



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL
ITALIA
2018

CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo.....	3
2. Información general.....	3
3. Situación económica y de coyuntura.....	4
3.1 Análisis de las principales variables macroeconómica.....	4
3.2 Evolución de los principales sectores económicos.....	5
3.3 Nivel de competitividad.....	5
4. Comercio exterior de bienes y servicios.....	6
4.1 Intercambio comercial de Italia con el mundo.....	6
4.2 Intercambio comercial de Italia con Perú.....	6
5. Acceso al mercado.....	8
5.1 Medidas Arancelarias y No arancelarias.....	8
5.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio.....	10
6. Oportunidades comerciales.....	10
6.1 Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales.....	10
6.2 Productos con potencial exportador.....	10
7. Tendencias del consumidor.....	15
8. Cultura de negocios.....	16
9. Links de interés.....	16
10. Eventos comerciales.....	17
11. Bibliografía.....	17

1. Resumen ejecutivo

Italia tiene una superficie cercana a los 301 340 km², y es el tercer mercado más grande a nivel demográfico, contando con alrededor de 61 millones de habitantes. Además, Roma es la capital administrativa, y Milán es la capital económica. De otra parte, las regiones más prósperas se encuentran al norte del país, donde existe un polo industrial de pequeñas y medianas empresas que fabrican manufacturas especializadas, que van desde autopartes hasta maquinarias.

En relación a la situación económica, Italia presenta un crecimiento promedio mayor al 1% en los últimos 3 años, esto gracias a un crecimiento en gasto público y en las exportaciones del país.

Debido a la existencia de un TLC con la Unión Europea, Perú posee acceso preferencial para 99,3% de los productos agrícolas y para la totalidad de bienes industriales. En este contexto se han identificado oportunidades comerciales para cacao y sus derivados, mangos, textiles de algodón y de pelo fino, conservas de caballa y anchoas, papa congelada, manufacturas de plásticos, entre otros, los cuales pueden ingresar libres de arancel.

2. Información general



Italia, oficialmente República Italiana, es un país europeo ubicado al sur del continente y posee territorios en el norte de África. Por el norte se encuentra bordeado por los Alpes, donde limita con Francia, Suiza, Austria y Eslovenia. Los estados autónomos de San Marino y Ciudad del Vaticano son enclaves de su territorio.

Italia se divide en cinco áreas geopolíticas, las cuales se dividen en veinte regiones administrativas (cinco de estas son autónomas). Las áreas que componen al territorio italiano son: Noroccidental (Liguria, Lombardia, Piemonte y Valle de Aosta), Nororiental (Emilia-Romaña, Venecia, Julia, Trento- Alto Adigio y Véneto), Central (Abruzos, Lacio, Marcas, Toscana y Umbría), Meridional (Apulia, Basilicata, Calabria, Campania y Molise) e Insular (Cerdeña y Sicilia).

La etnia italiana es predominante con un 96% de participación. No obstante, también existen grupos minoritarios, siendo el mayor de estos el de habla germánica de la provincia autónoma

de Bolzano, seguidos por los francoprovenzales y eslovenos en las regiones norteñas del Valle de Aosta y Trieste, respectivamente. En tanto, el italiano es la lengua oficial pero en regiones fronterizas se suelen utilizar otras lenguas como alemán, francés y esloveno.

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

De acuerdo al portal de Euromonitor (2018)¹, se menciona que la economía italiana, verá otro año de crecimiento por encima del 1%. Un aumento en la inversión fija, así como fuertes ganancias en las exportaciones apoyan a la recuperación.

Cuadro N °01

Indicadores económicos	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Crecimiento del PBI (%)	-1.7	0.1	1.0	0.9	1.5	1.5
PBI per cápita (US\$)	35,220	35,457	30,163	30,662	31,984	35,914
Tasa de inflación (%)	0.6	0.0	0.1	0.5	0.7	1.6
Tasa de desempleo (%)	12.1	12.6	11.9	11.7	11.3	10.9

Fuente: FMI. Elaboración: Inteligencia de Mercados-PROMPERÚ

*Estimado²

La economía de Italia ha tenido grandes dificultades en los últimos años. Las debilidades en la demanda interna fueron un lastre significativo debido a las condiciones de crédito ajustadas y un proceso continuo de consolidación fiscal. En 2015 y 2016, el PIB real aumentó modestamente pero el ritmo de crecimiento bajó en 2017.

