

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Aprovechamiento de los TLC

Oportunidades para
productos de los sectores
Agropecuario, Textil –
Confecciones y Metal -
Mecánico en Suiza



prom
perú

APROVECHAMIENTO DE LOS TLC POR SECTOR**OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS DE LOS SECTORES AGROPECUARIO Y TEXTIL – CONFECCIONES Y METAL – MECÁNICO CON SUIZA ¹****1. Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio – EFTA**

El Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) – European Free Trade Association (EFTA) de la cual forman parte Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia, se firmó en Reykjavic (Islandia) el 24 de Junio de 2010 y en Lima (Perú) el 14 de Julio de 2010; El TLC entró en vigencia con Suiza y Liechtenstein el 1° de Julio de 2011 y con Islandia el 1° de Octubre de 2011. El Tratado de Libre Comercio con el Reino de Noruega Entró en vigencia El 1° de julio de 2012. Adicionalmente se han firmado Acuerdos Bilaterales sobre Agricultura con Islandia, Noruega, y Suiza, los cuales entraron en vigencia la misma fecha que el Tratado de Libre Comercio con los países correspondientes.

Los principales productos de exportación a los estados del EFTA son: oro, aceite de pescado, minerales de cobre, productos pesqueros y agropecuarios, espárragos, textiles, paltas; siendo Suiza el principal destino de estas exportaciones. Vale decir que los Estados del EFTA no forman parte de la Unión Europea. Para mayor información visitar [Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y EFTA](#)

2. Exportaciones

En 2014, las exportaciones peruanas de bienes no tradicionales al mercado suizo totalizaron US\$ 10 millones, lo cual significa un incremento medio anual de 21,2% desde 2010, un año antes de la puesta en marcha del Acuerdo de Libre Comercio con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). Pese a ello, esta clase de envíos aún representan menos del 1% de las exportaciones totales a Suiza, el tercer mayor socio comercial del Perú gracias a las significativas ventas de oro e bruto que, si bien es cierto se han visto afectadas por la caída de los precios internacionales desde 2012, aún tienen una participación de 99%.

En tanto, todos los sectores de valor agregado han mostrado importantes crecimientos desde la entrada en vigencia del TLC, siendo los de mejor desempeño los rubros *Agropecuario*, *Textil – Confecciones* y *Metal – Mecánico*, los cuales han experimentado tasas de crecimiento promedio anual de 17,3%, 10,9% y 119,6% durante el periodo 2010 – 2014, respectivamente. Además de tener una participación combinada de 84% sobre el total de envíos no tradicionales.

Exportaciones a Suiza por Sectores Analizados

¹ El Acuerdo Comercial entre Perú y Suiza entró en vigencia el 01 de julio de 2011

(US\$ Millones)

Sector	2010	2014	Var.% Prom 14/10	Var. % 14/13
Agropecuario	3	6	17,3	103,9
Textil - Confecciones	1	2	10,9	3,0
Metal - Mecánico	0	2	119,6	-45,8
Sectores Analizados	4	10	21,2	17,2
Total No Tradicional	5	11	21,0	19,7
TOTAL EXPORTADO	3 845	2 641	-9,0	-12,8

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERU

2.1 Productos

Agropecuario:

Durante el periodo 2010 – 2014, los envíos del sector *Agropecuario* se han duplicado, al pasar de US\$ 3 millones a más de US\$ 6 millones, lo cual se ha traducido en una destacable tasa de crecimiento medio anual de 17,3%. Ello es consecuencia del dinamismo mostrado por las ventas de cacao en grano (US\$ 3 millones en 2014 / 2 774, 8% de variación) que, desde de sus primeros envíos en 2011, ha logrado posicionarse como el principal producto de exportación del sector con una participación de 56% sobre el total de envíos en 2014. A su vez, otros productos que también han mostrado un sostenido crecimiento a partir de la entrada en vigencia del TLC han sido los mangos frescos (US\$ 1,6 millones / 50,3% de variación) y los aceites de vegetales varios (US\$ 84 mil / 200,5%).

En tanto, destacan nuevos productos cuyas exportaciones han superado por primera vez los US\$ 20 mil en los últimos cinco años tales como las cervezas premium de malta (US\$ 47 mil en 2014), el pisco (US\$ 37 mil), los puros robustos de tabaco (US\$ 26 mil) y el orégano seco (US\$ 22 mil). Vale agregar que todos ellos ingresan al mercado suizo exentos de aranceles de importación gracias al acuerdo comercial.

