

**Bienvenidos a  
PROMO 2007**

# **POM CHINA**

## **Resumen de Resultados**

**Los Oportunidades, Consideraciones y Desafíos  
Para Empresarios/as & Su Sector Publico**

# China, país EXPORTADOR?

- EXPORTACIONES DE CHINA – 2006: \$969 mil millones
- IMPORTACIONES DE CHINA – 2006: \$761 mil millones
- Pues, ok, China importa solamente de “países en desarrollo”

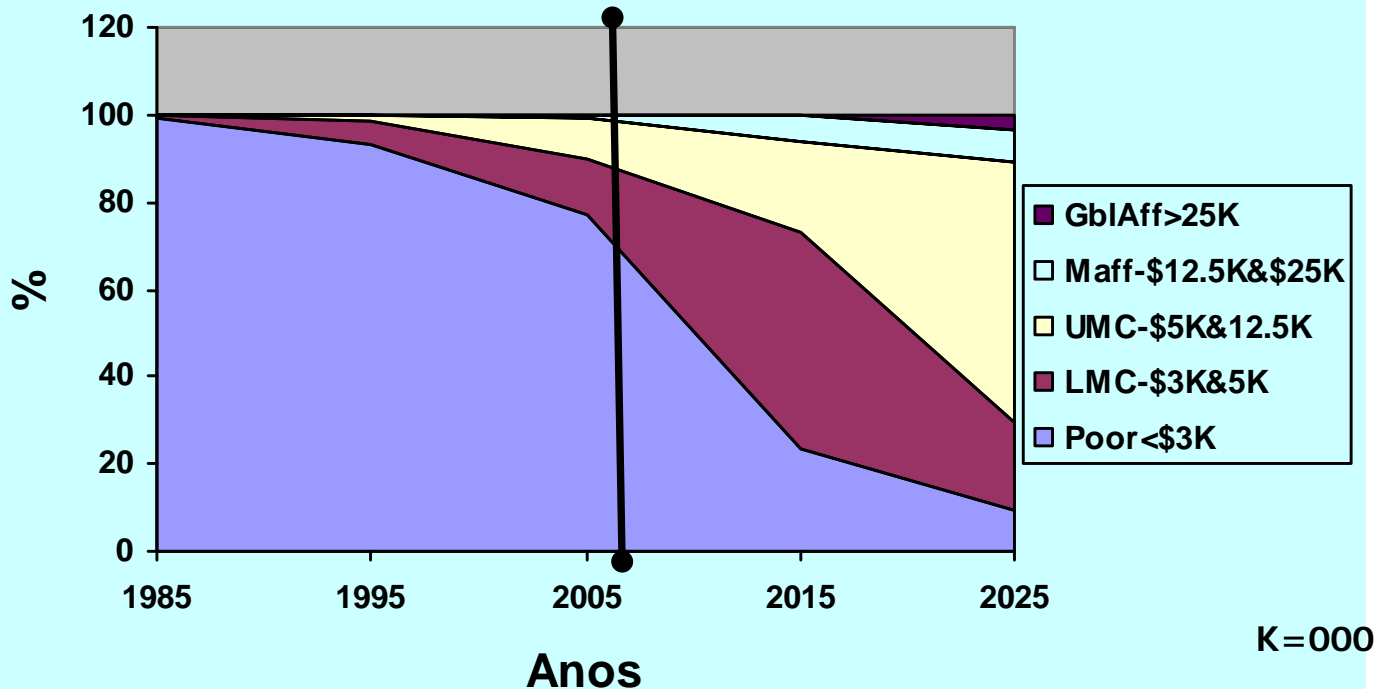
• NO! Los 5 países proveedores más importantes para China son:

- Japón, EU, Taiwán, Corea de Sur, EEUU, Malasia, Australia.

# Eco-Demografia China I

(Las Clases “Ricos y/o No Pobres”, van Creciendo)

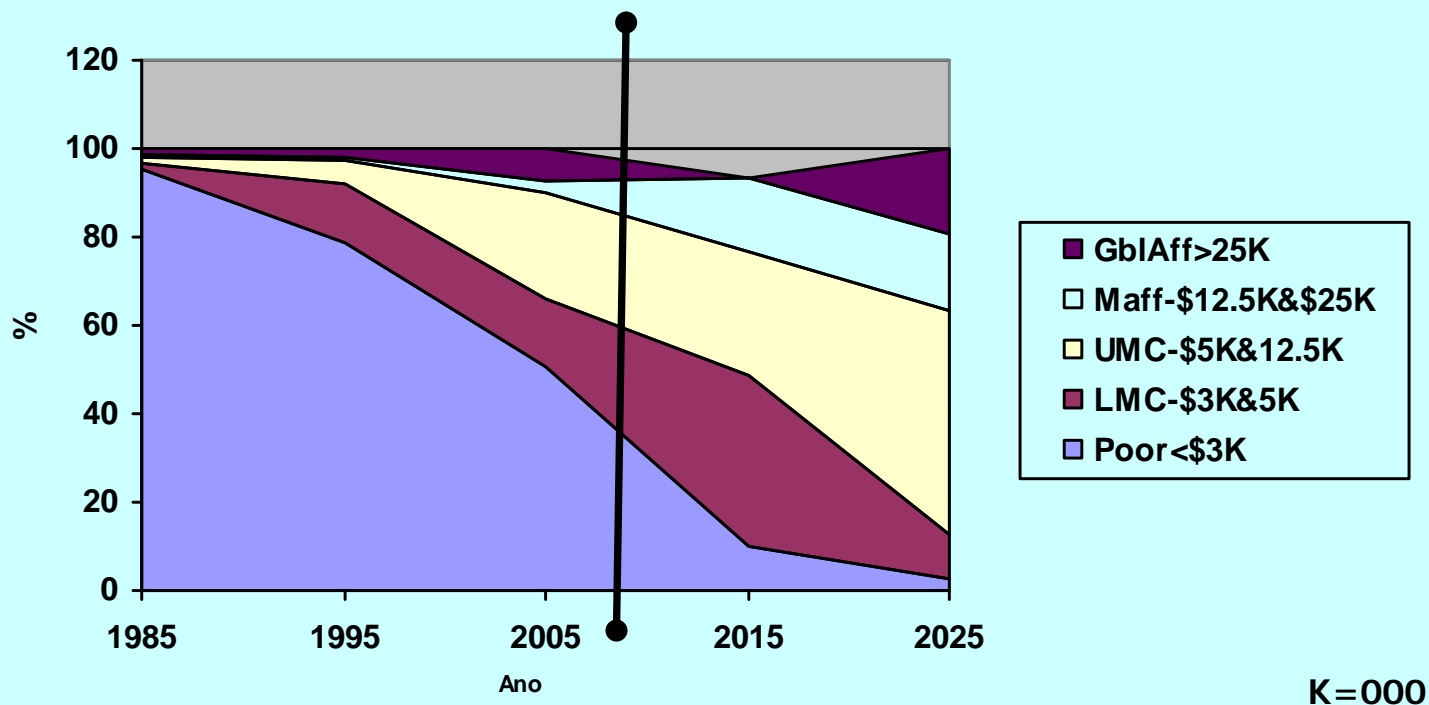
## Porcentaje de Hogares en Distintas Categorías Económicas



# Eco-Demografía China II

(Pero habrá algunos realmente pobres... **AUNQUE CHINA ESTA ENVEJECIENDO FUERTAMENTE...y los obreros??**)

Porcentaje de Ingresos Nacionales Ganados por Distintas Clases



# RESUMEN DE LA ECONOMÍA Y COMERCIO DE CHINA

	<b>China</b>	<b>Perú</b>
Área	9,597k (Km2)	1,28k (Km2)
Ciudades de mas de 1 Millón Habitantes	100+	1
Alfabetización	90.9% (promedio)	95% (urbano), 77% (provincia)
2007 PBI	\$2,755 Mil Millones	\$93 Mil Millones
PBI per Cápita (2006)	\$2,084	\$3,368
Tasa de Crecimiento PBI (2006)	11.1%	8%
Exportaciones (2006)	\$969 MM	\$23.7
Exportaciones Per Cápita(2006 & 2007)	\$733	\$829

- En 2005, China fue 3er Exportador Mundial (después de EEUU y Alemania).
- China: Tasa de Crecimiento “CAGR” de PBI 2001-2006 = 8.92%