Los incentivos fiscales y las bajas tasas de interés respaldaron la inversión en equipos, pero el consumo público y privado se mantuvo lento.

En la actualidad, el ingreso disponible real per cápita de Italia sigue estando por debajo del nivel que tenía antes de la crisis financiera mundial.

El porcentaje de la fuerza de trabajo está aumentando lentamente. El desempleo fue del 11,2% en 2017. Bajará al 10,9% en 2018, pero aún casi un tercio de los jóvenes todavía no tienen trabajo.

La moneda oficial de Italia es el Euro (EUR). Las equivalencias monetarias en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN), se muestran a continuación:

1,00 USD = 0.860654 EUR
 US Dollar ↔ Euro
 1,00 PEN = 0.262832 EUR
 Peruvian Sol ↔ Euro

¹ Euromonitor: Country Profile Italy (2018)

² IFM (2018) en: <https://bit.ly/2FB85E0>

Fuente: XE.com Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPeru. Fecha 21/06/2018

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

El sector agrícola emplea al 4,1% de la población activa, pero está bien diversificado, produciendo frutas y verduras blandas, así como trigo, aceitunas y productos cítricos para la exportación. Las áreas más fértiles están en el norte. En el sur, la agricultura es principalmente para fines de subsistencia. Más del 70% de las granjas del país son pequeñas e ineficientes.

La industria manufacturera representa el 17,4% del PIB y emplea el 19% de la fuerza de trabajo. Más del 90% del sector industrial está compuesto por pequeñas y medianas empresas que se encuentran principalmente en el noreste y en el centro del país. Estas pequeñas empresas enfrentan grandes dificultades para obtener crédito. El valor agregado manufacturero (en términos reales) aumentó un 2,8% en 2017.

El sector de servicios representa el 72.2% del PIB. La industria turística de Italia es importante, aunque ha perdido terreno frente a otros destinos. El valor real de los ingresos turísticos aumentó en un 3,5% en 2017 y se espera un crecimiento del 2,9% en 2018³.

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Italia y otros países similares⁴.

Cuadro N° 02
Facilidad para hacer negocios 2018

Criterios	Italia	Perú	España	Francia	Alemania
Facilidad de hacer negocios	46	58	28	31	20
Apertura de un negocio	66	114	86	25	113
Manejo permiso de construcción	96	61	123	18	24
Acceso a electricidad	28	63	42	26	5
Registro de propiedades	23	44	53	100	77
Obtención de crédito	105	20	68	90	42
Protección de los inversores	62	51	24	33	62
Pago de impuestos	112	121	34	54	41
Comercio transfronterizo	1	92	1	1	39
Cumplimiento de contratos	108	63	26	15	22
Insolvencia	24	84	19	28	4

Fuente: Doing Business 2018. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

³ Euromonitor: Country Profile Italy (2018)

⁴ Doing Business (2018) en: <http://espanol.doingbusiness.org/rankings>

4. Comercio exterior de bienes

4.1. Intercambio comercial de Italia con el mundo

Cuadro N° 03
Millones de US\$

Comercio Exterior	2013	2014	2015	2016	2017	TCP	Var%
						2017/2013	2017/2016
Exportaciones	518 095	529 529	456 989	461 529	503 054	-0,7%	9,0%
Importaciones	479 336	474 083	410 933	404 578	451 416	-1,5%	11,6%
Balanza Comercial	38 759	55 446	46 055	56 951	51 638	-	-
Intercambio Comercial	997 431	1 003 611	867 922	866 107	954 469	-1,1%	10,2%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

En relación al comercio exterior de Italia, se puede mencionar que las exportaciones (en dólares) aumentaron 9.0% en 2017 y se espera un crecimiento de 9,9% en 2018. Los costos laborales están aumentando en relación con los socios comerciales, empujados por un lento crecimiento de la productividad. La participación de las exportaciones representó el 26,1% del PIB en 2017.

