÚ, CHILE, COLOMBIA, MÉXICO.

# TENEMOS QUE TENER INICIATIVAS PROPIAS.

- ALIANZA DEL PACIFICO CON EL ASEAN . GRAN IMPULSO.
- GRANDES CLASES MEDIAS.
- ALIANZA DEL PACIFICO ASEAN + 3
- ALIANZA DEL PACIFICO CON EL GOLFO PERSICO. EAU.
- ALIANZA DEL PACIFICO CON LOS PAISES NORDICOS.

# Origen: Encadenamientos.

- Etapa 1

- El material o partes de cualquier otro país ingresa al Perú con arancel 0% .

## **Etapa 2**

- Se realiza el proceso productivo en el Perú, para cumplir con la regla de origen y poder acogerse al beneficio arancelario en el mercado de destino.

## **Etapa 3**

- Exportación del bien final ( que cumple origen peruano ) a los países de interés. TLCs firmados.

# LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES

- LOS PAÍSES EMERGENTES LIDERAN EL CRECIMIENTO MUNDIAL.
- EL 75% DEL CRECIMIENTO EN EL MUNDO SE DA POR LOS PAÍSES EMERGENTES LIDERADOS POR EL ASIA. AMÉRICA LATINA.
- PERÚ SEQUIRÁ EN EL AÑO 2014 LIDERANDO EL CRECIMIENTO EN AMÉRICA LATINA.
- DIGANME QUE HUBIERA PASADO SI EL PERÚ NO SE INSERTABA EN LA ECONOMÍA INTERNACIONAL.?

# TRATADOS DE LIBRE COMERCIO.RELEVANCIA.

- LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO NOS DA LA OPORTUNIDAD DE EXPORTAR E IMPORTAR ARANCEL 0. TRAEMOS TECNOLOGÍA ARANCEL 0,INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y NOS HACE MÁS COMPETITIVO.
- PREGUNTA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN? ES DE VITAL IMPORTANCIA POSESIONARSE EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES. TENEMOS UN SUPERMERCADO EN EL EXTRANJERO?
- NINGUNO. COMO PUEDE SER Y DONDE ESTÁN LOS EMPRESARIOS. COMO VAMOS A COLOCAR NUESTROS PRODUCTOS .
- INTERNACIONALIZARNOS.**DISTRIBUIDORAS** EN LUGARES ESTRATEGICOS.

# MERCADOS POTENCIALES PARA EL PERU.

**ACUERDO DE  
COMPLEMENTACION  
ECONOMICA  
ACE 58**

**Brasil**

# **Productos Peruanos con Potencial en Brasil**

# Productos potenciales en el Mercado Brasil

Sector agropecuario -agroindustrial

- Papas –batatas
- Anís•Linaza
- Camote
- Quinoa
- Kiwicha
- Ajo
- Uva de mesa



# PRODUCTOS POTENCIALES

- ESPARRAGOS.
- ALCACHOFAS
- ACEITUNAS
- PALTA
- SNAKS- HABAS, MAIZ GIGANTE DEL CUZCO FRITO, Y CON DULCE.
- MANDARINA
- TANGELO

# PRODUCTOS POTENCIALES

- CONCHAS DE ABNICO SIN CORAL.
- TIBURON CONGELADO.
- TRUCHAS. YA INGRESO AL MERCADO.
- CONSERVAS DE JUREL.
- ANCHOAS.
- CORVINA
- MERO
- PERICO . CABALLA.

# MALASIA



Harina .Aceites de pescado

Uvas frescas

Camisas de punto de algodón  
para hombres o niños

Dulce de leche

Bordados en piezas de algodón

Artículos de orfebrería

Anchoas saladas

Peces Ornamentales.

Barras de aceros aleados

Tejidos de algodón

Redes para pesca  
Leche evaporada sin azúcar  
Pasta de cacao desgrasada  
Tejidos estampados de poliéster  
Tejidos de algodón  
Merluzas saladas  
Terciopelo y felpa de algodón .  
Caballa, Anguila, Perico  
Congelado. Pota.  
Pallar Bebe.  
Frejol Castilla.