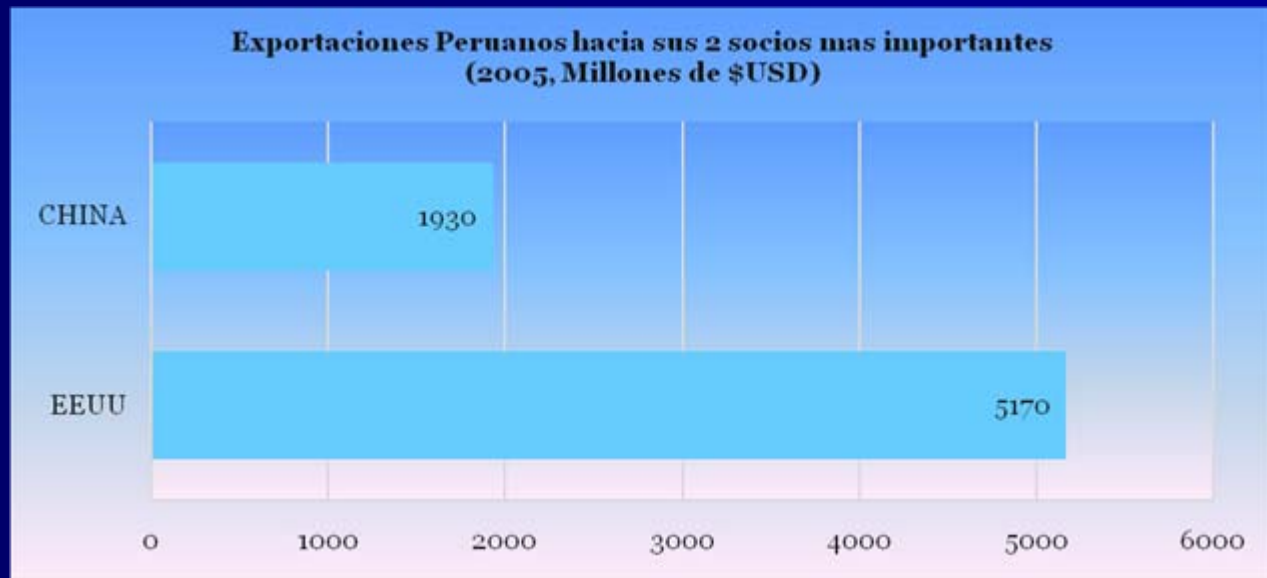
# Puntos Claves

- China es un Importador,
  - Por motivos politicos y economicos esta dispuesta de “comprar Peru”
- Los Hogares (y fabricas) Chinos, cada día son “menos pobres” hasta “mas ricos” y *mientras tanto su pueblo esta envejeciendo por “1 hijo”*
- Un mercado diverso, inmenso y DIFICIL
  - Inversión Privado y Publico (Los DOS) seria necesario.
  - El Estado no puede, y no debe hacer todo
  - **Con sus 5000 anos de historia y paciencia, los Chinos tienen su propia cultura de negocios**
    - (reservado/lento, y caro porque desarrollan “relaciones” no “reaciones” Peruanos DEBEN viajar...y mucho!)

# POM CHINA – PROMO 2007

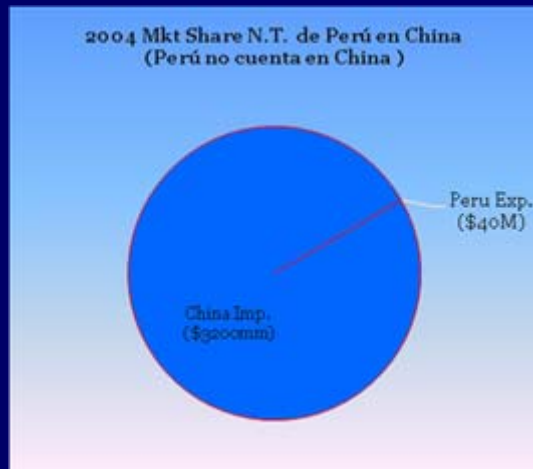
- Imposible en 20 Minutos de “Mostrar Todo”
  - <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/penx/index.htm>
- POM CHINA es “Macro” no es “La” receta
  - Empresarios, sus gremios, y su gobierno deben revisar detalladamente SUS oportunidades individuales.
- “Liars Figger and Figgers Lie”
  - (Mentirosos justifican con cifras, y cifras mienten)
  - Pero “Da Igual” aquí, por que oportunidades son tan grandes
- **Es posible** para Perú, ***pero debemos ser serios***
  - Tomar decisiones e invertir para “largo plazo”

# PERU & SUS EXPORTACIONES A CHINA



- *Perú debería aprovechar este reconocimiento para exportar más productos no tradicionales de los sectores Pesquero y Hierro, Acero & Metalúrgico (HAM o ISM)*
- *Con sus vastos recursos forestales, el Perú podría exportar una gran cantidad de madera y sus derivados, incluso productos de papel – Advertencia: El Perú debe asegurarse que sus exportaciones a China estén balanceadas con un adecuado control y manejo forestal.*

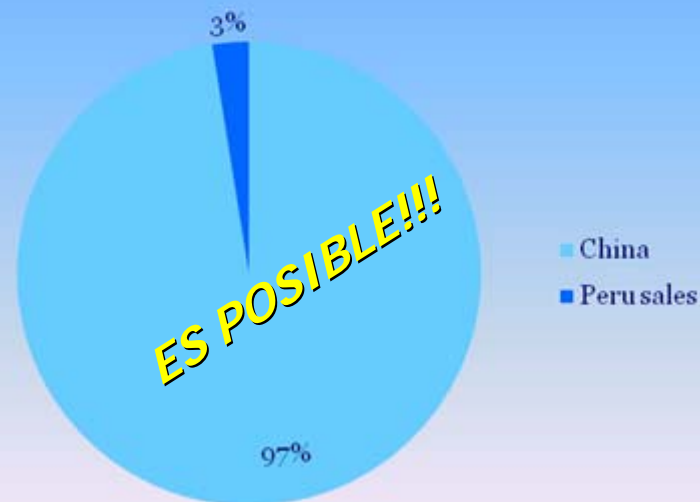
# Resumen: Productos No Tradicionales



# "Los 77 Productos"

	Ventas Incrementales Anuales en "Año 3 después de introducción" (000's de \$USD)			TOTAL EACH SECTOR
	CORTO "TOP" 20	MED 20	LARGO 20	
TEXTILES	21,118	86,293	109,925	217,336
AGRI & GANADO	14,978	14,947	74,560	104,486
PESCA	63,179	-	46,620	109,799
H.A.M. (Fierro, Acero, Metal)	95,223	50,019	6,690	151,931
WOOD & PAPER	48,748	111,043	14,148	173,939
CHEMICAL	6,380	27,106	122,837	156,323
<b>TOTAL</b>	<b>249,625</b>	<b>289,408</b>	<b>374,781</b>	<b>913,814</b>

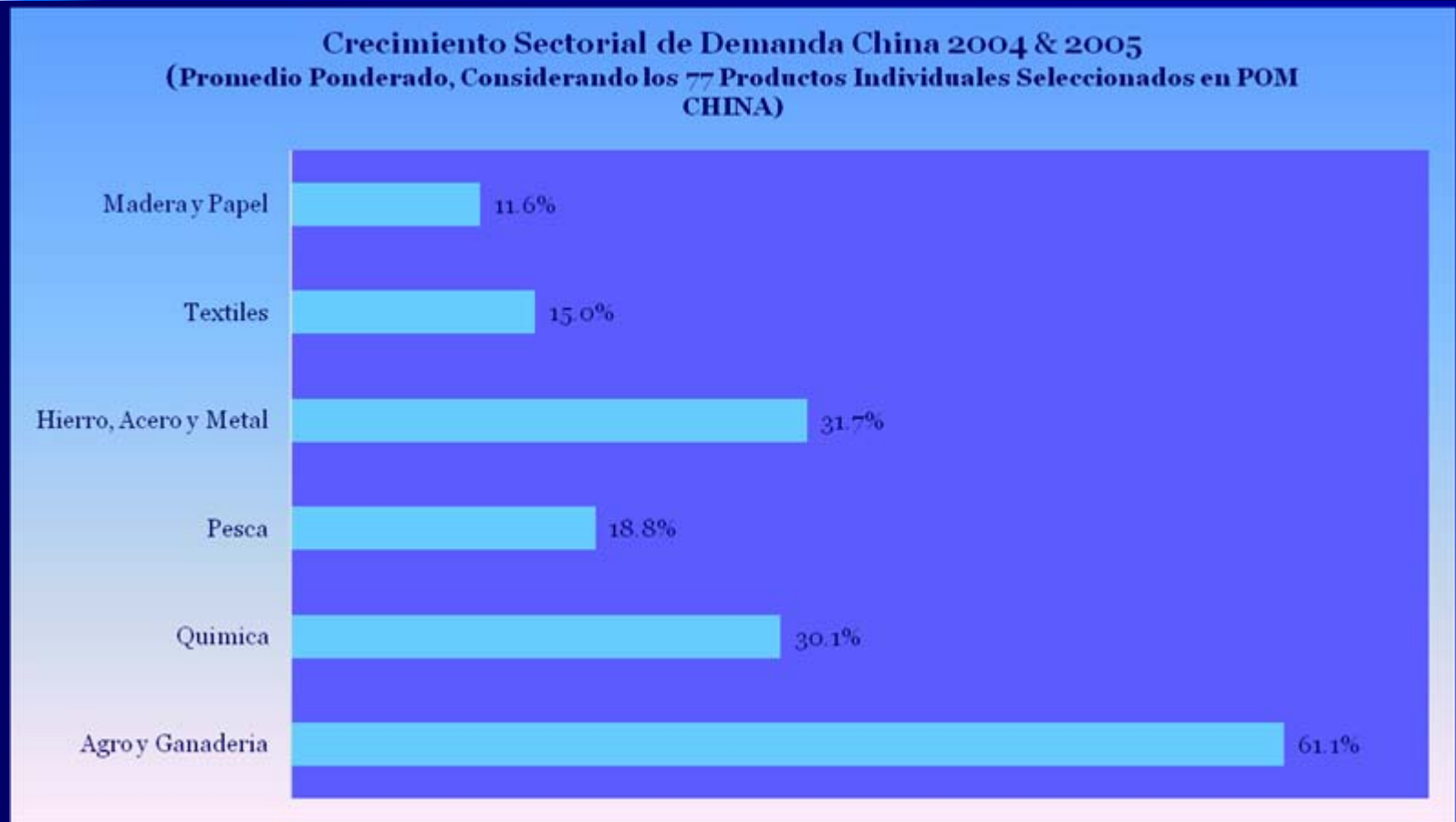
**% de Abastecimiento Peruano  
de Demanda China de  
Productos Seleccionados para  
vender aprox \$1 Mil Millones  
en "Año 3"**