Aproximadamente el 56% de las exportaciones de Italia fueron a los países de la Unión Europea en 2017. Alemania y Francia son los socios comerciales más importantes de Italia. La base de exportación de Italia está dominada por la maquinaria y el equipo eléctrico, que constituyeron el 25,8% de las exportaciones totales en 2017. El superávit de la cuenta corriente fue de 1.1% del PIB en 2017 y se reducirá a 0.5% en 2018.

4.2. Intercambio comercial de Italia con Perú

Las exportaciones de Perú al mercado italiano totalizaron un valor de US\$ 564 millones en el 2017, lo cual significó un crecimiento de 4,5%. El sector tradicional lidera con el 68% de participación del total de envíos a este mercado.

Un dato clave que se debe señalar es que en el año 2017, el mercado de Italia se ubicó en el puesto N° 19 como destino de las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año se exportaron 739 productos (HS10), y cuyo principal envío fue el de cátodos y secciones de cátodos de cobre.

El sector tradicional totalizó un valor de US\$ 381 millones, mientras que el sector no tradicional, fue de US\$ 183 millones. Asimismo, dentro del sector no tradicional, el sector agro, pesquero, textil y siderometalúrgico totalizó un monto exportado de US\$ 164 millones. Cabe resaltar que en el 2017, el sector de mayor crecimiento fue el no tradicional con 21,4%.

Cuadro N° 05

Exportaciones por sectores económicos Millones de US\$)		
SECTOR	2016	2017

TRADICIONAL	316	381	20,6%
Minería	278	350	26,1%
Agrícola	28	30	7,3%
Petróleo	10	1	-97,3%
NO TRADICIONAL	150	183	21,4%
Agropecuario	47	54	14,0%
Pesquero	43	43	1,9%
Textil	34	34	-1,2%
Sidero-metalúrgico	14	34	136,9%
Químico	7	12	71,3%
Metal Mecánico	3	3	22,2%
Minería no metálica	1	1	3,2%
Varios (inc. joyería)	1	1	31,8%
Otros	0	1	14,6%
TOTAL GENERAL	466	564	20,9%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

En el año 2017, se exportaron 719 productos (HS10) al mercado de Italia. Entre los principales productos no tradicionales enviados de Perú hacia Italia son los siguientes: cacao en grano, entero o partido, crudo (US\$ 17 millones/+16,4%), pelo fino cardado o peinado de alpaca (US\$ 17 millones/+40,0%), las demás manufacturas de cinc (US\$ 12 millones/+43,8%), plata en bruto aleada (US\$ 11 millones/+31 482,5%) y pota cruda congelada (US\$ +10 millones).

Cuadro N° 06

Italia: Principales productos no tradicionales (Millones de US\$)									
Partida	Descripción	2013	2014	2015	2016	2017	TCP 2013- 2017	Var.% 17/16	Part. 2017
1801001900	Cacao en grano, entero o partido, crudo	12	16	17	15	17	10,3%	16,4%	10%
5105391000	Pelo fino cardado o peinado de alpaca	14	26	22	12	17	5,6%	40,0%	9%
7907009000	Las demás manufacturas de cinc	6	8	8	8	12	17,1%	43,8%	6%
7106912000	Plata en bruto aleada	21	1	9	1	11	-14,4%	31 482,5%	6%
0307430000	Pota cruda congelada	-	-	-	-	10	-	-	5%
1008509000	Quinua	2	7	7	8	8	49,7%	0,9%	4%
1604141000	Atunes entero o en trozos	1	1	2		7	60,3%	-	4%
1604160000	Preparaciones y conservas de anchoas	2	6	9	7	7	38,2%	-4,2%	4%
7905000012	Laminados planos de cinc de espesor superior	2	2	2	2	5	27,0%	163,4%	3%
7408210000	Alambre de cobre de aleaciones de cobre	5	5	4	3	5	-0,2%	44,7%	3%
	Resto	111	128	104	95	84	-6,9%	-11,5%	46%
TOTAL GENERAL		176	200	184	151	183	0,9%	21,4%	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Cabe destacar que los 10 principales productos no tradicionales representan el 54% del total de envíos durante el periodo 2017.