- COLORANTES NATURALES.
- ALEACIONES DE ZINC.
- ALAMBRE DE COBRE.
- CEBOLLA BLANCA.
- PAPRIKA
- CAFÉ.

# BRUNEI

Mantas de pelo de vicuña

Artículos de joyería

Artículos de peletería (excepto de alpaca)

Mantas de algodón

Artículos de orfebrería de plata

Champús

Jabón de tocador

Muebles de plástico

# SINGAPUR

## PRODUCTOS POTENCIALES

- CAFÉ
- UVA
- MANDARINAS.
- ESPARRAGO VERDE
- PAPRIKA.
- COLORANTES  
NATURALES
- POLOS DE ALGODÓN.
- PRENDAS DE VESTIR  
DE ALGODÓN
- SUETERES .
- PECES  
ORNAMENTALES.
- PREPARACIONES Y  
CONSERVAS DE  
PESCADO.
- POTA.
- ALMEJAS.
- ALETAS DE TIBURON.
- ACHIOTE.

# VIETNAM

## PRODUCTOS POTENCIALES

- Espárragos frescos
- Pimiento en conserva
- Maíz dulce para la siembra
- Harina, polvo y pellets de crustáceos
- Salvado de trigo
- Moluscos
- Salvado de maíz y arroz
- Mejillones congelados
- Fibras acrílicas cardadas o peinadas
  - Hilados sencillos de algodón (sin peinar, <85% en peso)
- Mármol y travertinos
- Cueros y pieles

- Quinua
- Hilos y cuerdas de caucho
- Hilados retorcidos de fibras peinadas
- Bolas y artículos para molinos de fundición
- Alambres de hierro o acero
- Cebollas secas
- Manguitos de hierro o acero
- Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre)

Oro en bruto

# TAILANDIA

## PRODUCTOS POTENCIALES

- UVAS.
- GRASAS Y ACEITE DE PESCADO.
- POTA.
- ALETA DE TIBURON.
- CARMIN DE COCHINILLA.
- ACHIOTE. ALGODON SIN GARDAR.
- CEBOLLA. PAPRIKA.
- TEJIDO DE LANA O PELO FINO.
- OXIDOS DE ZINC.
- OXIDO DE BORO.
- FILETE DE ANGUILA, CABALLA Y PERICO.
- DISCO LAMINADOS Y TIRAS DE ZINC.
- PRODUCTOS ACUICOLAS.

# COREA DEL SUR

- Este Acuerdo abre un Importante Mercado de Aproximadamente 50 Millones de Potenciales consumidores que tienen un Ingreso Per Capita de más de 17,000 Dólares.
- El Comercio Bilateral crecerá con el TLC, y no solo en el Intercambio de Productos básicos, pues también ingresaran al Perú Automoviles, Electrodomesticos etc.

# EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

- El Coreano esta muy interesado en Productos Naturales, Orgánicos, y de la Biodiversidad Peruana.
- Quinoa Organica, Kiwicha.
- La Panela Organica.
- Productos Gourmet.
- En General productos Agrarios , Pesqueros.

- Espárragos.
- Camú Camú.
- Hilado de Pelo Fino.
- Camisas de Algodón.
- Son consumidores de Café. Juan valdez de Colombia tiene una Distribuidora en Corea del Sur y Hace Degustaciones.
- En General en Corea del Sur se consume

- Productos frescos de Alta Calidad.
- Por lo que paga buenos Precios.
- Para el Perú el 91% de las Líneas arancelarias se desgravaran dentro de los primeros cinco años de Vigencia del Acuerdo. Corea del Sur incluyo en el marco del tratado a los Profesionales y Tecnicos para que accedan libremente al Mercado Laboral.

# OCEANIA.

- AUSTRALIA
- NUEVA ZELANDIA.
- PRODUCTOS CON POTENCIAL DE EXPORTACION.