# PRODUCTOS SELECCIONADOS POR SECTORES

Sector - Productos	Corto Plazo Top – 23	Mediano Plazo Mid – 27	Largo Plazo Long – 27	TOTAL
Textiles	5	10	8	23
Agricultura	3	8	5	16
Pesquería	5	-	4	9
Hierro, Acero & Metalúrgia (ISM)	4	5	2	11
Madera y Papel	3	3	2	8
Prod. Químicos	3	1	6	10
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>77</b>

# Los “77” Tienen y Tendran oportunidades



TOP 20 PRODUCTS - PRIORITIZED  
3YR EXPORTS \$

SERIAL NO	8 - DIGIT HARMONI PRODUCT NAME IN ENGLISH AS ZATION # GIVEN BY CHINA	SECTOR	CHINA DEMAND IN 2004 - 000's \$	PERU'S EXPORTS TO CHINA - 2004 - 000's \$	PERU'S EXPORTS TO CHINA - 2005 - 000's \$	PERU'S EXPORTS TO THE WORLD - 2004 - 000's \$	PERU'S EXPORTS TO THE WORLD - 2005 - 000's \$	CHINA'S CAGR - 2 YEARS	PERU'S CURENT MKT SHR IN CHINA IN 2004	PROJ. IINCRMNT L EXPORTS TO CHINA - 3 YEAR - 000's \$	PROJ. CAPEX - 15 YRS - 000's \$	MFN TARIFF LEVEL %	CHINA - PAKISTAN TARIFF LEVEL - %
1	74081100 REFINED COPPER WITH DIMENSION OF CROSS SECTION > 6MMS - K3	IRON, STEEL & METALLURGY	784,403	-	-	85,034	117,336	30.93%	0.00%	70,137	-	4.00%	2.80%
2	WOOD SAWN OR CHIPPED LENGTHWISE, SLICED OR PEELLED, WHEATHER OR NOT PLANED, SANDED OR FINGER-JOINTED OF A 44072300 THICKNESS EXCEEDING 6MM - K3	WOOD & PAPER	325,559	177	1,276	26,539	25,945	9.09%	0.05%	41,105	-	0.00%	-
3	03074900 OTHER CUTTLEFISH & SQUID ETC. - K3	FISHING	168,779	11,587	4,608	82,541	94,721	20.93%	6.87%	25,583	-	12.00%	10.00%
4	79011200 ZINC ALLOYS BY WEIGHT < 99.9% - K3	IRON, STEEL & METALLURGY	51,749	-	-	22,811	20,909	197.66%	0.00%	20,848	-	3.00%	-
5	03061319 SHRIMPS & PRAWNS - K3	FISHING	110,890	-	-	24,843	38,525	14.76%	0.00%	15,302	-	5.00%	2.50%
6	15042000 FAT & OILS & THEIR FRACTION - K3	FISHING	19,713	849	2,422	149,226	155,562	123.86%	4.31%	12,484	2,483	12.00%	-
7	08091000 FRESH GRAPES - K3	AGRI & L'STOCK	67,482	-	26	21,763	33,905	44.68%	0.00%	10,528	627	13.00%	-
8	THE OTHER SWEATERS, PULLOVERS, CARDIGANS, VESTS & SIMILAR ARTICLES OF COTTON - K3	TEXTILES	155,967	7	4	72,041	99,567	6.48%	0.00%	8,252	-	14.00%	-
9	THE OTHER PREPARED OR CONSERVED CRUSTACEANS, MOLLUSCOS & INVERTEBRATES	FISHING	18,978	14,625	14,655	31,063	33,347	-2.23%	77.06%	5,326	-	5.00%	3.90%
10	61091000 T-SHIRTS & INNER SHIRTS OF COTTON - K3	TEXTILES	59,551	-	7	307,763	336,692	19.87%	0.00%	4,998	-	14.00%	9.40%
11	44092000 WELL FORMED WOOD DIF TO CONIFEROUS - K3	WOOD & PAPER	12,626	6,277	15,495	16,298	27,942	55.00%	48.94%	4,787	601	4.00%	-
12	28100010 OXIDES OF BORON; BORIC ACIDS - K3	CHEMICALS	42,982	141	277	7,779	7,200	0	0	4,608	-	5.50%	-
13	03042090 FROZEN FILLETS - K3	FISHING	19,322	665	833	24,887	28,591	34.46%	3.44%	4,483	-	10.00%	-
14	74071000 REFINED COPPER BARS AND PROFILES - K3	IRON, STEEL & METALLURGY	91,224	-	-	15,008	18,988	-5.09%	0.00%	3,291	91	4.00%	-
15	61051000 MEN'S OR BOYS SHIRTS KNITTED OR CROCHETED	TEXTILES	10,700	-	-	177,235	208,528	85.32%	0.00%	3,185	-	16.00%	13.60%
16	44072400 OTHER SAWED & LONGITUDINALLY CUT/POLISHED-K3	WOOD & PAPER	6,246	-	-	50,757	57,560	57.65%	0.00%	2,856	-	0.00%	-
17	51053990 MKT DMD FOR WOOL OR FINE OR COARSE ANIMAL HAIR YARN - K3	TEXTILES	27,565	9,431	13,049	17,865	21,120	22.03%	34.21%	2,685	480	5.00%	-
18	12122090 SEAWEED & ALGAE FROZEN OR DRIED	AGRI & L'STOCK	23,951	649	969	1,627	2,177	29.13%	2.71%	2,415	113	17.50%	-
19	08045020 MANGOES - K3	AGRI & L'STOCK	7,609	-	-	42,653	38,403	56.87%	0.00%	2,035	-	15.00%	-
20	WOME'S OR GIRLS' BLOUSES, SHIRTS AND SHIRT-BLOUSES KNITTED OR CROCHETED	TEXTILES	3,860	-	-	96,349	107,346	124.64%	0.00%	1,998	-	16.00%	13.60%
	28170010 ZINC OXIDE, ZINC PEROXIDE - K3	CHEMICALS	26,058	259	582	16,613	20,641	0	0	1,311	543	5.50%	-
22	79050000 ZINC PLATES, SHEETS, STRIP & FOIL - K3	IRON, STEEL & METALLURGY	15,722	160	1,064	45,256	47,598	7.79%	1.02%	947	-	6.00%	-
23	32030019 COLORING MATTER OF VEGETANML ORIGIN - K3	CHEMICALS	12,094	-	-	29,596	30,977	(0)	-	460	-	6.50%	-

8/23/2007

MEDIUM TERM - 20 PRODUCTS -  
PRIORITIZED 3YR EXPORTS :