5. Acceso a mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias

Como miembro de la UE, Italia aplica las mismas tasas de aranceles aduaneros sobre los productos importados. Para mayor información sobre aranceles de importación para productos específicos provenientes de Perú, se sugiere visitar el sitio web de EXPORT HELPDESK – Mi Exportación: http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

De otra parte, cabe mencionar que existen contingentes arancelarios, que pueden ser de dos tipos. Los primeros son los contingentes arancelarios preferenciales, que se acuerdan a través de convenios comerciales y acuerdos preferenciales entre la UE y determinados países. Esto significa que un volumen predeterminado de mercancías procedentes de un país específico puede importarse en la UE con un arancel más favorable. En segundo lugar están los contingentes arancelarios autónomos, que pueden abrirse para algunos sectores económicos con el fin de Inteligencia de Mercados 6 estimular la competencia dentro de la UE. Estos suelen concederse a materias primas, productos semielaborados o elementos cuya cantidad dentro de la UE es insuficiente.

A continuación se muestra un cuadro de preferencias arancelarias de los principales productos no tradicionales exportados al mercado de Italia.

Cuadro N° 07

Italia: Preferencias arancelarias para Perú para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo	6	Costa de Marfil (50%) Ghana (17%) Ecuador (5%)	0%	0%
2	510539	Pelo fino cardado o peinado de alpaca	1	Sudáfrica (34%) Reino Unido (11%) Alemania (5%)	2%	0%

3	790700	Las demás manufacturas de cinc	11	China (44%) Alemania (16%) Túnez (7%)	5%	0%
4	710691	Plata en bruto aleada	5	Alemania (41%) Estados Unidos (27%) Suiza (8%)	0%	0%
5	030743	Pota cruda congelada	12	España (18%) India (16%) Tailandia (16%)	6%	0%
6	100850	Quinoa	1	Bolivia (12%) Holanda (9%) España (6%)	45,44 \$/Ton	0%
7	160414	Atunes entero o en trozos	18	España (32%) Ecuador (15%) Mauricio (8%)	24%	0%
8	160416	Preparaciones y conservas de anchoas	4	Albania (33%) Marruecos (33%) Túnez (15%)	25%	0%
9	790500	Laminados planos de cinc de espesor superior	3	Francia (31%) España (26%) Holanda (12%)	5%	0%
10	740821	Alambre de cobre de aleaciones de cobre	5	Alemania (31%) España (25%) Turquía (16%)	4,80%	0%

Fuente: SUNAT/ TRADEMAP/ Market Access Map Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERÚ

Medidas no arancelarias

De acuerdo al Portal Santander (2018), se menciona que: "Italia, como miembro de la Unión Europea, aplica una normativa basada y que ha sido validada bajo la UE. Pese a que este bloque cuenta con una política de comercio exterior bastante liberal, hay que tener en cuenta que existen ciertas restricciones - especialmente en lo que se refiere a los productos agrícolas - con la implementación de la PAC (Política Agrícola Común): la aplicación de compensaciones al exportar e importar productos agrícolas para favorecer el desarrollo de la agricultura dentro de la UE implica un cierto número de sistemas para controlar y regular los productos que entran en el territorio de la UE"⁵.

Además, los Organismos Genéticamente Modificados deben - por cuestiones sanitarias - venir señaladas como tales en el empaque. También se prohíbe importar reses alimentadas con hormonas. La crisis de las vacas locas ha obligado a las autoridades europeas a reforzar las medidas fitosanitarias para garantizar la calidad de la carne que entra a la UE. La precaución

⁵ Portal Santander (2018)

está en auge: ante la duda, se prohíbe la importación hasta que se demuestre la pureza de los productos.

Asimismo, los productos que se comercialicen en Italia al igual que en el resto de la Unión Europea deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a garantizar la protección de los consumidores. Dichos requisitos pretenden asegurar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales, informaciones específicas, etc.).

5.2. Otros impuestos aplicados al comercio.

Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)⁶:

- Tasa estándar= 22%
- Tasa reducida del 10%: productos alimenticios, ganado, productos farmacéuticos, obras de arte y colección, energía de uso privado, productos fitosanitarios.
- La tasa más baja del 4%: ciertos productos farmacéuticos y auxiliares médicos, alimentos básicos, productos agrícolas básicos, libros, publicaciones y periódicos.

6. Oportunidades comerciales

6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales⁷

Italia es parte de los países miembros de la Unión Europea. Este otorga preferencias obtenidas en el SGP de la Unión Europea, el que constituye un esquema de preferencias arancelarias concedidas unilateralmente a los productos originarios de los países que más lo necesitan.