# Nuevos Productos en Australia



Corazones de Alcachofas  
Marinadas  
US\$ 2.0



Hongos en Rodajas en Salsa  
de Mantequilla  
US\$ 1.3



Coliflor congelado  
US\$ 3.0



Aceitunas Negras  
US\$ 4.1



Frijoles Horneados en  
empaque refrigerado  
US\$ 4.8



Leche Chocolatada  
US\$ 3.1



Tomates Dulces tipo Snack  
US\$ 4.1



Avena Orgánica Instantánea  
US\$ 3.1

## Nuevos Productos en Australia



Atún en salsa de Ajo  
US \$



Sardinas en salsa de Tomate  
US \$ 1.5



Anchovetas en Aceite de  
Oliva  
US\$ 2.8



Panetón con Chocolates o  
Frutas  
US\$ 2.9



Ambientador con olor a  
Eucalipto  
US\$ 15.5



Ambientador a base de  
frutas y manzanilla



Aceite de Palta para el  
Cuerpo  
US\$ 18.6



Shampoo a base de frutas  
US\$ 3.1

# Nuevos Productos en Nueva Zelanda



**Guaraná Energizante**



**Jugo Orgánico**  
Manzana, Mango, Maracuyá  
US\$ 2.8



**Grapseed & White Tea**  
Mora, Durazno, Maracuyá, Granada  
US\$ 31.8 (12 UNID)



**Yogurt con Frutas y Cereal**  
Plátano, Maracuyá, Durazno, Piña  
US\$ 1.4



**Papas en trozos, congeladas**  
US \$ 4.1



**Cebollas en conserva**



**Chocolates con Relleno:**  
Grosella Negra, Kiwi, Mango  
US \$ 15.8



**Barras de Chocolate**  
Cacao  
US\$ 7.5

# Nuevos Productos en Nueva Zelanda



Comida Orgánica para  
Bebés



Muesli Bars  
US\$ 3.8



Miel Pre-biotica



Comida para gatos  
Salmón y Atún



Loción exfoliante  
A base de Damasco



Suplemento Dietético  
Aloe con Menta



Loción Facial  
A base de Kiwi



Suplemento Orgánico Acai  
A base de Noni orgánico y frutas  
orgánicas

**Oportunidades  
Comerciales en  
CHINA**

## China: Oportunidades para productos agrícolas

### Protocolo Sanitario

☐ Los productos que ya tienen protocolo sanitario y poseen posibilidades de crecimiento y consolidación en China son:

- ☐ Mango
- ☐ Uva Red Globe
- ☐ Cítricos (mandarinas, limón y tangelos)

### Oportunidades

- ☐ Páprika
- ☐ Café
- ☐ Maíz gigante
- ☐ Productos naturales (imitación a japoneses. Maca, kiwicha, quinua)
- ☐ Palta, Espárragos y aceitunas
- ☐ Frutas deshidratadas y congeladas (mango, piña, papaya)

## China: Oportunidades para productos agrícolas

### Uvas

- ☐ Cosecha peruana en contra estación.
- ☐ China: Agosto – Octubre
- ☐ Perú: Noviembre - Febrero
- ☐ Ventana comercial importante: Año Nuevo Chino.
- ☐ Preferencia por uva red globe, color rosado
- ☐ Arancel China:
  - ☐☐ cero en 2015.



## China: Oportunidades para productos agrícolas

### Mangos en Carrefour - Shanghai

#### Mangos

- ☐ Cosecha peruana en contra estación.
  - ☐ China: mayo – setiembre
  - ☐ Perú: diciembre – marzo
  - ☐ Alto consumo durante Año Nuevo Chino.
  - ☐ Consumidor chino prefiere variedad Kent.
  - ☐ Calibres grandes tienen mejores precios
  - ☐ Arancel China:
    - ☐ TLC Perú China: 12%. Se reducirá 3% anual hasta llegar a cero en 2015.
- Fuente: World Trade Atlas



## China: Oportunidades para productos agrícolas GRAFICOS



### Mandarinas

Producción peruana en contra-estación:

- China: Octubre a marzo
- Perú: Febrero - Noviembre.
- Variedad Murkott es la más demandada.
- Preferencia del consumidor: dulce, fácil de pelar, poca fibra, sin pepa, jugosa, color anaranjado, consistencia firme y acabado brillante(waxed)
- 60% del consumo de mandarina se realiza en el norte de China.
- Proveedores: USA (76%), Tailandia (22%).
- Arancel China
  - NMF: 12%.
  - TLC Perú – China: desgravación en 8 años a partir de 2010.



