

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Panorama y oportunidades comerciales con las economías del EFTA

Mónica I. Loayza Pinedo

mloayza@promperu.gob.pe

Especialista de Inteligencia en Mercados



31 de agosto de 2016

Lima, Perú



Información General



	Islandia	Liechtenstein	Noruega	Suiza
Tipo de Gobierno	República constitucional	Monarquía constitucional	Monarquía constitucional	República federal
Idioma Oficial	Islandés	Alemán	Noruego	Alemán, Francés, Italiano, Romansh
Capital	Reykjavk	Vaduz	Oslo	Berna
Moneda	Corona Islandesa (ISK)	Franco Suizo (CHF)	Corona Noruega (NOK)	Franco Suizo (CHF)

Perfil del consumidor



¿CÓMO SE DEFINE EL PERFIL DE UN CONSUMIDOR?

A través de 4 factores o características:

- **Demográficas**
- **Económicas**
- **Tecnológicas**
- **Estilo de vida**

Características del consumidor EFTA

Demográficas

13.8 millones de habitantes con unos de los más altos niveles de ingreso.



	Liechtenstein	Islandia	Noruega	Suiza
Número de Habitantes	37 531	330 823	5 195 921	8 286 976
Crecimiento poblacional	0.7%	1%	1.1%	1.2%
Edad promedio (años)	43	36	39	42
Expectativa de vida (años)	81	83	82	83
Población urbana	14.3%	94.1%	80.5%	73.9%

Características del consumidor EFTA

Económicas

- Entre el 60% y 70% del PBI se genera a través del sector servicios.
- Suiza encabeza la lista en el ranking de competitividad global del World Economic Forum (WEF). Noruega e Islandia ocupan las posiciones 11 y 29, respectivamente.

	Liechtenstein*	Islandia	Noruega	Suiza
PBI (US\$ miles de millones)	5 488	16 598	388 315	664 738
Crecimiento PBI	1.8%	4%	1.6%	0.9%
PBI per cápita (US\$)	89 400	49 700	68 400	58 600
Inflación	-0.2%	1.6%	2.2%	-1.1%
Desempleo	3.4%	3.8%	4.4%	3.3%



(*) al año 2012

Fuente: Banco Mundial, Cia World Fact Book.

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Características del consumidor EFTA

Uso de tecnología

- De acuerdo al ranking de competitividad tecnológica 2016 del WEF, Noruega, Suiza e Islandia ocupan las posiciones Nro. 4, 7 y 16, respectivamente.
- Según el mismo reporte, Islandia y Noruega ocupan la primera y segunda posición, en lo que a uso de redes sociales virtuales se refiere.
- Publicidad online cada vez más popular entre las empresas.
- Incremento de compras a través de portales web, tablets, smartphones.



	Islandia	Noruega	Suiza
# de computadoras por 100 hab.	49	63	92
# de líneas principales por 100 hab.	58	30	57
# de usuarios de internet por 100 hab.	96	95	85

Características del consumidor EFTA

Estilo de vida – Tendencias de Consumo



- Alta apreciación por productos de calidad: Consumidores exigentes, para los que el precio no es un factor tan importante.
- Incremento de demanda de productos convenientes: Hogares unipersonales, mujeres como fuerza laboral.
- Demanda creciente de productos sostenibles: orgánicos, comercio justo, etc.
- Asimilación de productos exóticos: alto número de inmigrantes, incremento de viajes fuera de Europa.
- Preocupación por la salud: alto consumo de frutas y verduras, consumo de alimentos funcionales, mayor tiempo dedicado al ejercicio, rápido envejecimiento de la población.
- Necesidad de buscar vestimenta que proporcione calor extra: altas temperaturas de la región.
- Incremento de grandes superficies de venta.



BIOSUISSE

Comercio entre Perú y las naciones del EFTA



Exportaciones Peruanas hacia el EFTA

7% del total de exportaciones tuvieron como destino el EFTA

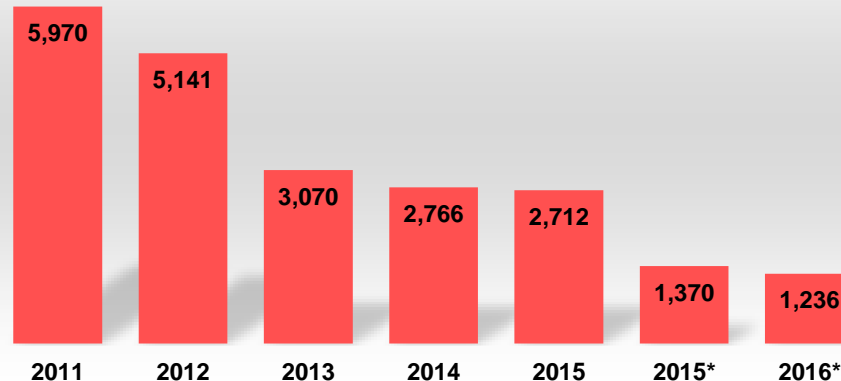
Tratado de libre Comercio firmado en 2010, vigente desde:

- 1° de julio 2011 con Suiza y Liechtenstein
- 1° de octubre 2011 con Islandia
- 1° de julio 2012 con Noruega

www.acuerdoscomerciales.gob.pe

- Mayor recaudación de productos tradicionales: oro, cobre, plata, café, aceite de pescado, etc.
- N° Empresas (2015): 210
 - 197 Mipymes
- Suiza es el mayor mercado del bloque, con 98% de participación.

Total Exportaciones Peruanas hacia EFTA
(US\$ millones)



Fuente: SUNAT

(*) cifras a junio

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Exportaciones No Tradicionales hacia el EFTA

US\$ 34 millones, en 2015, incrementándose así en 2,1% respecto a año previo

- Principales sectores (2015):
 - Textil (US\$ 21 millones)
 - Agropecuario (US\$ 9 millones)
 - Metalmecánico (US\$ 3 millones)
 - Pesquero (US\$ 1 millón)
- 167 empresas exportaron productos no tradicionales hacia este bloque.
- Noruega es el principal destino (US\$ 23 millones).



Principales productos no tradicionales (2015):

- Hilados de pelo fino p/venta al por menor (US\$ 6 millones)
- Demás hilados de pelo fino (US\$ 6 millones)
- Hilados de pelo fino sin acondicionar (US\$ 3 millones)
- Mangos frescos (US\$ 2 millones)
- Uvas frescas (US\$ 2 millones)

Productos más dinámicos (2015):

- Espárragos frescos (US\$ 2 millones / Var. 191,1%)
- Redes confeccionadas para la pesca (US\$ 1 millón / Var. 153,9%)
- Hígados, huevas y lechas de pescado (US\$ 490 mil / Var. 190,8%)
- Medias y calcetines de pelo fino (US\$ 250 mil / Var. 201,5%)
- Las demás brocas, exc. las diamantadas (US\$ 237 mil / Var. 930,4%)

Comercio Potencial entre Perú y el EFTA



HS 6	Descripción	CP 2015
610910	Camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas	265
740811	Alambres de cobre refinado	207
80610	Uvas frescas	152
180100	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado	147
392020	Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de propinelo	140
80390	Plátanos frescos o secos	131
80520	Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos o secos	112
961900	Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y similares	79
30617	Demás camarones y langostinos congelados	78
610510	Camisas de punto de algodón, para hombres o niños	74
81040	Arándanos o murtonos y demás frutos del genero vaccinium frescos	74
440929	Madera, incluidas las tablillas y frisos para parqués, sin ensamblar	71
611020	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares	60
320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal	59
80440	Paltas (aguacates)	55
711319	Joyería de oro	52

Fuente: TRADEMAP.
 Cifras en US\$ millones.
 Elaboración: inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Desarrollo de Productos



Mango deshidratado



Tarta de langostinos



Mix de quinua con salsa de mango



Barra de cereal con kiwicha y chía



Galletas de 5 cereales (quinua)



Mermelada de maracuyá y acai



Harina de maca (superfood)



Polo camisera en algodón pima



Ajuar para bebé en fibra de lana de alpaca



Suéter en 100% alpaca



Mantas de lana de vicuña



Semillas (arilos) de granada deshidratadas

Información de Mercados

www.siicex.gob.pe/inteligienciademercados

SIICEX
Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

¿Qué es el SIICEX? | Preguntas Frecuentes | Glosario | Herramientas de Análisis | Buscar Partida

Centro de Información Comercial
Información especializada en EXPORTACIÓN, actual, diversa, confiable y de libre acceso.
Accede aquí

09 de agosto del 2016

Inteligencia de Mercados | Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Recibir información de inteligencia de mercados [Inscríbete aquí](#)

Revista exportando.pe
Décimo séptimo número de la revista exportando.pe **nuevo**

EXPORTANDO.PE
BALANCE Y PERSPECTIVAS DE UNA GESTIÓN INTELIGENTE
10 000 430% 26

Haz clic para leer

ISSUU

Síguenos en: [Facebook](#) [Twitter](#) [YouTube](#)

Números anteriores

- Ⓞ Décimo sexto número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Décimo quinto número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Décimo cuarto número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Décimo tercer número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Décimo segundo número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Décimo primer número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Décimo número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Noveno número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Octavo número de la revista exportando.pe
- Ⓞ Séptimo número de la revista exportando.pe: Agosto - Setiembre 2013
- Ⓞ Sexto número de la revista exportando.pe: Junio - Julio 2013
- Ⓞ Quinto número de revista exportando.pe - Abril 2013
- Ⓞ Cuarto número de revista exportando.pe - Febrero 2013

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Muchas Gracias.

Mónica I. Loayza Pinedo

Especialista de Inteligencia en Mercados

PROMPERÚ



31 de agosto de 2016

Lima, Perú