Dependiendo del régimen al cual tiene derecho el país beneficiario, éste puede gozar ya sea de un acceso libre o de una reducción de derechos de aduana para prácticamente el total de sus exportaciones. En la actualidad, Italia como miembro de la UE tiene un TLC de Perú el cual entró en vigencia el 1 de marzo de 2013. Es un acuerdo integral que involucra aspectos laborales para evitar la explotación del ambiente.

El tratado consolida también el ingreso libre para productos de exportación como textiles, espárragos, paprika y platas, entre otros. Italia es miembro de la mayoría de organizaciones internacionales en materia económica y de comercio internacional. A continuación se muestran algunas: Naciones Unidas (CEPE, UNCTAD, UNESCO, ONUDI, FAO, OMPI, OMS, OIL), BID, BM, FMI, OCDE, OMC, UE, CERN.

Para mayor información visitar: <https://bit.ly/RwWOvu>

6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al país de Italia. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones suecas (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De

⁶ Trade Helpdesk EU (2018)

⁷ Acuerdos comerciales, WTO (2018)

este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto “estrella”; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como “prometedor”. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como “consolidado”, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como “estancado”

Sector agropecuario

Sector agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
080222	Avellanas frescas o secas	Estrella	324	0%	Turquía (61%) Chile (22%) Azerbaiyán (7%)
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	Estrella	298	0%	Costa de Marfil (50%) Ghana (17%) Ecuador (5%)
080212	Almendras frescas o secas, sin cáscara	Estrella	248	0%	Estados Unidos (61%) España (27%) Australia (4%)
080231	Nueces frescas o secas, con cáscara	Estrella	173	0%	Estados Unidos (47%) Francia (27%) Chile (17%)
071080	Hortalizas	Estrella	171	0%	China (18%) Bélgica (18%) España (14%)
080232	Nueces frescas o secas, sin cáscara	Prometedor	69	0%	Chile (31%) Estados Unidos (25%) Alemania (10%)
070959	Setas y demás hongos, comestibles, frescas o refrigeradas	Prometedor	69	0%	Rumania (46%) Bulgaria (18%) España (9%)
080252	Pistachos frescos o secos, sin cáscara	Prometedor	68	0%	Turquía (26%) Estados Unidos (23%) Irán (21%)
080132	Nueces de marañón frescas o secas, sin cáscara	Prometedor	64	0%	Vietnam (60%) Holanda (8%) India (8%)
081090	Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis,	Prometedor	59	0%	España (52%) Francia (14%)

sapótillos, maracuyá, carambola, pitahaya	Holanda (10%)
--	---------------

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Italia es una de las potencias agrícolas más importantes de la Unión Europea, siendo el mayor productor europeo de arroz, frutas, hortalizas y vino. El sector agrícola aporta 2,1% del PIB italiano y depende de la importación de materias primas usadas en la producción agrícola por los limitados recursos naturales con que cuenta el país. Estas importaciones son responsables de más del 80% de la energía del país. El sector primario emplea a 5% de la fuerza laboral.

Sector pesquero

Sector pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030214	Salmón fresco o refrigerado	Estrella	308	0%	Suecia (72%) Dinamarca(21%) Reino Unido (3%)
030541	Ahumados de salmón del Pacífico	Estrella	267	0%	Polonia (32%) Lituania (21%) Dinamarca (20%)
030289	Pescado fresco o refrigerado, nep	Estrella	194	0%	España (27%) Francia (12%) Suecia (11%)
030284	Lubina fresca o refrigerada	Estrella	174	0%	Grecia (59%) Turquía (17%) Croacia (11%)
030489	Filetes de pescado congelados, nep	Estrella	88	0%	Holanda (34%) Turquía (26%) China (9%)
030481	Filetes de salmónes del Pacífico	Prometedor	67	0%	Chile (20%) Alemania (18%) Polonia (12%)
030389	Pescado congelado, nep	Prometedor	64	0%	Sudáfrica (20%) Namibia (19%) España (8%)
030487	Filetes congelados de atún	Prometedor	45	0%	Corea del Sur (41%) España (38%) Bélgica (4%)
030444	Filetes frescos o	Prometedor	44	0%	Dinamarca (51%)

	refrigerados de pescados				España (19%) Holanda (16%)
030539	Filetes de pescado, secos, salados o en salmuera	Prometedor	43	0%	Suecia (24%) Albania (16%) Dinamarca (11%)

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

El sector pesquero italiano representó el 3% del sector agroalimentario en 2016 (con una producción de 1.306 millones de euros); el país transalpino se posicionó como el 4º país de la UE con más capturas de pescados en valor, sólo por detrás de España, Francia y Reino Unido.