### Naranjas

Producción peruana en contra-estación:

- China: Setiembre - Noviembre
- Perú: Mayo – Setiembre
- Variedades preferidas: Navel, Navel Lane Late, Valencia Late
- Proveedores: EE.UU (89%), Sudáfrica (8%)
- China importó US\$ 48 millones en 2009.
- Arancel China
  - NMF: 11%
  - TLC Perú – China: desgravación en 8 años, a partir del 2010.

## China: Oportunidades para productos agrícolas

### Mediano / Largo Plazo



#### Espárrago

- Perú puede abastecer en contra – estación:
- China: abril - noviembre
  - Perú: todo el año.
  - Principal demanda:
    - Consumidor del segmento medio – alto
    - Hoteles de las principales ciudades: Beijing, Shanghai y Guangzhou.
  - Importante productor de espárragos. Gran parte destinada a la exportación de espárragos en conserva.
  - Importaciones son mínimas pero se espera que se incrementen por las propiedades nutritivas
  - Arancel China:
    - Arancel NMF 13%
    - TLC Perú - China: 0%



#### Paltas

- La palta aún no forma parte de la dieta del consumidor chino. Desconocimiento del producto.
- Variedad Hass es la más comercializada.
- Principal demanda:
  - Residentes extranjeros y de altos ingresos.
  - Hoteles de las cadenas internacionales
- Arancel China:
  - Arancel NMF 25%
  - TLC Perú - China: Desgravación será en cinco años.

# China: Oportunidades en Sectores

## Oportunidades

- ☐ Piso de madera.
- ☐ Frisos de madera para parqué
- ☐ Madera aserrada.
- ☐ Hilado y fibras de algodón y alpaca.
- ☐ Confecciones de alto valor agregado.

# COSTA RICA Y PANAMA

- Principales Productos
- Alimentos para animales
- Galletas dulces con Edulcorante
- Uvas frescas
- Barquillos y obleas incluso rellenos y waffles
- Mandarinas frescas
- Cacao en polvo, sin azúcar ni edulcorantes
- Preparaciones alimenticias
- Nutricionales
- Preparaciones alimenticias de plantas o semillas
- Paltas Frescas
- Fuente: SUNAT.

- Panamá es el MAYOR Exportador e Importador en Centroamérica y abastece a la Demanda de una Población en Crecimiento, que incluye al resto de Centroamérica y el Caribe.
- Tenemos un tratado de Libre Comercio desde el 1 de Mayo del 2012. Se generan grandes oportunidades para productos No tradicionales como la Agroindustria y la Construcción.

# MÉXICO

## Oportunidades de exportación.

- Maderas aserradas – tropicales
- Maderas aserradas de virola
- Triplay
- CONFECCIONES. EN GENERAL. ALPACA.
- Camisas de Punto de Algodón .
- Joyería
- Productos gourmet

- **ALIMENTOS**

- • Páprika
- • Uvas Frescas
- • Mango
- • Orégano, Ajo
- • Harina de Marigold
- • Espárragos frescos
- • Alcachofas en conserva
- • Filetes de pescado
- Congelado
- • Pota congelada
- • Conchas de abanico
- • Jurel en conserva

# COLOMBIA

- Colombia es el tercer destino mas importante para las Exportaciones peruanas con mayor Valor Agregado. Importante para los Productos No tradicionales del Perú.
- En el año 2011 Colombia fue el principal mercado de los Productos Siderometalúrgicos peruanos. El tercero de Textiles, Químicos y Mineros no Metálicos.