8 - DIGIT SERIAL HARMONIZ PRODUCT NAME IN ENGLISH AS GIVEN		CHINA DEMAND IN 2004 - 000's	PERU'S EXPORTS TO CHINA - 2004 - 000's	PERU'S EXPORTS TO CHINA - 2005 - 000's	PERU'S EXPORTS TO THE WORLD - 2004 - 000's	PERU'S EXPORTS TO THE WORLD - 2005 - 000's	CHINA'S CAGR - 2 YEARS	PERU'S CURENT MKT SHR IN CHINA IN 2004	PROJ. INCRMNLT EXPORTS TO CHINA - 3 YEAR - 000's \$	PROJ. CAPEX - 15 YRS - 000's \$	MFN TARIFF LEVEL %	CHINA - PAKISTAN TARIFF LEVEL - %
NO	ATION # BY CHINA	\$	\$	\$	\$	\$						
1	44079900 WOOD SAWN OR CLIPPED LENGTHWISE, SLICED OR PEELLED, WHETHER OR NOT PLANED, SANDED OR FINGER-JOINTED, OF A THICKNESS EXCEEDING 6 MM.; OF CAMPHORWOOD, ROSEWOOD, PAULOWNIA, NORTH AMERICAN HARDWOOD, OTHER TEMPERATE & OTHER WOOD - KS	617,165	104	2,049	3,687	11,425	6.09%	0.02%	76,423	8,396		0.00%
2	55013000 MKT DMD FOR SYNTHETIC FILAMENT TOW: ACRYLIC/MODA ACRYLIC - KS	362,278	1,525	1,415	18,717	19,256	32.09%	0.42%	33,038	2,736		5.00%
3	33049900 BEAUTY OR MAKE-UP PREPARATIONS AND PREPARATIONS FOR THE CARE OF THE SKIN (OTHER THAN MEDICAMENTS), INCLUDING SUNSCREEN OR SUN TANNING PREPARATIONS; MANICURE OR PEDICURE PREPARATIONS - KS	99,870	-	-	38,827	42,651	90.08%	-	27,106	1,921		9.70%
4	55033000 MKT DMD FOR SYNTHETIC STAPLE FIBERS NOT CARDED, COMBED OR OTHERWISE PROCESSED FOR SPINNING: ACRYLIC/MODA ACRYLIC - KS	377,720	443	660	13,903	13,540	9.88%	0.12%	24,445	2,839		5.00%
5	79012000 ZINC ALLOYS - KS	246,986	4,236	662	16,787	17,489	24.73%	1.72%	23,694	2,792		3.00%
6	44071090 WOOD SAWN OR CHIPPED LENGTHWISE, SLICED OR PEELLED, WHETHER OR NOT PLANED, SANDED OR FINGER-JOINTED, OF A THICKNESS EXCEEDING 6 MM. - KOREAN PINE & MONGOLIAN SCOTCH PINE	69,165	627	86	3,206	692	29.99%	0.70%	20,509	2,805		0.00%
7	44089000 SHEETS FOR VENEERING (INCLUDING THOSE OBTAINED BY SLICING LAMINATED WOOD), FOR PLYWOOD OR FOR OTHER SIMILAR LAMINATED WOOD AND OTHER WOOD, SAWN LENGTHWISE, SLICED OR PEELLED, WHETHER OR NOT PLANED, SANDED SPLICED OR END-JOINTED OF CERTAIN THICKNESS	82,671	242	127	3,129	5,008	23.02%	0.29%	14,111	1,218		3.00%
8	72283000 OTHER BARS & RODS NOT FURTHER WORKED THAN HOTROLLED, HOTDRAWN OR EXTRUDED	81,519	-	-	23,151	38,181	53.25%	0.00%	13,550	1,942		3.00%
9	62052000 SHIRTS FOR MEN OR CHILDREN, OF COTTON - KS	101,866	-	-	12,314	13,257	18.78%	0.00%	9,441	1,520		16.00%
10	51071000 MKT DMD FOR COMBED WOOL - 85% - KS	161,901	68	19	12,433	10,076	-2.38%	0.04%	5,953	481		5.00%
11	23099090 OTHER PREPARATIONS FOR ANIMAL FEED - KS	53,153	-	-	18,880	25,283	15.64%	0.00%	5,481	487		6.50%
12	74091900 COPPER PLATES, SHEETS AND STRIPS OF A THICKNESS EXCEEDING 0.15 MM - KS	69,261	-	-	6,406	9,744	10.93%	0.00%	5,340	1,130		4.00%
13	62034200 LONG TROUSERS, SHORT TROUSERS WITH PETO, TROUSERS AND SHORTS OF COTTON - KS	57,185	-	-	10,802	17,279	14.84%	0.00%	4,965	826		16.00%
14	72142000 CONTAINING INDENTATIONS, RIBS, GROOVES OR OTHER DEFORMATIONS PRODUCED DURING THE ROLLING PROCESS OR TWISTED AFTER ROLLING - KS	51,408	-	-	16,982	17,315	21.54%	0.00%	4,865	624		3.00%
15	62046200 LONG TROUSERS, TROUSERS WITH PETO OF COTTON - KS	93,502	2	-	9,034	12,447	2.33%	0.00%	4,292	409		16.00%
16	74082100 COPPER ALLOY WIRE WITH RECEIVE ZINC (BRASS)-KS	25,598	16	-	12,738	16,132	31.15%	0.06%	2,570	318		7.00%
17	09011100 COFFEE W/O TOASTING & DECAFFEINATING - KS	10,952	32	-	289,844	306,559	35.95%	0.23%	2,169	-		8.00%
18	13021990 VEGETABLE SAPS & EXTRACTS, PECTIC SUBSTANCES, PECTINATE: AGAR-AGAR & OTHER MUCILAGENS THICKENERS WHETHER OR NOT MODIFIED, DERIVED FROM VEGETABLE PRODUCTS - OTHER (MACA EXTRACT)	7,858	3	71	2,221	2,580	99.75%	0.04%	2,167	-		20.00%
19	19053100 SWEET CAKES (WITH ADDITION OF EULCORANTES)	9,776	-	-	16,152	17,152	38.22%	0.00%	1,972	72		15.00%
20	55063000 FIBERS SYNTHETIC DISCONTINUOUS ACRYLIC OR MODAACRYLICS, CARDINGS, COMBINGS OR TRANSFORMED OTHERWISE FOR THE STAPLE FIBRE - KS	36,810	-	-	11,558	10,544	4.53%	0.00%	1,883	176		5.00%
21	08055000 FRESH CITRUS - KEY LIME - CITRUS AURANTIFOLIA	5,728	-	-	310	245	76.44%	0.00%	1,666	59		11.00%
22	51049900 THE OTHER SWEATERS, PULLOVERS, CARDIGANS, VESTS AND SIMILAR ARTICLES OF WOOL OR FINE HAIR	4,999	-	2	11,189	12,312	57.07%	0.00%	996	40		14.00%
23	17049000 SUGAR CONFECTIONERY (INCLUDING WHITE CHOCOLATE), NOT CONTAINING COCOA - KS	18,528	-	-	4,028	4,850	2.08%	0.00%	958	35		10.00%
24	61099090 OF OTHER TEXTILE MATERIALS	15,074	-	-	4,908	5,177	6.65%	0.00%	870	99		14.00%
25	08052010 FRESH CITRUS - TANGEREINE, LATIFOLIA CITRUS & OTHERS	4,070	-	-	13,235	17,920	37.56%	0.00%	532	-		12.00%

8/23/2007

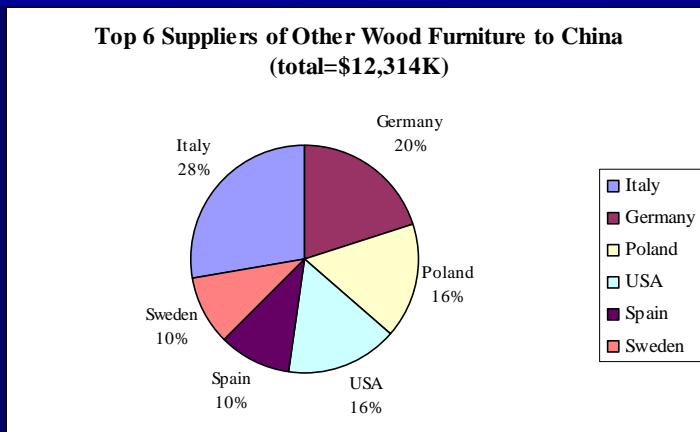
LONG TERM - 20 PRODUCTS - PRIOTIZED  
3YR EXPORTS \$

SERIAL NO	8 - DIGIT HARMONIZATION #	PRODUCT NAME IN ENGLISH AS GIVEN BY CHINA	SECTOR	CHINA DEMAND IN 2004 - 000'S \$	PERU'S EXPORTS TO CHINA - 2004 - 000'S \$	PERU'S EXPORTS TO CHINA - 2005 - 000'S \$	PERU'S EXPORTS TO THE WORLD - 2004 - 000'S \$	PERU'S EXPORTS TO THE WORLD - 2005 - 000'S \$	CHINA'S CAGR - 2 YEARS IN CHINA IN 2004	PERU'S CURENT MKT SHR EXPORTS TO CHINA - 3 YEAR - 000'S \$	PROJ. INCR/INTL EXPORTS TO CHINA - 3 YEAR - 000'S \$	PROJ. CAPEX - 15 YRS - 000'S \$	MEN TARIFF LEVEL %
1	51011100	WOOL NOT CARDED OR COMBED - KS	TEXTILES	959,716	335	603	4,358	2,132	17.99%	0.03%	72,278	5,988	38.00%
2	21069090	THE OTHER NUTRITIONAL PREPARATIONS - (POWDERS/DOUSTS FOR PREPARED PUDDINGS, CREAMS ICE CREAMS, DESSERTS, GELATINS ETC. - KS	AGRI & L'STOCK	316,107	0	0	4,488	4,789	107.55%	0.00%	59,501	1,811	20.00%
3	30049090	OTHER MEDICATIONS ETC.	CHEMICALS	663,552	-	-	5,088	8,585	16.28%	0.00%	42,499	4,428	4.00%
4	03037910	FISH FROZEN EXCLUDING FISH FILLETS AND OTHER FISH MEAT OF HEADING NO. 03037910	FISHING	274,169	-	-	3,686	4,090	16.73%	0.00%	41,056	4,448	10.00%
5	39219090	THE OTHER PLATES, LAMINATES, PLASTIC LEAVES AND STRIPS - KS	CHEMICALS	307,609	-	-	11,144	4,327	33.69%	0.00%	33,776	2,343	6.50%
6	32151900	PRINTING INK, WRITING OR DRAWING INK AND OTHER INKS, WHETHER OR NOT CONCENTRATED OR SOLID - KS	CHEMICALS	305,964	-	-	2,877	2,963	40.41%	0.00%	31,683	3,619	6.50%
7	52051200	MEASURING DECITEX 232.56-PROD-714.29 - KS	TEXTILES	123,478	0	-	5,981	2,274	16.22%	0.00%	11,227	1,517	5.00%
8	61103010	OTHER SYNTHETIC OR SIMILAR ARTIFICIAL FIBER SWEATERS, PULLOVERS, CARDIGANS, VESTS AND ARTICLES	TEXTILES	133,936	-	-	4,954	8,018	8.31%	0.00%	8,208	734	16.00%
9	39235000	STOPPERS, LIDS CAPS AND OTHER CLOSURES - KS	CHEMICALS	78,858	-	-	6,347	8,085	35.58%	0.00%	7,426	494	10.00%
10	94036000	THE OTHER WOOD FURNITURE - KS	WOOD & PAPER	25,332	-	-	8,076	8,669	57.42%	0.00%	7,411	708	0.00%
11	21039090	OTHER PREPARATIONS FOR SAUCES & SAUCES - KS	AGRI & L'STOCK	71,432	-	-	1,432	1,998	19.80%	0.00%	6,993	301	21.00%
12	08039012	BANANAS INCLUDING PLANTAINS FRESH OR DRIED - KS	AGRI & L'STOCK	93,455	7	-	10,598	17,661	11.36%	0.01%	6,864	224	10.00%
13	44121490	THE OTHER CONTRACHAPADA WOOD CONSTITUTED BY WOOD LEAVES OF INFERIOR OR EQUAL UNITARY THICKNESS TO 6 MM THAT HAVE AT LEAST ONE EXTERNAL WOOD LEAF DIFFERENT FROM THE CONFEROUS - KS	WOOD & PAPER	52,968	11	44	7,459	9,691	5.67%	0.02%	6,736	1,048	4.00%
14	61101100	JERSEYS, PULLOVERS, CARDIGANS, WAISTCOATS AND SIMILAR ARTICLES, KNITTED OR CROCHETED - KS	TEXTILES	57,921	-	0	2,945	3,445	22.41%	0.00%	5,166	493	14.00%
15	74091900	THE OTHER PLATES & STRIPS OF REFINED COPPER, 015MM THICKNESS OR MORE COILED	IRON, STEEL & METALLURGY	69,261	-	-	6,406	9,744	10.93%	0.00%	4,484	440	4.00%
16	38082090	FUNGICIDES	CHEMICALS	54,524	-	-	4,950	5,641	15.94%	0.00%	4,266	607	6.00%
17	52052400	MEASURING LESS THAN 192.31 DECITEX BUT NOT LESS THAN 125 DECITEX (EXCEEDING 52 METRIC NUMBER BUT NOT EXCEEDING 80 METRIC NUMBER) - KS	TEXTILES	24,592	-	-	6,071	6,194	47.93%	0.00%	4,021	426	5.00%
18	03055910	THE OTHER DRY FISH, EVEN SALTY, WITHOUT EMITTING SMOKE	FISHING	27,523	2	79	5,088	7,299	4.35%	0.01%	3,229	450	2.00%
19	32029000	INORGANIC CUTIENTES PROD PREPRNS - KS	CHEMICALS	37,619	292	68	7,244	5,047	13.34%	0.78%	3,188	319	6.50%
20	51052900	WOOLTOPS AND OTHER COMBED FINE OR COARSE WOOL - KS	TEXTILES	125,203	153	149	4,401	2,026	-24.62%	0.12%	3,040	271	38.00%
21	52054000	MEASURING PER SINGLE YARN LESS THAN 83.33 DECITEX (EXCEEDING 120 METRIC NUMBER PER SINGLE YARN) - KS	TEXTILES	5,725	-	-	5,179	6,740	158.40%	0.00%	3,008	213	5.00%
22	51129000	WOVEN FABRICS OF COMBED WOOL OR OF COMBED FINE ANIMAL HAIR - KS	TEXTILES	34,047	29	6	4,066	3,058	20.79%	0.09%	2,979	335	10.00%
23	74082900	COPPER WIRE - KS	IRON, STEEL & METALLURGY	35,663	62	2,569	3,412	10,969	8.49%	0.17%	2,206	230	7.00%
24	03075900	OTHER OCTOPUSES	FISHING	21,589	574	621	4,552	3,177	-10.76%	2.66%	1,426	136	17.00%
25	03079990	OTHER MOLLUSKS - KS	FISHING	12,460	540	641	7,259	11,066	-5.93%	4.33%	910	36	10.00%
26	19059000	THE OTHER PRODUCTS OF BAKERY, PASTRY SHOOP OR GALLETERIA, EVEN WITH ADDITION OF CACAO - KS	AGRI & L'STOCK	18,346	-	-	10,353	11,656	-3.46%	0.00%	698	-	20.00%
27	07129090	OTHER VEGETABLES, MIXTURES OF VEGETABLES - KS	AGRI & L'STOCK	5,308	-	-	11,013	8,910	5.54%	0.00%	503	133	13.00%

8/23/2007

• **EJEMPLO (Largo plaza) : 94036000 – Los Otros Muebles de Madera**

En el 2004 China importó en esta categoría \$25.3 millones de 43 países. De los anteriores, los siguientes 6 países representaron 56.44% de la oferta:



País	En 000 de \$
Italia	3,427
Alemania	2,454
Polonia	2,006
EEUU	1,959
España	1,273
Suecia	1,195
<b>Total</b>	<b>12,314</b>

La TCCA de este producto para China para el periodo 2002-04 fue de 57.42%. En el 2004 y 2005 Perú exportó mundialmente \$8.1 millones y \$8.7 millones respectivamente y debe poder participar en este negocio. El consumo proyectado de este producto para China es de alrededor de \$72.7 millones para el 2011. El Perú con su excelente reputación y contactos con el grupo consumidor de madera debe poder lograr una participación de mercado de \$5.9 millones. Más aún, la investigación de esta consultoría indica que la demanda china por productos intermedios, o incluso muebles puede ser realmente más alta de lo que se había pensado. Hemos sabido de acusaciones que algunos materiales registrados y exportados del Perú (y otros países) tales como Muebles u otros productos terminados o semi terminados están siendo IMPORTADOS por compradores chinos bajo 8 dígitos diferentes codificados como productos sin tratar o menos terminados para efectos arancelarios. La explicación teórica es que los bienes terminados se transportan desarmados esencialmente en forma de kit y el comprador los registra como importaciones de "madera".

## EJEMPLO (Mediano Plaza) 09011100 – Café sin Tostar y sin Descafeinar

**Demanda del Mercado y Factor de Competitividad: Históricamente, China no es un país de bebedores de café.; sin embargo, con la influencia de firmas como "Starbucks" que posee una cadena de tiendas en China de rápido crecimiento. El público joven y afluente le ha tomado gusto a la bebida. Es una buena estrategia para la organización exportadora en Perú que se establezcan contactos con los importadores desde el principio de la "curva de aceptación" para que así sus exportaciones crezcan a la par con el crecimiento de la industria cafetera china de clase A. En el 2004, China importó café por valor de \$11.0 millones de 25 países. Sin embargo, cinco países fueron responsables del 94.30% del café que China importó.**

Perú ha realizado una exportación de muestra a la región por valor de \$ 6K. Sin embargo con la tasa de crecimiento al 36%, el tamaño del mercado de importación puede llegar tan alto como \$38 millones en el 2010, y Perú podría alcanzar una participación de mercado de \$1.7 MM. En el 2005, el Perú exportó globalmente \$307 MM en esta categoría y en el 2004 lo hizo por \$290 millones.

Posicionamiento del Producto: Como el mayor exportador mundial de "café orgánico", el Perú debería señalar muy claramente que el café peruano es Café Gourmet, lo que implicaría una significativa superioridad en su sabor en comparación con la competencia. Mientras que Vietnam es el mayor proveedor de café de baja calidad de China y no debiera considerársele como competencia, tampoco Brasil ni Colombia han logrado aún un papel dominante para entrar en el mercado y capturar una porción de este en el naciente sector del café premium.

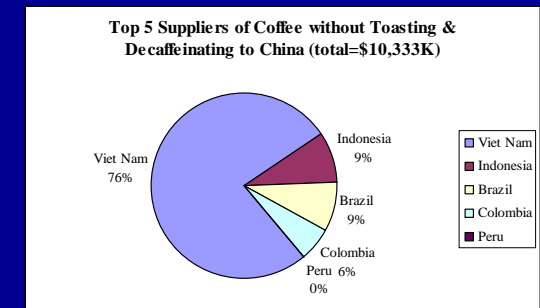
Precio y Distribución: Consistente con el posicionamiento del producto, el precio debería ser razonablemente alto. Es más, el Perú podría hacer esfuerzos con sus actuales compradores globales para asegurarse de que en China se enfatice los tremendos volúmenes de café que nos compran empresas como "Starbucks". Consecuentemente, el Perú podría aseverar en el Mercado chino que su "Café Gourmet" es consumido en las tiendas y cadenas de venta de café sofisticado más conocidas del mundo. El Perú debe asegurarse de poder ingresar a través de una firma como Starbucks, lo que definiría la totalidad de la categoría de café de lujo en China.

Promoción: Trabajando de la mano con sus clientes es seguro que algunos de los aspectos mencionados en el ítem 3 irán muy bien con promoción también. Perú debe ser identificado como uno de los principales países productores de café gourmet, convirtiendo al Perú en sinónimo de "café gourmet" en la mente de la creciente, cada vez más globalizada y consumista "cultura del café" de China.

A sugerencia de los funcionarios consulares peruanos, este producto fue retirado de la lista de los Top 23 a la lista de los Top 27 de mediano plazo para su priorización. Sin embargo, debido a tendencias demográficas y económicas y a resultados del Modelo de Selección de Producto y los modelos de Penetración de Mercados, **el consultor mantiene una alta confianza en la habilidad de Perú de poder definir el futuro de los aficionados al café de China comenzando tan pronto como el gobierno y el sector privado lo encuentren posible.**

Además, el segmento "bar café" podría ser una oportunidad a perseguir si el Perú se vuelve conocido como "el" país del café en la mente colectiva de este nuevo mercado.

Vietnam	\$7,908 K
Indonesia	\$930 K
Brasil	\$881 K
Colombia	\$608 K
Perú	\$6 K
TOTAL	\$10,333K



**EJEMPLO: (Corto Plaza) 74081100 – Cobre Refinado con Dimensiones de Corte Transversal > 6 mms**

**Demanda del Mercado y Factor Competitivo: China importa una inmensa cantidad de cobre refinado con dimensiones de corte transversal > 6 mms: alrededor de \$784.403 millones. Son 21 países proveedores de estos productos, de los cuales los siguientes siete suministran el 93.46% de sus requerimientos.**

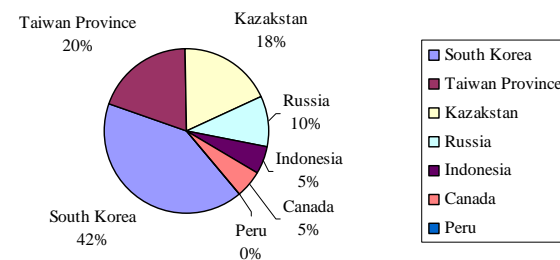
El Mercado de importaciones ha crecido durante el periodo 2002-04 con TCCA del 30.93%. No esperamos que China crezca a estos índices durante los siguientes 10 años. Sin embargo, su demanda todavía sería formidable en el 2010, del orden de \$1.3 mil millones.

i. Posicionamiento del Producto y Precios: A pesar de haber exportado a nivel mundial por un valor de \$85 millones y \$117 millones en 2004 y 2005 respectivamente, el Perú no tiene participación alguna en el Mercado de China. Aún con un índice de crecimiento significativamente reducido, el mercado será valuado en \$ 1.3 millones en el 2010. Perú debería ser capaz de lograr una participación en el Mercado de 4.14% en el 2010, que se traduciría en \$54.8 millones. Desde que los precios están en función de los precios de los commodities, no debería haber mayores obstáculos en ponerle precio al producto.

ii. Promoción: El Perú es un país ideal para las operaciones de minería. China ha estado comprando ingentes cantidades de productos de la minería peruana, y que son los tradicionales. Así las cosas, no debería ser muy difícil penetrar este Mercado con algunos productos no tradicionales y establecer un sólido mercado de exportación en un periodo de tres años.

Corea del Sur	\$303.109 MM
Taiwán	\$143.231 MM
Kazakhstan	\$133.109 MM
Rusia	\$74.231 MM
Indonesia	\$40.272 MM
Canadá	\$38.862 MM
Perú	\$0.070 MM
<b>TOTAL</b>	<b>733.103MM</b>

**Top 7 Suppliers of Refined Copper with Dimensions of Cross Section > 6 mms to China (total=\$732.88MM)**



# ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCIÓN – I EN LA CHINA

- Fortalecer la capacidad técnica de las Oficinas Comerciales en Beijing y en Shanghai – Incrementar presupuesto para aumentar RR.HH. \$200K p.a.
- Incrementar la participación en Ferias Comerciales Sectoriales en China – Presupuesto \$563K p.a.
- Realizar un “Trade Show” del Perú en la China el 2009 – Presupuesto \$2.50 millones
- Enviar cada año Delegaciones Comerciales a China – Presupuesto \$225K p.a.

# ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCIÓN – II EN LA CHINA

- Realizar Estudios de Mercado sobre Productos Seleccionados en China – Presupuesto \$50K
- Asignar presupuesto a las Oficinas Comerciales para que participen en China en encuentros con distribuidores, acompañar empresarios peruanos, etc – Presupuesto \$25K p.a.
- *Evitar la re-exportación de productos peruanos, procesados en China con insumos peruanos, a 3ros países. Presupuesto 25K p.a.*

# ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCIÓN – III EN EL PERU

- Realizar Seminarios para el Sector Privado con la difusión de información sobre China por lo menos una vez al año.
- Realizar Talleres para Empresarios que puedan estar en la capacidad de exportar a la China en términos de volumen, calidad e inversión.
- Realizar Premiaciones anuales de excelencia para el Sector Privado exportador a la China (Valor agregado, mayor líneas de productos, volumen no tradicional, etc)

***El presupuesto total para las tres propuestas - \$50K p.a.***

# **ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCCIÓN - IV**

- Establecimiento de una base de estrategias bilaterales sólidas entre los dos países a través de un TLC (FTA) entre el Perú y la China, entre otros.
- Identificación y ejecución de Estrategias Sectoriales.
- Delineamiento de Estrategias por producto asegurando que en la practica estén bien dirigidas a su mercado potencial y en condiciones óptimas (como temas de presentación, envases, calidades, tamaños, etc.)

# RESULTADOS PROYECTADOS DE TODAS LAS ESTRATEGIAS – I –EXPORTACIONES AL TERCER AÑO DEL LANZAMIENTO DEL PRODUCTO

	EXPORTACIONES AL 3ER AÑO - 000'S DE US\$			TOTAL DE CADA SECTOR 000'S DE US\$
	TOP23	MID27	LONG27	
TEXTILES	21,118	86,293	109,925	217,336
AGRICULTURA Y GANADERÍA	14,978	14,947	74,560	104,486
PESQUERÍA	63,179	-	46,620	109,799
HIERRO, ACERO, METALURGIA	95,223	50,019	6,690	151,931
MADERA Y PAPEL	48,748	111,043	14,148	173,939
PROD. QUÍMICOS	6,380	27,106	122,837	156,323
<b>TOTAL</b>	<b>249,625</b>	<b>289,408</b>	<b>374,781</b>	<b>913,814</b>

Lanzamiento de los productos: Top 23 en 2008, Mediano 27 en 2009, Largo en 2010  
 Todos cuentan con un plazo de 3 años para madurar y llegar en su "base."

# RESULTADOS PROYECTADOS DE TODAS LAS ESTRATEGIAS – II – INVERSIÓN DE CAPITAL PARA CADA SECTOR

	RESUMEN DE INVERSIÓN DE CAPITAL 000'S DE US\$			
	TOP23	MED27	LARGO 27	TOTAL
TEXTILES	480	9,126	9,975	19,581
AGRICULTURA Y GANADERÍA	740	654	2,469	3,863
PESQUERÍA	2,483	-	5,070	7,553
HIERRO, ACERO, ETC	91	6,805	670	7,566
MADERA Y PAPEL	601	12,419	1,756	14,776
PROD. QUÍMICOS	543	1,921	11,711	14,175
TOTAL	4,938	30,925	31,651	67,514

# RESULTADOS PROYECTADOS DE TODAS LAS ESTRATEGIAS – III – GASTOS DE PROMOCIÓN PARA EL SECTOR PRIVADO

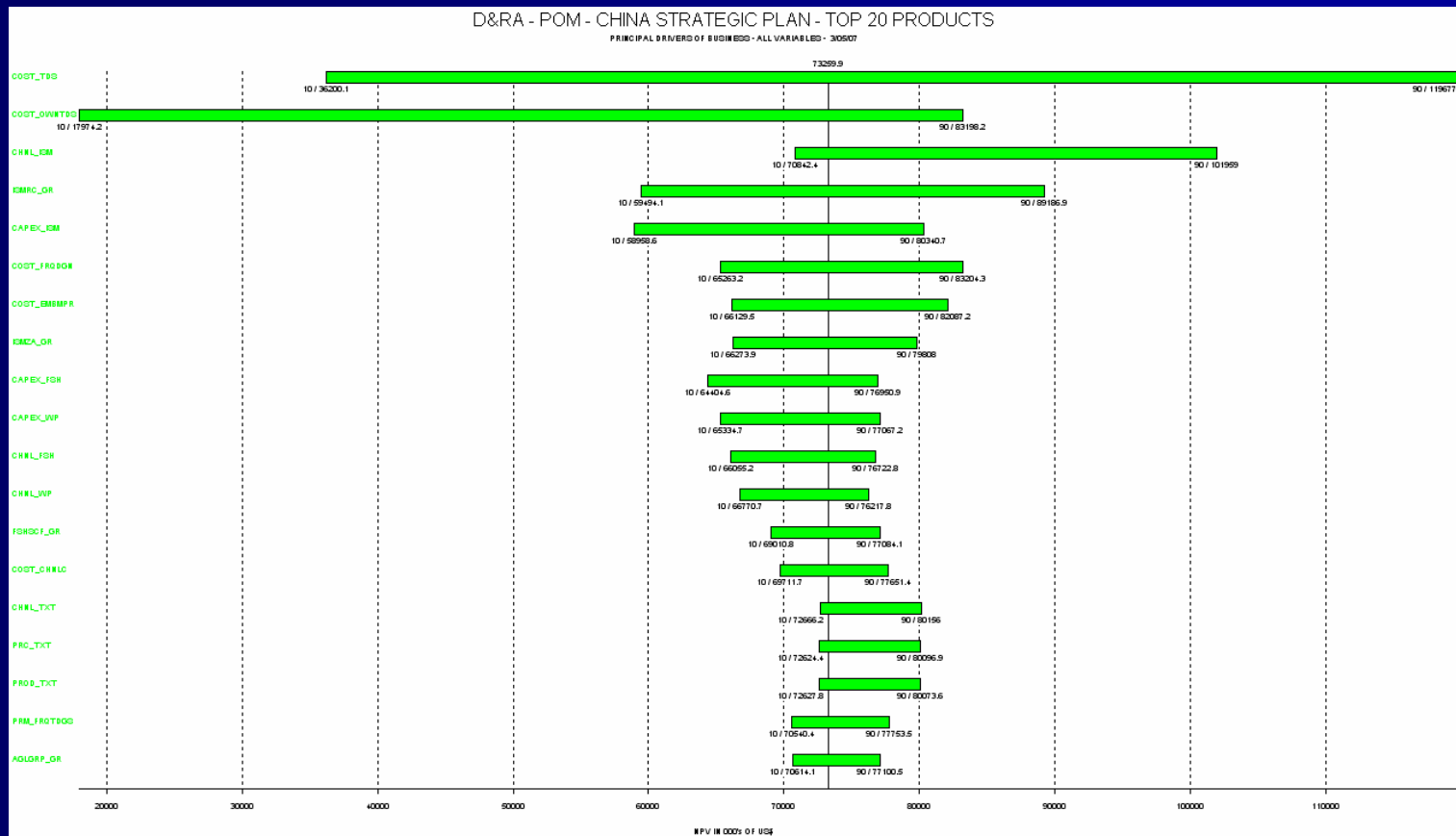
	GASTOS DE PROMOCION PARA LA INDUSTRIA		
	EN 000'S OF US\$		
	2008	2009	2010
TOP 23	3,420	8,034	13,105
MEDIANO PLZ 27		4,306	9,369
LARGO PLZ 27			5,263
<b>TOTAL</b>	<b>3,420</b>	<b>12,340</b>	<b>27,738</b>

Incluye: Mercadeo, Diseño de Producto, Rebates & “Trade Discounts” Desarrollo de Canales de Distribución, etc.

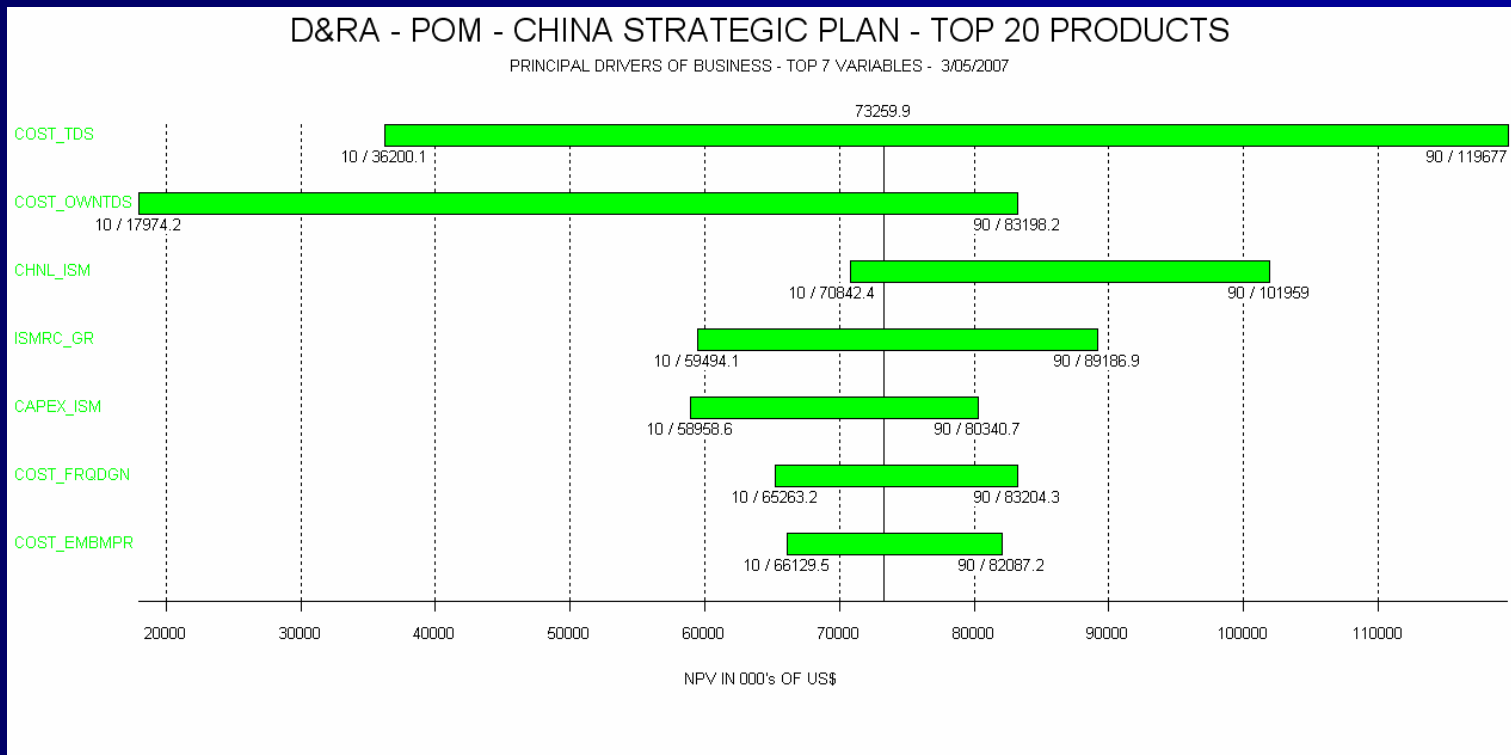
# RESULTADOS PROYECTADOS DE TODAS LAS ESTRATEGIAS - IV – RENDIMIENTO GENERAL

RESUMEN DE RESULTADOS (15 Anos)	TOP 23	MED 27	LARGO 27	TOTAL
ACUMULACIÓN DE EXPORTACIONES - K\$	4,902,569	4,875,608	4,942,645	14,720,822
NUEVOS EMPLEOS CREADOS	10,780	11,291	10,806	32,877
CAGR O TIR DE LAS INVERSIONES – NOMINAL		79.2%	82.7%	<i>n / a</i>
CAGR O TIR DE LAS INVERSIONES – REAL		74.0%	77.4%	<i>n / a</i>
PERIODO DE DEVOLUCIÓN - REAL – AÑOS	-	2.62	2.52	<i>n / a</i>
ÍNDICE DE VALOR ACTUAL DE PERIODO DE PAGO - (PWP en Inglés) AÑOS	-	2.79	2.48	<i>n / a</i>
ÍNDICE DE VALOR ACTUAL DE PERIODO DE PAGO - (PWI en Inglés)		6.30	2.73	<i>n / a</i>
TOTAL DE INVERSIÓN DE CAPITAL - K\$	4,957	30,926	31,652	67, 535

# ANÁLISIS DE DECISIÓN Y RIESGO I – PRINCIPALES IMPULSADORES DEL NEGOCIO – (Todos los Impulsadores)

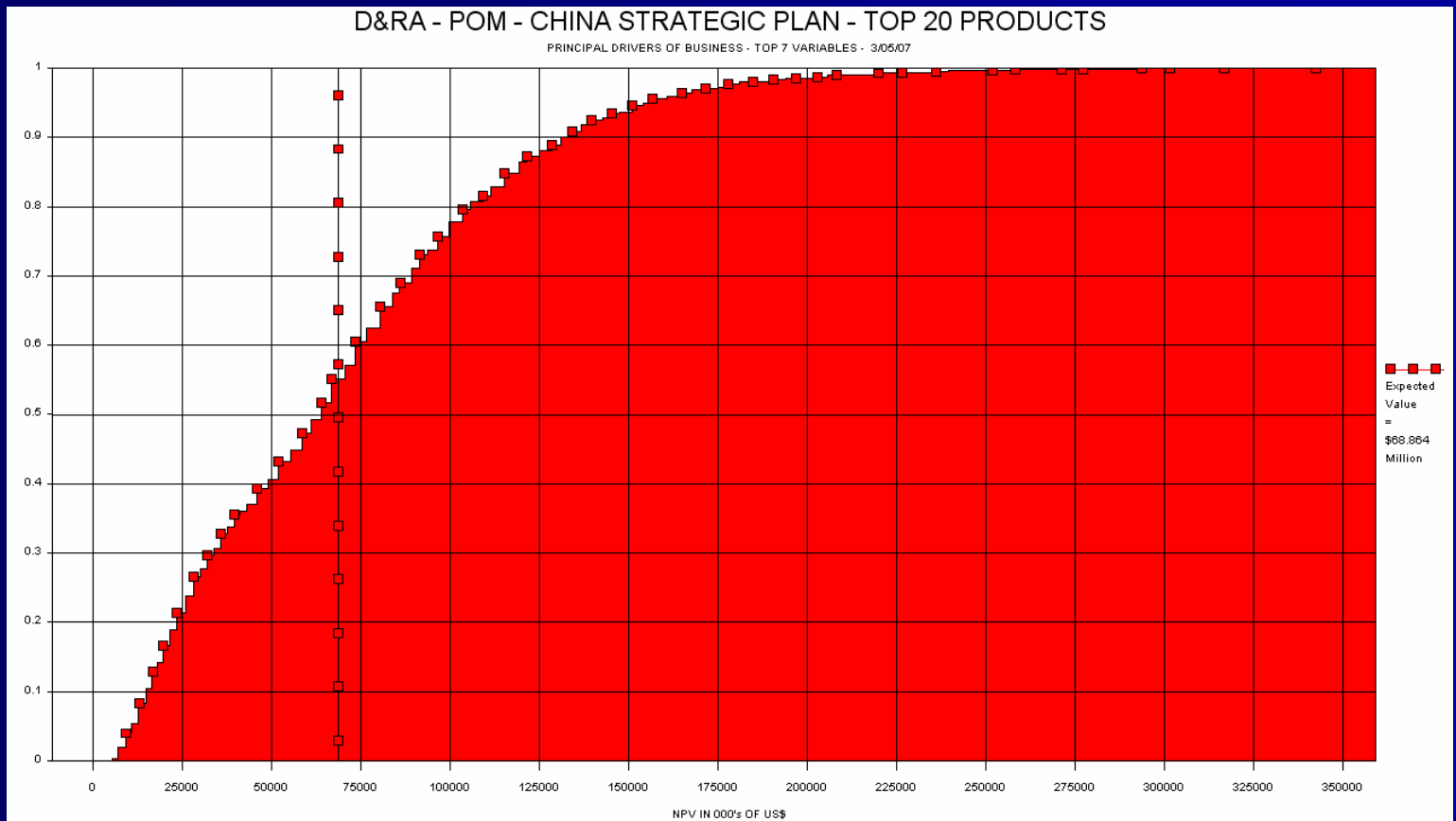


# ANÁLISIS DE DECISIÓN Y RIESGO II– PRINCIPALES IMPULSADORES DEL NEGOCIO – ( Costo de Los 7 principales Impulsadores)



En orden: Participación de Trade Shows en China, Presentación del Propio Trade Show en China, Desarrollo de Canales, Inversión de Capital, Costo de Producción, Ampliación del presupuesto para la Embajada en China.

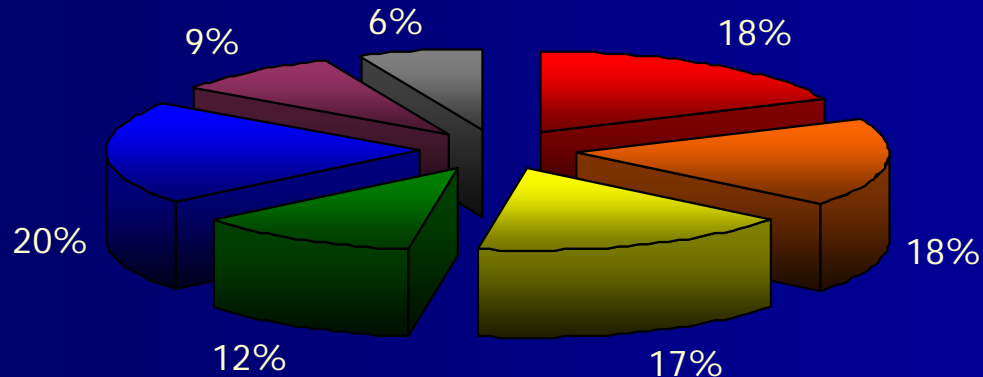
# ANÁLISIS DE DECISION Y RIESGO III – PERFIL DE RIESGO DEL NEGOCIO



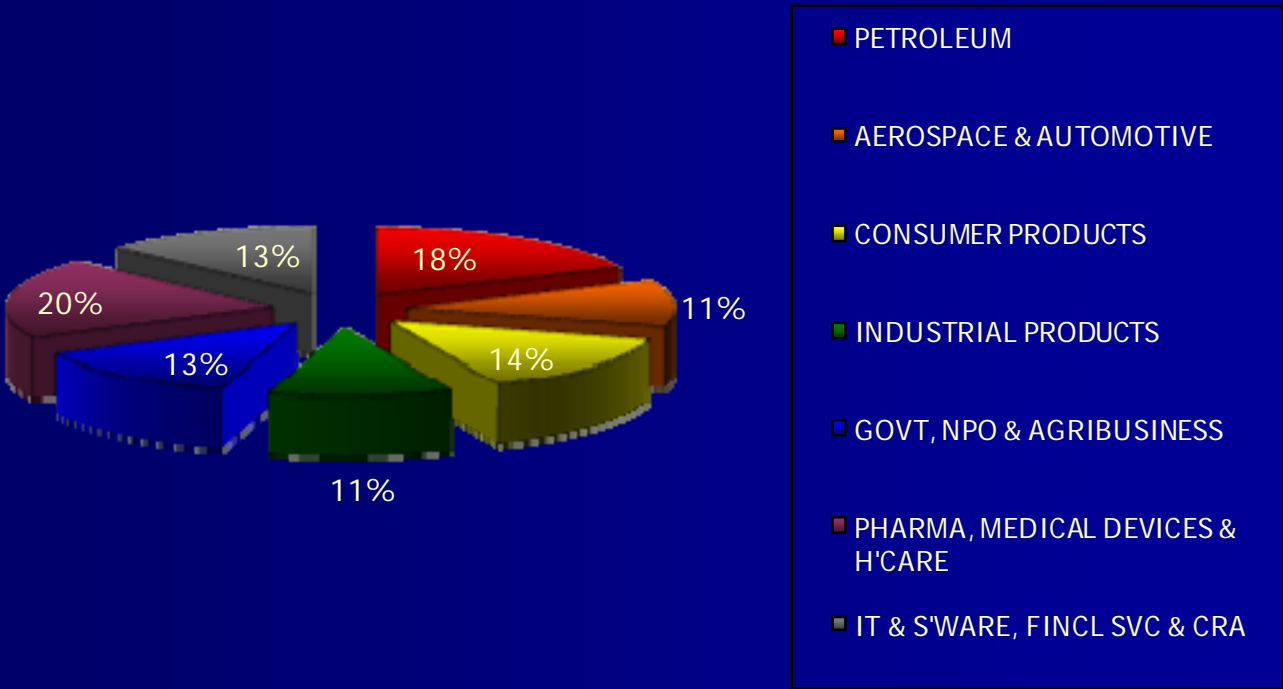
# TIARA: GLOBAL EXPERIENCE

- Tiara International understands business & government culture around the globe
- Carried out approximately 250 international business consulting projects in more than 65 countries

Projects By Region



# TIARA: CONSULTING PROJECTS ACROSS INDUSTRIES



# TIARA: PARTIAL CLIENT LIST

<b>AIG</b>	<b>CHEVRON-TEXACO</b>	<b>GENERAL MOTORS</b>
<b>ALCATEL</b>	<b>CITIBANK</b>	<b>GE CAPITAL</b>
<b>AMERICAN EXPRESS</b>	<b>COCA-COLA</b>	<b>HONEYWELL</b>
<b>AMERSHAM</b>	<b>COORS</b>	<b>AEROSPACE</b>
<b>AMWAY CORP</b>	<b>DELCO REMY</b>	<b>IBM</b>
<b>BAYER AG</b>	<b>EASTMAN KODAK</b>	<b>IDB-IIC</b>
<b>BOSTON SCIENTIFIC</b>	<b>EDS</b>	<b>J &amp; J</b>
<b>CAP GEMINI</b>	<b>FIRESTONE</b>	<b>MASCO</b>
<b>CHARLE-PLAIRE</b>	<b>FORTUNE BRANDS</b>	<b>MICROSOFT</b>
<b>CONAGRA</b>	<b>GD SEARLE (PFIZER)</b>	<b>RENAL CARE GP</b>
<b>CALTEX PETROLEUM</b>		<b>SIGMA-BLEYZER</b>

# Tiara International Consulting, LLC

[www.TICLLCglobal.com](http://www.TICLLCglobal.com)

Dr. M.V. Krishna Kumar, President

Report Developed by

Project Manager & Country Manager: PERU

Trevor Norris (511) 9 402 3244

NorrisTrev@aol.com

# MODELO DE PENETRACIÓN DE MERCADO - I

- Para cada producto o sector seleccionado estima la Demanda, Recaudación Fiscal, Gastos de Promoción, Puestos de Trabajo, Inversión de Capital, entre otros, para los próximos 15 años
- Desarrolla un *benchmarking* de 10 variables (como cumplimiento, precios, calidad, flete entre otros) en el Perú versus las mismas variables en 6 países – no solo en América Latina, sino también en Asia.
- Identifica las fortalezas de los países comparados con el *benchmarking* en sus diferentes estrategias.
- Asume que Perú, mediante la emulación de buenas practicas, logrará incrementar su participación en el mercado.

# MODELO DE PENETRACIÓN DE MERCADO - II

- Realiza una estimación del rendimiento exportador anual en dólares americanos para los 3 primeros años para cada producto en cada sector.
- Realiza una estimación de las Inversiones de Capital (CAPEX) año por año, producto por producto para cada Categoría (Top 20, Mediano 20, Largo 20) de los productos.
- Realiza una estimación del presupuesto para actividades de promoción, etc. requerido para cada Categoría de Productos
- Proporciona un Plan de Acción General.

# SECTOR SERVICIOS EN CHINA

- Tercerización de Servicios IT – Fuerte competencia de la India, China, Rusia, Sudáfrica y Brasil
- Tercerización de Servicios Médicos – Fuerte competencia de India, Tailandia, Singapur y Malasia
- Perú como un Centro Turístico para China – Competencia de Asia (Japón, Singapur, Tailandia, Malasia e Indonesia), EEUU y la UE
- Tercerización de los Servicios de Ingeniería – China está convencida que sus ingenieros tienen más conocimientos y tienen mejor efectividad de costo que sus contrapartes peruanas
- Franquicias, particularmente gastronomía.