Sector textil y confecciones

Sector textil y confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos	Estrella	826	0%	España (92%) China (2%) Alemania (2%)
611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras	Estrella	728	0%	China (29%) Bangladesh (21%) Francia (6%)
620193	Anoraks, cazadoras y artículos simil., de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	534	0%	China (56%) Rumania (8%) Vietnam (6%)
610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil	Estrella	458	0%	Francia (19%) China (12%) España (11%)
610462	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón, para mujeres	Estrella	311	0%	Francia (34%) Bangladesh (26%) Bélgica (6%)
620343	Pantalones, overoles y pantalones cortos para hombres / niños - Tejidos - Fibras sintéticas	Prometedor	130	0%	China (28%) Bélgica (9%) Albania (8%)
620463	Pantalones, overoles y	Prometedor	127	0%	China (22%)

	pantalones cortos para mujeres / niñas - Tejidos - Fibras sintéticas				Francia (14%) Rumania (9%)
610463	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de fibras sintéticas	Prometedor	124	0%	Francia (17%) China (14%) Holanda (10%)
620311	Trajes "ambos o ternos" de lana o pelo fino, para hombres o niños	Prometedor	114	0%	Suiza (20%) Bulgaria (15%) Rumania (11%)
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de lana o pelo fino, para mujeres	Prometedor	109	0%	China (28%) Francia (16%) Rumania (13%)

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Luego del inicio de la crisis europea, los consumidores italianos se han acercado con mayor frecuencia a adquirir sus prendas de vestir en los llamados outlets o tiendas de descuento, además de buscar promociones y/o descuentos.

De otra parte, se sabe que los italianos tienen una alta predisposición a adquirir productos fabricados de manera "ética" (amigables con el medio ambiente, fibras orgánicas, comercio justo, y similares).

Finalmente, se ve una mayor tendencia a comprar vía internet, y es que los italianos han descubierto los beneficios de realizar sus compras por esta vía.

Sector manufacturas diversas

Sector manufacturas diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
711319	Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos distintos de la plata, incl. Revestidos	Estrella	1 519	0%	España (92%) China (2%) Alemania (2%)
392690	Artículos de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 3901 a 3914, ncop	Estrella	1 415	0%	China (29%) Bangladesh (21%) Francia (6%)
711299	Desperdicios y desechos, de plata o de chapado "plaqué"	Estrella	1 189	0%	China (56%) Rumania (8%)

	de plata, así como los demás desperdicios				Vietnam (6%)
390230	Copolímeros de propileno, en formas primarias	Estrella	828	0%	Francia (19%) China (12%) España (11%)
711011	Platino, en bruto o en polvo	Estrella	710	0%	Francia (34%) Bangladesh (26%) Bélgica (6%)
382478	Mezclas que contengan perfluorocarbonos "PFCs" o hidrofluorocarbonos "HFCs" pero sin contener	Prometedor	97	0%	China (28%) Bélgica (9%) Albania (8%)
710399	Piedras preciosas o semipreciosas "naturales", trabajadas, incl. clasificadas, pero sin ensartar	Prometedor	84	0%	China (22%) Francia (14%) Rumania (9%)
392069	Placas, láminas, hojas y tiras, de poliésteres no celulares y sin esfuerzo, estratificación	Prometedor	82	0%	Francia (17%) China (14%) Holanda (10%)
700529	Vidrio flotado y vidrio desbastado o pulido por una o las dos caras, en placas o en hojas	Prometedor	80	0%	Suiza (20%) Bulgaria (15%) Rumania (11%)
741300	Cables, trenzas y artículos similares, de cobre, sin aislar para electricidad	Prometedor	78	0%	China (28%) Francia (16%) Rumania (13%)

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

La actividad industrial italiana se concentra sobre todo en el norte del país (con ciudades como Milán, Turín y Venecia). El tejido industrial italiano está formado mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas familiares; más del 90% de las empresas industriales tiene menos de 100 empleados. Italia es el primer exportador mundial de bienes de lujo.