Textil – Confecciones:

El sector *Textil – Confecciones* ha mostrado una evolución positiva sostenida desde 2010, un año antes de la entrada en vigencia del TLC, al aumentar el valor de sus envíos a una tasa media anual de 10,9%. Actualmente, es el segundo principal sector no tradicional en cuanto a valor exportado a Suiza y entre sus productos más relevantes resaltan las camisas de algodón para hombres o niños (US\$ 227 mil en 2014 / 973,5% de variación), los suéteres y similares de alpaca (US\$ 223 mil / - 12,6%), y los hilados de lana o pelo fino (US\$ 177 mil / - 20,6%).

Por último, en cuanto a nuevos productos destacan confecciones para mujeres y niñas, especialmente los vestidos, de punto, de alpaca (US\$ 35 mil en 2014) y, de tejido plano, de algodón (US\$ 20 mil).

Metal – Mecánico

Las exportaciones del sector *Metal – Mecánico* a Suiza son las que mayor dinamismo han mostrado desde la puesta en marcha del acuerdo, al registrar un índice de crecimiento anual de 119,6% entre 2010 y 2014. Los envíos metalmecánicos a este mercado sumaron US\$ 2 millones y tuvieron una participación de 16% sobre el total de envíos con valor agregado en el último año. El principal producto de exportación del sector han sido las partes de bombas de elevadores líquidos, cuyos envíos se han visto notablemente beneficiados por el acuerdo comercial al pasar de US\$ 15 mil, en 2010, a cerca de US\$ 1,6 millones, en 2014.

Si bien es cierto, una importante parte de las ventas del sector se encuentra compuesta por reexportaciones de productos especializados como tubos para rayos X e impresoras textiles; se ha podido notar la presencia de nuevos productos peruanos que por primera vez han ingresado al mercado suizo con valores superiores a US\$ 20 mil a partir de la entrada en vigencia del TLC tales como las brocas no diamantadas (US\$ 23 mil en 2014).

2.2 Empresas²

Agropecuario: Entre 2011 y 2014 se ha podido registrar ciento doce (112) empresas agropecuarias que dirigieron sus envíos a Suiza, de las cuales veintiocho (28)³ son consideradas como nuevas al haber realizado primeras exportaciones a este mercado por montos superiores a US\$ 20 mil durante este periodo. Las exportaciones de estas nuevas empresas estuvieron compuestas básicamente por productos frescos como mangos, ajíes y follajes mixtos, así como productos de especialidad como pisco, puros de tabaco y nostálgicos.

En cuanto a continuidad⁴, de las diecinueve (19) empresas nuevas en 2011 y 2012, solamente dos (02) han mantenido o incrementado sus niveles de exportación hasta 2014, estas fueron *Sobifruits S.A.C.* y *Passion Fresh S.A.C.*, cuyos principales productos enviados a Suiza fueron los mangos frescos en ambos casos. Asimismo, de las cinco (05) empresas nuevas de 2013, tres (03) han podido mantener ventas al mercado suizo por encima de los US\$ 20 mil en 2014: *Bioils del Perú S.A.C.*, *Flores de San Ramón S.A.C.* y *P & R Exportaciones S.R.L.*; gracias al buen

² El análisis considera como empresas nuevas a las unidades de negocio que no hayan registrado exportaciones en los cinco años anteriores a la entrada en vigencia del acuerdo, considerando como monto mínimo de los envíos, el valor de US\$ 20 mil.

³ De las veintiocho (28) empresas nuevas, once (11) realizaron su primera exportación a Suiza en 2011, ocho (08) en 2012, cinco (05) en 2013 y cuatro (04) en 2014

⁴ Se considera a una empresa continua a aquella que pudo mantener sus envíos por encima de US\$ 20 mil a partir de su primer año de exportación al mercado en cuestión

desempeño de los envíos de aceites vegetales, follajes mixtos frescos y orégano seco, respectivamente.

Metal - Mecánico: De las sesenta y un (61) empresas metalmecánicas que realizaron envíos a Suiza entre 2011 y 2014, son consideradas empresas nuevas trece (13)⁵ de ellas, entre las que destacan *Pimza Kinz S.A.C.*, *Cementos Pacasmayo S.A.A.* y *ABB S.A.* Las exportaciones de esta categoría fueron variadas y estuvieron compuestas principalmente por reexportaciones como impresoras textiles y tubos de rayos X, pero también por productos nacionales manufacturados como las brocas no diamantadas.

En cuanto a continuidad y a diferencia de los otros sectores analizados, ninguna de las empresas nuevas registradas entre 2011 y 2013 ha podido mantener los valores de sus ventas al mercado suizo por encima de US\$ 20 mil a partir de su primera exportación.

Textil - Confecciones: En los cuatro últimos años fueron ciento veintinueve (121) exportadoras que realizaron ventas a este importante mercado europeo; de ellas, veinticuatro (24)⁶ son consideradas como nuevas al registrar sus primeras exportaciones por montos superiores a US\$ 20 mil durante este periodo. Esta clase de exportadoras envían principalmente confecciones a base de fibras de alpaca como mantas, chalinas, calcetines y cardiganes, y, en menor medida, prendas de algodón como polos, camisas, capuchas y accesorios para bebés.

En cuanto a continuidad⁷, de las catorce (14) empresas nuevas en 2011 y 2012, solamente una (02) ha mantenido o incrementado sus niveles de exportación hasta 2014, *Royal Knit S.A.C.* y *Colca Fabrics S.A.C.* En tanto, solamente una (01) de las dos exportadoras nuevas en 2013 ha podido mantener sus niveles de exportación por encima de US\$ 20 000 en 2014.

Nuevas Empresas que exportaron a Suiza a partir del TLC

Sector	Año	Empresas Nuevas ⁸	FOB (US\$ Miles)	Part. % sobre FOB - Sector
Agropecuario	2011	11	5 352	70%
	2012	8	1 402	18%
	2013	5	193	7%
	2014	4	174	3%
	Total	28	-	-

⁵ De las trece (13) empresas nuevas, tres (03) realizaron su primera exportación a Suiza en 2011, cinco (05) en 2012, dos (02) en 2013 y ocho (08) en 2014.

⁶ De las veinticuatro (24) empresas nuevas, nueve (09) realizaron su primera exportación a Suiza en 2011, cinco (05) en 2012, dos (02) en 2013 y tres (03) en 2014.

⁷ Se considera a una empresa continua a aquella que pudo mantener sus envíos por encima de US\$ 20 mil a partir de su primer año de exportación al mercado en cuestión

⁸ Empresas nuevas en relación al año anterior

Metal - Mecánico	2011	3	208	14%
	2012	5	1 265	29%
	2013	2	50	1%
	2014	3	151	8%
	Total	13	-	-
Textil - Confecciones	2011	9	2 237	46%
	2012	5	156	5%
	2013	2	252	13%
	2014	8	448	22%
	Total	24	-	-

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERU

3. Productos con oportunidades comerciales en Suiza

Los productos citados en el siguiente cuadro, a excepción de las uvas y mandarinas frescas, cuentan con preferencias arancelarias para Perú, ya sea por los beneficios otorgados por medio del Acuerdo Comercial con EFTA o por la reducción unilateral por parte de Suiza de sus aranceles NMF para productos específicos.

Se han identificado los siguientes productos con comercio potencial⁹:

Productos del sector *Agropecuario* con potencial de exportación a Suiza (US\$ Miles)

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa 2014		Comercio
		País	FOB	Potencial
180100	Cacao en grano, entero o partido	Ghana	67 754	139 183
		Ecuador	33 352	
		C. de Marfil	25 778	
080610	Uvas frescas	Italia	48 614	78 801
		Sudáfrica	8 858	
		Francia	5 621	
080520	Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares frescos	España	59 670	66 949
		Italia	3 486	
		Israel	1 866	
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Holanda	148 306	48 347
		Alemania	26 596	
		Francia	13 836	

⁹ El Comercio Potencial debe ser entendido como lo máximo que podría aumentar la exportación de un producto a un país, si es que no se exporta a ningún otro

081190	Frutas congeladas varias (Paltas, mangos y frutas de la pasión congeladas)	Italia	8 972	36 107
		España	7 466	
		Ucrania	2 284	
200570	Aceitunas preparadas o conservadas, sin vinagre	España	7 029	27 763
		Grecia	5 648	
		Italia	3 813	
081040	Arándanos o murtones frescos	España	16 370	27 690
		Chile	3 628	
		Holanda	3 220	
200989	Jugos de frutas varias (Jugos y/o concentrados de mango o frutas de la pasión)	Austria	8 673	27 673
		Alemania	5 618	
		España	2 892	
121190	Plantas y partes de plantas (Orégano seco)	Alemania	13 446	21 249
		Israel	2 759	
		Ghana	2 608	
100850	Quinoa	Bolivia	5168	5 485
		Francia	185	
		Alemania	112	

*Comercio Potencial determinado con cifras 2014

Fuentes: GTA/GTIS, SUNAT, Trademap. Elaboración PROMPERÚ

- **Oportunidades para productos agropecuarios**

Las importaciones suizas de productos agropecuarios de interés¹⁰ para Perú sumaron cerca de US\$ 4 mil millones en 2014, lo cual significó un crecimiento promedio anual de 4,9% en los últimos cinco años, además de un comercio potencial indicativo total de US\$ 3 715 millones para productos peruanos de este tipo. Si bien es cierto, proveedores europeos como España, Italia, Alemania y Países Bajos capturan el 45% de las compras del país helvético, mercados geográficamente lejanos como Brasil (5° proveedor 2014), Colombia (7°), Costa Rica (10°), Ghana (11°) y Perú (13°) han comenzado a mostrar notables dinamismos en sus envíos debido, principalmente, al incremento de la demanda de cacao y sus preparaciones en US\$ 589 millones entre 2010 y 2014.

En el marco del Acuerdo de Libre Comercio con EFTA, se ha podido identificar importantes oportunidades para tres categorías específicas: frutas y hortalizas frescas, alimentos funcionales, y cacao y sus derivados. Sin embargo, para concretar dicho potencial es necesario contar con una oferta exportable de productos de óptima calidad, debido a que el mercado suizo,

¹⁰ Se consideran productos agropecuarios de interés para el Perú aquellos que estén incluidos en los capítulos (HS02) 07, 08, 09, 18 y 20

especialmente para productos frescos, es altamente exigente y competitivo por lo cual también paga precios por encima de la media europea.

Las compras de frutas y hortalizas frescas por parte de Suiza sumaron US\$ 1 911 millones en 2014, US\$ 322 millones más que hace cinco años. Los principales productos importados de la categoría son los frutos secos, tomates, uvas, pimientos del género cápsicum y cítricos; asimismo, la demanda de mangos frescos ha sido una de las más dinámicas al crecer a una media de 12,0% anual entre 2010 y 2014. En el caso específico de la oferta exportable peruana con un comercio potencial superior a US\$ 50 millones destacan las uvas y mandarinas frescas. Mientras que en el caso de los primeros productos, Perú ha logrado posicionarse como noveno suplidor del mercado suizo en 2014; las exportaciones de los segundos se encuentran exentas de arancel a diferencia de otros competidores mundiales como Argentina, Uruguay y proveedores del Sudeste Asiático, cuyos envíos son gravados con una tasa de 1,4%. En tanto, también existe potencial para frutas congeladas varias (paltas, mangos y frutas de la pasión), cuyas importaciones suizas se encuentran altamente diversificadas al registrar compras por más de US\$ 1 millón desde once mercados; asimismo, los berries y arándanos han mostrado una demanda en expansión debido a su posicionamiento como “super alimentos” entre los consumidores del país, lo cual ha propiciado que Perú se convierta en el tercer proveedor latino de este mercado, por detrás de Chile y Argentina, y exista un comercio potencial aproximado de US\$ 28 millones.

La industria de alimentos funcionales suiza muestra un sólido posicionamiento de mercado, lo cual se ha visto traducido en el incremento de sus ventas en 4% en los últimos cinco años. Uno de los factores claves que han sostenido el crecimiento de la categoría ha sido la innovación y desarrollo de nuevos productos que se ajustan a necesidades y requerimientos específicos de los consumidores, por lo cual cada vez se amplía la base de ingredientes utilizados por los principales competidores. Además de ello, el interés por temas de sostenibilidad ha incrementado la demanda de productos ecológicos, orgánicos, fair trade y/o amigables con el medio ambiente. Ello se ve reflejado en que cultivos de la oferta exportable peruana ya se vienen utilizando y comercializando en el mercado helvético como productos terminados tal es el caso del aguaymanto y el camu – camu, así como las harinas de maca, kiwicha y cañihua, entre otros. Para la principal partida de exportación de productos de biocomercio, *plantas y parte de plantas*, existe un potencial de más de US\$ 21 millones y mientras se registran desaceleraciones en el crecimiento de los envíos de mercados europeos, las exportaciones de mercados emergentes se dinamizan. A su vez, la quinua ofrece oportunidades por más de US\$ 5 millones y se ha convertido en uno de los productos más dinámicos en los últimos tres años; sin embargo, aún Perú no tiene una presencia marcada en este mercado pese a que los envíos de este producto están exentos de arancel y Bolivia concentra casi la totalidad de las importaciones.

Por último, las importaciones suizas de cacao y sus derivados sumaron US\$ 644 millones en 2014 y han crecido a una media anual de 84,7% en los últimos cinco años como consecuencia de la mayor demanda interna y el incremento de los precios internacionales. La disminución de las importaciones desde Francia y Ghana, el segundo principal productor cacaotero del mundo,

en cerca de US\$ 39 millones y US\$ 34 millones entre 2010 y 2014, y el crecimiento de la industria chocolatera suiza ha propiciado el posicionamiento de nuevos competidores como Costa de Marfil, Perú e Indonesia. Pese a ello, se espera que la escasez de suministro de este producto en África Occidental, que representan el 60% de la producción mundial de cacao, estimado para 2020 fomente la búsqueda y exploración de proveedores alternativos por parte de las multinacionales suizas que son líderes a nivel global con ventas actuales por US\$ 9 mil millones. Para el cacao en grano, Perú cuenta con comercio potencial de más de US\$ 139 millones y se le carga un arancel a sus envíos de 5,2%; mientras que los mercados africanos se encuentran exentos de gravámenes de importación. Existe demanda para insumos certificados debido a que el componente social está cada vez más presente en la industria, un claro ejemplo de ello es la empresa líder de mercado Migros Genossenschaftsbund eG, la cual ha utiliza cacao con certificado “Utz”¹¹ en la producción de chocolates de su marca Frey. En tanto, derivados como la manteca, polvo y licores de cacao también muestran buenas perspectivas para mercados emergentes, lo cual se ve reflejado en la presencia de Indonesia y Malasia entre sus principales proveedores.

Productos del sector Textil - Confecciones con potencial de exportación a Suiza (US\$ Miles)

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa		Comercio Potencial
		País	FOB	
610910	Camisetas, de punto, de algodón para mujeres y niñas	Bangladesh	35 383	191 671
		Turquía	30 968	
		China	22 423	
611020	Suéteres, jerséis, cardiganes, chalecos y similares, de punto, de algodón	China	99 763	68 704
		Bangladesh	61 389	
		India	34 825	
610510	Camisas, de punto, de algodón para hombres y niños	China	12 801	64 211
		Bangladesh	9 761	
		India	7 102	
611120	Prendas y complementos de vestir, de punto, de algodón para bebés	China	18 518	31 152
		India	9 268	
		Bangladesh	5 637	
610831	Camisones y pijamas de algodón para mujeres y niñas	India	10 813	12 080
		China	10 201	
		Hungría	4 693	
611011	Suéteres, jerséis, cardiganes, chalecos y similares, de punto, de lana o pelo fino	China	32 133	9 552
		Italia	26 948	
		Alemania	6 986	

¹¹ Certificado Utz avala prácticas de agricultura sostenible con mejores perspectivas para productores, sus familias y el planeta. Para mayor información: [Certificado Utz](#)

*Comercio Potencial determinado con cifras 2014

Fuentes: GTA/GTIS, SUNAT, Trademap. Elaboración PROMPERÚ

- **Oportunidades para productos del sector Textil – Confecciones**

Las importaciones suizas de textiles y confecciones¹² sumaron US\$ 5 680 millones en 2014, lo cual significó un crecimiento medio anual de 3,7% en el último quinquenio. China representa casi 30% de las compras del mercado helvético, mientras que proveedores regionales como Italia, Alemania y Turquía muestran una participación combinada de 27%. Las importaciones provenientes de mercados no europeos como Túnez (151,0% de variación media anual 2010 – 2014), Bangladesh (123,1%), China (30,7%) e India (16,2%) es explicado por las recientes preferencias por ropa económica por parte de los consumidores suiza de clase media, el grueso de la población del país, quienes son indiferentes a las tendencias de moda y son racionales en la compra. Ello ha repercutido negativamente en las compras desde países vecinos como Alemania (- 27,5% de variación media anual 2010 – 2014), Francia (- 21,7%) e Italia (- 4,9%), cuyas confecciones están dirigidas principalmente a segmentos de altos ingresos y la clase media aspiracional.

Perú ha sido uno de los suplidores que mejor ha canalizado el decrecimiento de las compras suizas de confecciones de alta gama desde mercados europeos, lo cual se evidencia en el crecimiento promedio anual de sus envíos en 10,9% a este mercado en los últimos cinco años. Ello es del todo destacable si se tiene en cuenta que gran parte de las exportaciones peruanas a Suiza están compuestas por prendas de vestir de lana de alpaca enfocadas en segmentos de ingresos elevados, similar al público objetivo de otros proveedores europeos que han registrado caídas importantes. Pese a ello, el país aún no figura entre los principales suministradores de confecciones y moda al mercado helvético, por lo cual existen oportunidades sin aprovechar en el marco del Acuerdo de Libre Comercio con EFTA para varios productos de la oferta exportable peruana.

En primer lugar, Suiza muestra potencial para prendas de vestir económicas de calidad media especialmente entre los compradores de clase media que no muestran interés por las tendencias de moda. Este tipo de consumidor es bastante característico a pesar de los altos ingresos del país. Existe particular demanda de ropa funcional, la cual no es solo usada para actividades deportivas sino también para salir durante el tiempo libre. Es en este contexto que algunos productos confeccionados de algodón muestran un comercio potencial indicativo (CPI) significativo tales como las camisetas para mujeres o niñas (US\$ 192 millones de CPI), suéteres y similares (US\$ 69 millones), prendas para bebés (US\$ 31 millones) y pijamería para mujeres (US\$ 12 millones).

¹² Se consideran productos del sector *Textil - Confecciones* de interés para el Perú aquellos que estén incluidos en los capítulos (HS02) 61 y 62

En segundo lugar, existe una demanda creciente de confecciones producidas mediante métodos respetuosos con el medio ambiente a bases de fibras naturales debido a la mayor conciencia acerca del cambio climático por parte de los consumidores suizos. La mayoría de los grandes distribuidores han lanzado líneas “naturales” que son muy populares entre los segmentos de altos ingresos y los jóvenes. Esta clase de consumidores han dejado de comprar progresivamente confecciones provenientes del Sudeste Asiático debido a la relación de estos proveedores con el trabajo infantil y la explotación laboral. Asimismo, la venta de productos con sello de comercio justo ha aumentado significativamente debido a la mayor penetración de mercado lograda por Max Havelaar, una de las mayores organizaciones del rubro. Frente a ello, existe importante potencial para productos elaborados a base de fibras de alpaca y algodón orgánico, especialmente para productos de línea deportiva para practicar ciclismo, alpinismo y esquí, así como de línea elegante dirigida para adultos mayores, quienes cuentan con los mayores ingresos del país.

Productos del sector *Metal - Mecánico* con potencial de exportación a Suiza (US\$ Miles)

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa		Comercio
		País	FOB	Potencial
847490	Partes de máquinas y aparatos para cribar, separar y triturar	Alemania	33 448	26 261
		Italia	8 431	
		Francia	3 972	
843143	Partes de máquinas y aparatos de sondeo o perforación	Alemania	9 273	10 756
		Italia	6 572	
		Suecia	2 121	
820719	Útiles de perforación o sondeo, incluidas sus partes (Brocas diamantadas, trépanos y coronas, entre otras)	Alemania	6 956	5 655
		Eslovenia	2 804	
		EE.UU.	838	
830170	Llaves presentadas aisladamente	Alemania	2 364	5 441
		España	1 190	
		Italia	697	
854460	Conductores eléctricos varios (Conductores de aluminio)	Alemania	10 950	4 685
		Italia	10 728	
		Francia	1 560	

*Comercio Potencial determinado con cifras 2014

Fuentes: GTA/GTIS, SUNAT, Trademap. Elaboración PROMPERÚ

- **Oportunidades para productos del sector Metal - Mecánico**

Suiza, junto con Alemania y Francia, es uno de los principales productores de tecnología de punta y maquinarias en el continente europeo. Sin embargo, debido a su producción intensiva de esta

clase de productos existe una demanda incremental de bienes intermedios como partes y repuestos para los procesos de ensamble y reparación de las mismas. Si bien es cierto, proveedores clave como Alemania e Italia cuentan con ventajas competitivas como cercanía geográfica, experiencia en el mercado y mejor calidad que mercados emergentes, India, Brasil y México han comenzado a incursionar con relativo éxito en Suiza. Incluso, Chile ya cuenta con presencia en las importaciones suizas de útiles y partes de máquinas de perforación o sondeo con envíos superiores a US\$ 30 mil. Para esta clase de productos, las exportaciones peruanas se encuentran exentas de aranceles y cuentan con un comercio potencial superior a los US\$ 5 millones.

En tanto, pese a la desaceleración de las importaciones suizas de bienes de línea eléctrica estas sumaron US\$ 11,6 mil millones en 2014. Los productos de interés para Perú más demandados por este mercado fueron los convertidores estáticos, engranajes y ruedas de fricción, pilas de dióxido de manganeso, partes de acumuladores eléctricos, entre otros. Todos ellos se encuentran exentos de arancel y cuentan con un comercio potencial total de US\$ 1 642 millones para Perú.

4. Anexos

Sector Agropecuario: Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$				TCP % 14/11	Var. % 14/13	Productos
	2011	2012	2013	2014			
Sobifruits S.A.C.	39	197	733	1 186	213,1	61,8	Mangos frescos
Passion Fresh S.A.C.	-	69	326	423	-	29,6	Mangos frescos
Bioils Peru S.A.C.	-	-	28	84	-	200,5	Aceites vegetales
Flores De San Ramon S.A.C.	-	-	32	63	-	100,5	Follajes mixtos frescos
P & R Exportaciones S.R.L.	14	-	48	22	-	-54,0	Orégano seco
Coop.Norandino	-	-	-	60	-	-	Cacao en grano
Union De Cer Per Backus Y Johnston S.A.A	-	-	19	46	-	140,3	Cerveza de malta
Maremi S.A.C.	-	-	11	42	-	265,1	Ajíes frescos varios Productos nostálgicos
Vegas Del Caribe S.A.C.	5	4	15	26	-	78,7	Puros de tabaco

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

Sector Metal - Mecánico : Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$				TCP % 14/11	Var. % 14/13	Productos
	2011	2012	2013	2014			
Pima Kinz S.A.C.	-	-	-	84	-	-	Impresoras textiles

Cementos Pacasmayo S.A.A.	12	-	-	36	-	-	Tubos de rayos X
Minera Chinalco Perú S.A.	-	-	-	31	-	-	Brocas no diamantadas
ABB S.A.	26	14	20	19	-	-0,7	Partes de maquinaria

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

Sector Textil - Confecciones: Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$				TCP % 14/11	Var. % 14/13	Productos
	2011	2012	2013	2014			
Royal Knit S.A.C.	11	46	64	144	132,4	125,3	Mantas de lana de alpaca Chalinas de lana de alpaca
Colca Fabrics S.A.C.	195	101	334	117	-15,7	-64,9	Chalinas de lana de alpaca Mantas de lana de alpaca
Exportaciones Ryk S.A.C	-	30	37	62	7,1	33,3	Suéteres de fibras artificiales
Aventura S.A.C.	-	-	-	174	-	-	Polos de algodón para niños
Paradigma E.I.R.L.	-	-	-	90	-	-	Prendas de algodón para bebés
Fine Line Alpaca E.I.R.L.	-	-	-	39	-	-	Calcetines de lana de alpaca
World Textile Manufacturing S.A.C.	-	-	-	38	-	-	Polos de algodón
Asociación Paz-Perú O.N.G.	-	-	-	31	-	-	Polos con capucha de algodón
Brunt Sport Wear S.R.L.	-	-	-	30	-	-	Camisas de algodón
Industrias Alpacina S.A.C.	4	6	3	23	81,9	766,7	Cardiganes de lana de alpaca

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