- Y el Quinto de productos Agrarios, maderas y papeles.
- Estamos aprovechando realmente el Mercado Colombianos teniendo Arancel 0 por ser Miembro de la Comunidad Andina de NACIONES.
- Uds. se han Preguntado como puede ser que países como México, Brasil, Argentina y Ecuador tengan mas Presencia en Colombia.?

# OPORTUNIDADES

- Productos Alimenticios y Manufacturas.
- Entre los Alimentos tenemos Conservas de Atún, Filete de pescado congelado, Conservas de Sardinias, frijoles, Uvas.
- Alambre de Cobre, Pisos y Revestimiento Cerámicos, Productos de Belleza, Maquillaje, y cuidado de la Piel. Botellas y Frascos de Vidrios. Pescados, Frutas(Uvas Red Globe, Cítricos)carne de Pavo.

- Conservas de Pescado ( Sardinias)  
Prendas de Vestir de Tejido de Punto ( Pijamas , Suéteres, Ropa deportiva)Tejidos de Algodón, Mármol, pisos de Madera, y Revestimientos Cerámicos.Tenemos que darle mas impulso al Mercado Colombiano. Ahora con Mayor Razón con la Alianza del Pacifico. establecer DISTRIBUIDORAS.

- Frutas Importadas. Uva, Durazno, Fresa, y Naranja. Consumo de Vegetales. Son la Cebolla, Tomate, Zanahoria,. Hay que hacer mas Marketing por productos que pueden ser Potenciales como el Brócoli, Coliflor, Ajo y Pimentón. Menestras , Arroz. Alimentos Procesados Potenciales: Conservas de Atún y Frijol de palo en Conserva.

# LA UE

- Es un Tratado de Libre Comercio que se debe Aprovechar con mayores productos a pesar de la Crisis Económica que estan pasando.
- No debemos mirar solamente a los 17 Países que se encuentran dentro de la Zona Euro.
- Polonia. Hungría, Checoslovaquia.
- Buenos Mercados Emergentes.

- El Perú debe implementar Estrategias que le permitan maximizar su Exportación a Este Nicho .de potenciales consumidores.
- Cuales son los productos que consideramos se pueden colocar en los Mercados Emergentes de la UE como Polonia, Hungría, Checoslovaquia y otros.
- Palta Hass, Esparrago Fresco, banana Orgánica, Mango Fresco.

# La Ventaja de ingresar con Arancel 0.

- Alcachofas en Conserva.
- Pimiento Piquillo en Conserva.
- Conchas de Abanico.
- Pota Congelada.
- Conserva de Anchovetas.
- T-shirts de algodón.
- Camisas de Punto de Algodón
- Prendas de Vestir, de Algodón, para Bebes.

- Los productos Textiles, La Joyería.
- Productos de Alpaca.
- Los Artículos de Regalos y Decoración.
- Los productos Gourmet y los Productos relacionados con el Sector Pesquero .
- Productos Organicos.

# POLONIA

- PRODUCTOS QUE EL PERU DEBE COLOCAR EN EL MERCADO POLACO.
- CAFÉ.
- UVAS
- BANANOS
- MANDARINAS
- PIMIENTOS
- INSUMOS QUIMICOS.
- MAIZ.

- Carne de Animales. Porcinos.
- Preparaciones Alimenticias.
- Cítricos Frescos o Secos
- Pescado Fresco o refrigerado.
- Chocolate y derivados de Cacao
- Filetes y demás carne de Pescado.
- Café
- Galletería.
- Uvas.

- LAS EXPORTACIONES A POLONIA DEBEN AUMENTAR. LAS NUEVAS TENDENCIAS Y PERFILES DEL CONSUMIDOR .
- CRECIMIENTO DE LA POBLACION DE MAS DE 65 AÑOS, LA MAYOR CANTIDAD DE HOGARES UNIFAMILIARES Y UN MAYOR PODER ADQUISITIVO.

- QUE DEBEMOS COLOCAR EN EL MERCADO POLACO?
- PRODUCTOS CON VALOR AGREGADO COMO ALIMENTOS, PRENDAS DE VESTIR, ENTRE OTROS QUE INGRESAN ARANCEL O.
- DEBEMOS UTILIZAR POLONIA COMO CENTRO DE COMERCIALIZACION PARA VENDER AL ESTE DE LA UE.

- El Consumidor Polaco consume unos 13 kg por Año de pescado y Marisco y muestra una Preferencia por la Merluza.
- Los Langostinos.
- Consume fuerte **Cítricos**.

# REPUBLICA CHECA

- Carne Porcina
- Productos de Panadería, Galletería.
- Chocolate y Derivados del Cacao.
- Preparaciones Alimenticias.
- Quesos.
- Vinos
- Café, te.
- Cítricos Frescos o Refrigerados.

- Café
- Tomates Frescos o Refrigerados.
- Bananas o Plátanos , frescos.
- En general destaca la alta participación de los Productos frescos en la composición de las Importaciones.
- La evolución de las Importaciones durante los últimos 4 años ha presentado un crecimiento sostenido en los Alimentos.

# HUNGRIA.

- Chocolate y Derivados del Cacao.
- Preparaciones Alimenticias.
- Azucar de Caña o remolacha
- Quesos.
- Carne Porcina
- Margarina
- Bananas o Platanos Frescos
- Café, Te .

# INDIA

- 370 Millones con capacidad Adquisitiva.
- Proyectando que puede ser el Quinto Mercado de Consumo en el Mundo en el 2025.( alrededor de 700 Millones de Habitantes).
- Al 2030 la Mitad de la Población menor de 25 Años.
- Mejor Educación.
- Nuevos Productos.

- Conciencia de Productos Saludables
- 
- Patrones de Consumo Occidental
- Crecimiento del Sector Retail.
- Restaurantes de Lujo.

- **Perú: Exportaciones por sectores económicos**

- Minería no metálica
- Agropecuario
- Sidero - Metalúrgico
  
- Pesqueros
- Químico
- Pieles y cueros.

- Los principales productos exportados correspondientes al sector agropecuario fueron:
- Menestras. Frijol Castilla. Pallares, Habas
- Uvas . Se Cuenta con Certificado Fitosanitario.
- Productos Procesados: Vegetales, Ajies.
- Fresas frescas
- Tara en polvo.
- Son Grandes Consumidores de Papa.

# Alimentos Frescos

- En el Año 2010 se Inicio el Proceso dirigido a Certificados Fitosanitarios para la Palta.
- Espárragos
- Cítricos.
- Sociedad Vegetariana.

- Perú: Principales Partidas No Tradicionales exportadas a India
- Fosfatos de calcio
- Cables de filamentos sintéticos.
- Pieles curtidas de ovino
- Chapas y tiras de zinc

# PRODUCTOS NATURALES

SACHA INCHI.

ALGARROBO.

- UÑA DE GATO.
- SANGRE DE GRADO.
- MACA
- CAMU CAMU.
- AJONJOLI
- STEVIA
- CHIA
- PRODUCTOS . LOS BERRIES
- ARANDANOS, CIRUELA, AGUAYMANTO . OTROS.

# PRODUCTOS ORGANICOS

- QUINUA ORGANICA
- TRUCHA ORGANICA
- KIWICHA ORGANICA
- PALTA ORGANICA
- TARWI ORGANICO.
- PRODUCTOS SALUDABLES.
- MARKETING ADECUADO A LA REALIDAD DEL PAIS.

# LOS PAISES ARABES

- DEBEMOS ESTABLECER UNA ESTRATEGIA CONJUNTA PARA REALIZAR TRABAJOS DE PROSPECCION DE MERCADOS.
- ASISTIR A FERIAS Y REALIZAR MISIONES COMERCIALES.
- LAS AGENCIAS DE PROMOCION COMERCIAL .OFICINA COMERCIAL CONJUNTA.ALIANZA DEL PACIFICO.

- **EMIRATOS ARABES UNIDOS** es un Mercado con un alto poder Adquisitivo y una gran concentración de Centros Comerciales y que demanda productos de Lujo de mucha calidad. En **Arabia Saudita** la estabilidad política permite que las elevadas reservas de petróleo sustenten el aumento del consumo de su **creciente clase Media**, además , sus 29 Millones de Habitantes lo convierten en gran Mercado.

# EAU.

- SECTOR AGRICOLA.
- Productos a base de pollo, queso, frutas, vegetales, pan de grano, aceite de oliva y confitería. Productos exóticos como la carambola, cocona y maracuyá. Según el Ministerio de Economía de EAU, la demanda de productos alimentarios crece a un ritmo del 12% anual

- **Frijoles secos**
- **Uva.**
- **Paprika.**
- **Espárragos.**
- **Manteca de cacao.**
- **Cacao en polvo.**
- **CAFE.**

- **Caballa.**
- **Atún conservado**
  
- **Sardinas en lata**
- **Anchoveta.**
- **Jurel y demas preparacionesa.**

# BIENES DE LUJO.

- Hay un mercado pequeño, pero importante en gasto por persona, de artículos de lujo en moda y belleza. Calzado, perfumes, joyería. Bienes para el hogar, muebles, iluminación, elementos decorativos, grifería, azulejos. Entienden el lujo como parte de su forma de vida. Estiman el crecimiento de ventas de productos cosméticos en un 28% anual hasta el 2015.

- **QATAR** a pesar de su reducido Mercado los elevados Niveles de consumo ,per cápita y el alto crecimiento del gasto de los Hogares en los próximos años otorgan perspectivas favorables a su Mercado por varios años en el Futuro.

# RUSIA ES UN GRAN MERCADO

- CHILE TIENE UNA RED CON UN SUPERMERCADO RUSO QUE TIENE 2,500 PUNTOS DE VENTAS . DEBEMOS TRABAJAR PARA COLOCAR FRUTAS, HORTALIZAS , PESCADOS YA QUE SON GRANDES CONSUMIDORES. PRODUCTOS DECORACION Y DE LUJO.
- EN RUSIA COMPRA US\$ 35,000 Millones en Frutas y Hortalizas.

- Asimismo compra Productos Pesqueros.  
El primer comprador de TRUCHAS.
- El Perú Sería un gran Abastecedor de  
Productos con Valor Agregado.
- Chile Ingresó con Una Cadena de  
Supermercados que tiene 2,500 Puntos  
de Venta.

- Rusia sin haber firmado un Tratado de Libre Comercio con el Perú ya nos compra Uvas y Granadas. Teniendo un TLC EL Perú sería un Gran Proveedor de Frutas Hortalizas, Productos Gourmet.
- Asimismo Deberíamos venderles haciendo un Buen Estudio de Mercado Productos de Confecciones de Lujo y de Alpaca. Abrigos . Y Artículos de Regalos y Decoración.

# CENTRO DE NEGOCIOS

- **TENEMOS QUE SALIR AL MUNDO Y PARTICIPAR EN FERIAS INTERNACIONALES.**
- **MISIONES COMERCIALES Y CON MARCAS SECTORIALES.**
- **POSECIONARNOS EN LOS MERCADOS EXTRANJEROS.**
- **IMPULSAR PRODUCTOS DE CALIDAD Y ORGANICOS. BIOCOMERCIO.**

# CENTROS COMERCIALES

- EL PERU CONJUNTAMENTE CON MEXICO, CHILE , COLOMBIA , ECUADOR, PANAMA, COSTA RICA , BRASIL DEBEN ESTABLECER CENTROS COMERCIALES EN FORMA CONJUNTA DONDE SE ESTABLEZCAN TIENDAS DE TODOS LOS PAISES.
- SUPERMERCADOS, HOME CENTER, TIENDAS ESPECIALIZADAS.

# LAS MULTILATINAS

- EMPRESAS BRASILERAS, MEXICANAS
- COLOMBIANAS, CHILENAS ESTAN SALIENDO A INVERTIR Y POSESIONARSE EN EL EXTRANJERO. EN EL PERU TENEMOS EMPRESAS QUE YA ESTAN BUSCANDO MERCADOS Y POSESIONANDOSE. NOS FALTA. TENEMOS QUE INTERNACIONALIZARNOS. SALIR MAS .