Las principales industrias se dedican a maquinaria de precisión, vehículos a motor, productos químicos y farmacéuticos, artículos eléctricos, moda y prendas de vestir. El país ha sufrido una fuerte desindustrialización, pero sigue siendo la segunda potencia manufacturera de Europa y la séptima del mundo.

El sector industrial representa 24% del PIB y emplea a 25,6% de la población activa.

7. Tendencias del consumidor

De acuerdo al Portal Santander (2018) se menciona que entre las principales tendencias en este mercado tenemos que⁸:

- Los consumidores italianos buscan productos de calidad, pero se interesan menos por las horas de servicios, las ofertas especiales frecuentes, los programas de lealtad u ofertas de

⁸ Santander: Tendencias del consumidor Italiano

crédito. La calidad y el servicio post-venta son factores muy importantes en la decisión de compra.

- Al consumidor le gusta que la información sobre el producto aparezca de manera clara.
- Se preocupa menos por conocer si el material ha sido elaborado siguiendo criterios de respeto por el medio ambiente.
- Tiene tendencia a elegir productos "made in Italy".
- Aunque los italianos han tenido tendencia a preferir el consumo al ahorro, la fuerte inflación de los últimos años ha disminuido el poder adquisitivo y ha rebajado la confianza de los consumidores. En 2017, las señales económicas positivas generaron un aumento de la confianza a nivel del consumo y los negocios. Según ISTAT, un aumento de las tasas de inflación llevó a una caída anual del poder adquisitivo en 2017. Esto ha llevado que los consumidores sean sensibles a los precios y busquen ofertas constantemente, lo que explica el éxito de sitios web de cupones y la mayor apertura de outlets de en todo el país.

8. Cultura de negocios

En relación a la cultura de negocios que tiene los suecos se pueden destacar los siguientes puntos El Portal de Santander menciona que:

- Los buenos modales y la educación son cualidades muy apreciadas en Italia. Procure que su actitud resulte siempre amable y educada. Los italianos odian el comportamiento arrogante y condescendiente.
- El contacto físico es habitual entre los italianos. Alejarse o mantener la distancia puede interpretarse como un gesto frío y hostil. El estilo es muy importante, sobre todo para las mujeres. Los italianos no son muy estrictos para los horarios; sin embargo, no se haga esperar, podría considerarse como una falta de respeto o actitud perezosa.
- Las citas deben hacerse por escrito (en italiano), tres semanas antes y se confirmarse por teléfono o por fax (en italiano).
Puede resultar de gran utilidad que le presente alguien que ya le conoce. Los italianos prefieren hacer negocios con personas que conocen y en quien tienen confianza.

9. Links de interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Presentación Italia	https://bit.ly/2zTZZZD
Política comercial de Italia en la OMC	https://bit.ly/2uQ03E1
Ministerio de Economía y Finanzas de Italia	https://bit.ly/2o2zzg7
Ministerio de Relaciones Exteriores de Italia	https://www.esteri.it/mae/it/
Comisión Italiana de Comercio	https://www.business-sweden.se/Export/

Instituto Nacional de Comercio Exterior (ICE)	https://www.ice.it/it
Confederación Nacional Italiana de Comercio, Turismo y Servicios.	https://www.confcommercio.it/home/
Cámara de Comercio Italiana del Perú	https://www.cciperu.it/

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

10. Eventos comerciales

Cuadro Nº 13

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Eima International 2018	Agricultura	Bologna, Italia.	07.11.2018 - 11.11.2018	http://www.eima.it/
International Dairy Cattle Show	Agricultura-Pesca	Cremona, Italia.	24.10.2018-27.10.2018	http://www.fierezootecnichecr.it/en/about-the-exhibition/international-dairy-cattle-show/
theMICAM	Industria Textil	Milán, Italia.	16.09.2018-19.09.2018	https://bit.ly/2NtkBdd

Fuente: Nferias. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

11. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Acuerdos Comerciales del Perú
- Market Access Map: www.macmap.org
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe