

eksport

Webinaria 2020

Eksport produktów spożywczych do Peru

ZBH Lima
Zofia Polakiewicz



Republika Peru

	Oficjalna nazwa	Republika Peru
	Oficjalny język	hiszpański
	Stolica	Lima
	Powierzchnia	1 285 000 km ²
	Ludność	32 mln
	Strefa czasowa	GMT -5
	PKB per capita (PPP)	13 710 USD
	Export	46,266 mln USD



Stawki
podatkowe

CIT	29.5%
VAT	18%
PIT (stan na 2019 rok)	
8%	do ~ 24 000 PLN
14%	do ~ 95 000 PLN
17%	do ~ 160 000 PLN
20%	do ~ 214 000 PLN
30%	ponad 214 000 PLN



Waluta

Nowy sol (PEN)	
1 USD ~ 3.5 PEN	
1 PLN ~ 0.88 PEN	

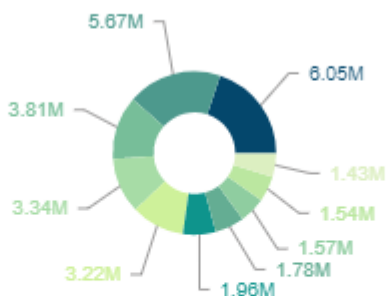


Dane makroekonomiczne

PKB w 2019 (nominalne)	228.989 mld USD
PKB w 2019 (PPP)	478.303 mld USD
Główny eksport	Miedź, srebro, cynk, złoto Spożywczy: szparagi, borówki, ziemniaki, ryby
Główny import	Ropa naftowa, części samochodowe, maszyny rolnicze Spożywczy: soja, cukier, pszenica
Import z Polski	78.5 mln USD
Eksport do Polski	20.8 mln USD
Wzrost PKB w 2019	2.4%
Partnerzy handlowi	Chiny, USA, Kanada, Korea Płd
Handel międzynarodowy : PKB	48%
Umowa handlowa z UE	Tak

Dane makroekonomiczne

Import z Polski do Peru w 2019

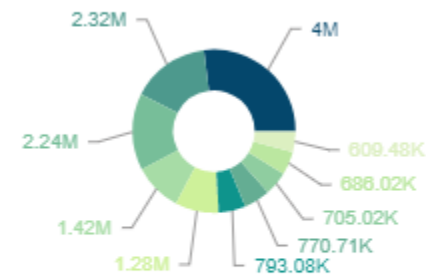


- TECSUR S A
- GEYER KABEL PERU S A C
- SANDERSON S A (PERU)
- GLORIA S A
- PHILIPS LIGHTING PERU S A

- ORIFLAME PERU SA
- SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION
- BOART LONGYEAR SAC

- TRUPAL S A
- CONSTRUCCIONES ELECTROMECANICAS DELCROSA

Eksport z Peru do Polski 2019



- CAMPOSOL S.A.
- INDUSTRIAS ELECTRO QUIMICAS S A
- INDUSTRIAL PESQUERA SANTA MONICA S.A.

- GANDULES INC SAC
- SESUVECA DEL PERU S A C
- SUNSHINE EXPORT S.A.C
- GOFRESH S A C
- OPP FILM S.A.

- ZINC INDUSTRIAS NACIONALES S A
- PRODUCTOS NATURALES DE EXPORTACION SA (P

Kanały dystrybucji

Istnieją trzy główne sieci supermarketów w Peru: Cencosud (Wong i Metro), Saga Falabella (Tottus) i Supermercados Peruanos (Vivanda i Plaza Vea). Od dwóch lat, konwencjonalne sieci supermarketów i sklepy spożywcze zaczęły rozwijać się w dzielnicach o niższych dochodach w Limie, korzystając ze zwiększonego dostępu konsumentów do kredytów. Popularnym modelem sprzedaży jest zachęcanie konsumentów do korzystania z kart kredytowych z danego sklepu. Trzy wspomniane supermarkety mają łącznie 80% udziałów w rynku, a ich wzrost w 2019 wyniósł 7%. W 2019, penetracja rynku przez nowoczesny kanał dystrybucji (supermarkety oraz e-commerce) wyniósł 30%.



Kanały dystrybucji

Kanał tradycyjny, czyli małe sklepy, stragany oraz sprzedaż uliczna, nadal jest wiodącym kanałem dystrybucji w Peru. Penetracja rynku wynosi 70%, jednak prognozuje się niewielki spadek w związku z rozwojem oraz atrakcyjną ofertą kanału nowoczesnego. W kraju istnieje ponad 500 000 punktów sprzedaży z kanału tradycyjnego.

W przeszłości mniejsze sklepy oraz tak zwane bodegas, dysponowały jedynie żywnością oraz napojami. Jednak popyt na produkty gotowe, produkty pierwszej potrzeby do domu, artykuły papiernicze oraz kosmetyki, spowodował zwiększenie dostępu do produktów FMCG w lokalnych sklepach. Wyzwaniem dla tradycyjnego kanału sprzedaży jest nadążanie za ofertą supermarketów oraz e-commerce bez umniejszania jakości sprzedawanych produktów.

Bariery handlowe

Istnieje lista towarów, w stosunku do których w Peru występują ograniczenia przywozowe oraz wywozowe. Są to towary, których import lub eksport wymaga uprzedniego zezwolenia wydanego przez właściwy organ. Do takich produktów należą między innymi: sprzęt i urządzenia telekomunikacyjne, substancje chemiczne, produkty morskie, produkty farmaceutyczne, żywność nieprzetworzona, produkty roślinne, pestycydy, materiały radioaktywne.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Ventanilla Única de Comercio Exterior

<https://www.vuce.gob.pe/>

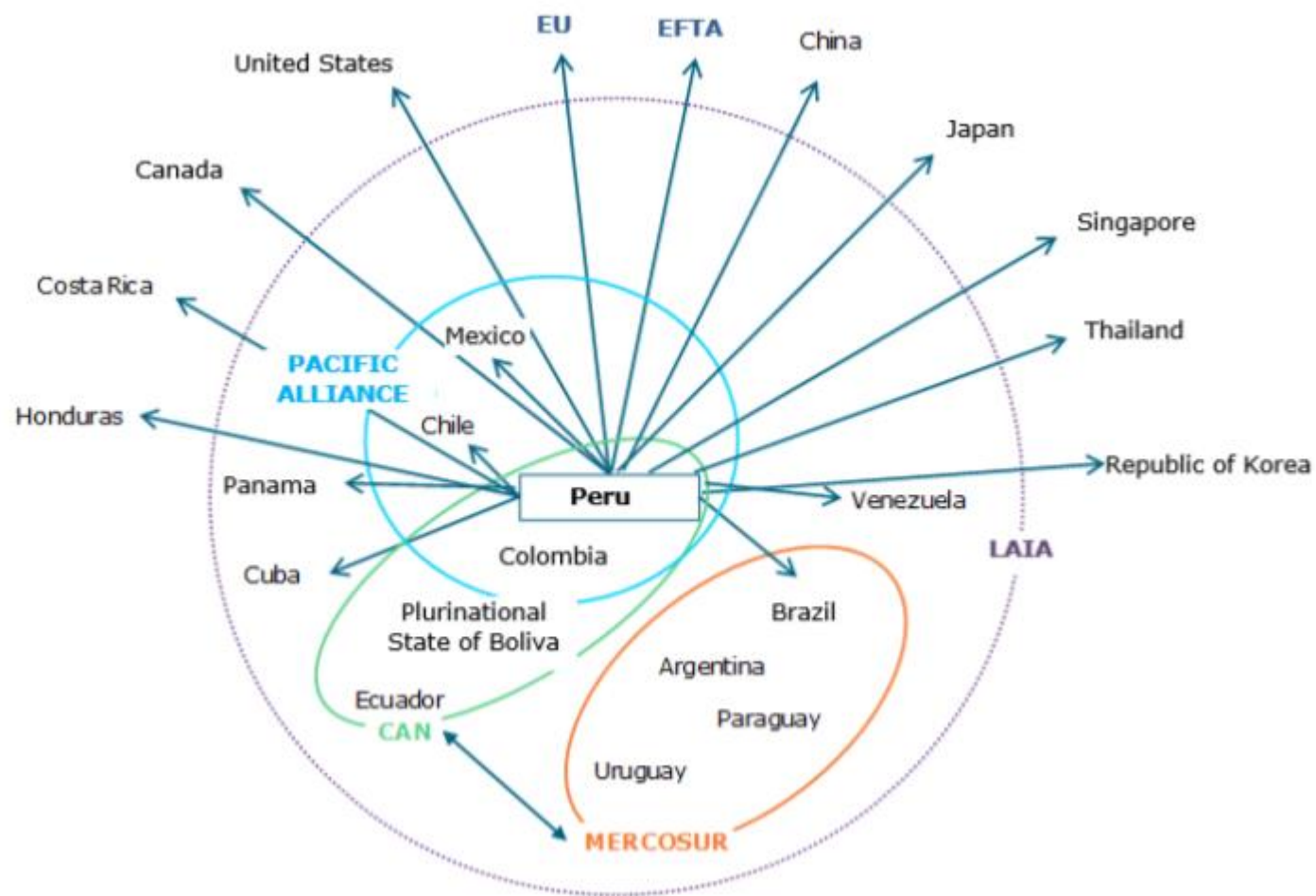
Instrument Ministerstwa Handlu i Turystyki, ułatwiający handel zagraniczny i promujący konkurencyjność gospodarki. Umożliwia on przeprowadzenie wszystkich procedur związanych z eksportem, importem oraz tranzytem.

Bariery do handlu

Jedną z przeszkód dla handlu może stanowić obecność oligopoli oraz monopoli w Peru. Widoczne jest to w branży telekomunikacyjnej, mlecznej lub kosmetycznej. Do problemów, które mogą stanowić barierę dla firm polskich pragnących prowadzić wymianę handlową z Peru, można zaliczyć sporą odległość od Polski (ok. 11.6 tys. km w linii prostej), a co za tym idzie długi czas oczekiwania na towar oraz wysokie koszty transportu. Bariерę ekonomiczną stanowi również nieformalność w Peru – 70% gospodarki działa nieformalnie.

Obecnie 95% wymiany handlowej z Peru odbywa się w ramach międzynarodowych umów handlowych, więc bariery wejścia na rynek są stosunkowo niskie dla przedsiębiorstw zainteresowanych eksportem swoich produktów na peruwiański rynek, jak również dla zagranicznych inwestorów, głównie ze względu na brak dyskryminacji pomiędzy inwestorami z Peru oraz inwestorami zagranicznymi.

Umowy handlowe



eksport

Wymogi formalne

Dokumenty potrzebne do importu produktów z zagranicy do Peru

- Deklaracja celna (DUA)
- Faktura
- List przewozowy
- Ubezpieczenie
- Jeśli importowana jest żywność
certyfikat wydawany przez organ
DIGESA

Agent celny



SUNAT



Wprowadzenie
produktu po
zapłaceniu cła



Wymagana
dodatkowa
dokumentacja



Dodatkowa
dokumentacja oraz
inspekcja

Oznakowanie produktów spożywczych

Prawo oktagonów

Produkty spożywcze, które przekraczają limity ustanowione w prawie [#30021](#) z 2017 r. regulującym limity substancji w żywności, muszą posiadać naklejkę oktagonu z napisem po hiszpańsku „wysoka zawartość substancji X”, na przykład tłuszczów trans, sodu lub cukru.



Podsumowanie

Plusy

Minusy

Umowa o wolnym handlu UE – Peru, Kolumbia, Ekwador redukuje lub eliminuje cła na większość produktów spożywczych	Preferencja zakupów na lokalnych marketach
Supermarkety intensywnie promują popyt na wysokiej jakości produkty	Główne źródło importowanych produktów stanowi mniejszy procent kanału dystrybucji
Dynamiczny rozwój nowoczesnego kanału sprzedaży poza Limą	Popularność nowych lokalnych marek o konkurencyjnych cenach
Wzrost popularności odpowiedzialnej, zdrowej konsumpcji	Supermarkety w kraju są zaopatrzone przez firmy z Limy
Dynamicznie rosnąca klasa średnia	Lokalni producenci zapewniają dostosowane do lokalnego gustu produkty o niższych cenach

eksport

Dziękuję za uwagę!

ZBH Lima

Zofia Polakiewicz

Zofia.polakiewicz@paih.gov.pl

Webinaria 2020

