

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Aprovechamiento de los TLC

Oportunidades para
productos de los sectores
Agropecuario y Textil –
Confecciones en Noruega



APROVECHAMIENTO DE LOS TLC POR SECTOR

OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS DE LOS SECTORES AGROPECUARIO Y TEXTIL – CONFECCIONES EN NORUEGA¹

1. Exportaciones

En 2014, las exportaciones no tradicionales de productos peruanos a Noruega totalizaron US\$ 21 millones, lo cual significa un incremento medio anual de 29,7% desde 2011, un año antes de la puesta en marcha del Acuerdo de Libre Comercio con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)². Asimismo, representaron alrededor del 21% de los envíos totales a este mercado nórdico, en el cual los commodities peruanos aún tienen mayor participación debido a la alta demanda de aceite de pescado, principalmente.

En tanto, los sectores de valor agregado que mejor desempeño han mostrado desde la puesta en marcha del TLC han sido *Textil – Confecciones* y *Agropecuario*, con una representatividad combinada de 95% sobre el total no tradicional, han experimentado crecimientos promedios anuales de 32,8% y 53,6% durante el periodo 2011 – 2014, respectivamente. Ello ha logrado contrarrestar la caída en las ventas de otros sectores importantes como el *Pesquero* (- 12% de variación promedio anual 2011 – 2014) y, sobre todo, el *Químico* (- 31%) debido a las menor demanda de boyas y flotadores para la pesca.

Exportaciones a Noruega por Sectores Analizados
(US\$ Millones)

Sector	2011	2014	Var.% Prom 14/11	Var. % 14/13
Textil - Confecciones	7	17	32,8	11,4
Agropecuario	1	4	53,6	24,9
Sectores Analizados	8	20	35,7	13,7
Total No Tradicional	10	21	29,7	13,3
TOTAL EXPORTADO	30	102	50,6	142,3

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

1.1 Productos

Agropecuario:

¹ El Acuerdo Comercial entre Perú y el Reino de Noruega entró en vigencia en julio de 2012, a diferencia del resto de estados miembros como Islandia, Suiza y Liechtestein que lo pusieron en marcha desde 2011

² EFTA (*European Free Trade Association*) está compuesta por cuatro miembros: Noruega, Islandia, Suiza y Liechtestein

Durante el periodo 2011 – 2014, los envíos del sector *Agropecuario* casi se han cuadruplicado, al pasar de US\$ 1 millón a más de US\$ 3,6 millones, lo cual ha traducido en una destacable tasa de crecimiento medio anual de 53,6%. Ello es consecuencia del posicionamiento de las uvas frescas (US\$ 2 millones en 2014 / 40,5% de variación) como principal partida de exportación desde sus primeros envíos a este mercado en 2012. A su vez, otros productos que también han mantenido un crecimiento sostenido a partir del año de entrada en vigencia del TLC han sido las mandarinas frescas (US\$ 421 mil en 2014 / 864% de variación) y las conservas de ajíes (US\$ 380 mil / 82,9%).

Asimismo destacan nuevos productos cuyos envíos han superado por primera vez los US\$ 20 mil en los últimos tres años tales como el cacao en manteca (US\$ 35 mil en 2014), en pasta (US\$ 30 mil) y en polvo (US\$ 28 mil), así como el jarabe de yacón (US\$ 40 mil) y la quinua (US\$ 27 mil)³.

Textil – Confecciones:

El sector *Textil – Confecciones* ha sido el más beneficiado desde la entrada en vigencia del Acuerdo de Libre Comercio al incrementar sus exportaciones de US\$ 7 millones , en 2011, a US\$ 17 millones ,en 2014, lo cual significó un aumento promedio anual de 32,8% .

Los principales productos⁴ del sector que han sostenido la expansión de las ventas hacia mercado noruego han sido básicamente textiles, como los hilados tanto con un contenido de lana o pelo fino superior al 85% de su peso (US\$ 6 millones en 2014/ 51,4% de variación) así como los que tengan un contenido inferior a dicho porcentaje (US\$ 4 millones / 22,4%). En contraste, las exportaciones de confecciones aún se dan en menor cuantía siendo los productos más representativos los suéteres de alpaca (US\$ 145 mil en 2014 / 24,8% de variación), las mantas de pelo fino (US\$ 101 mil / - 9,2%) y las chaquetas de punto para mujeres (US\$ 72 mil / - 17,4%).

1.2 Empresas⁵

Agropecuario: Entre 2012 y 2014 se ha podido registrar veinte (20) empresas agropecuarias que dirigieron sus envíos a Noruega, de las cuales solamente siete (07)⁶ pueden ser consideradas como nuevas al realizar sus primeras exportaciones por montos superiores a US\$ 20 mil durante este periodo. Las exportaciones de estas nuevas empresas estuvieron

³ Cifras MAPEX – Modulo de análisis de productos de exportación

⁴ Para el mejor análisis del sector *Textil – Confecciones* se ha visto por conveniente trabajar a nivel de subpartidas armonizadas (HS 06)

⁵ 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.

⁶ De las siete (07) empresas nuevas, cuatro (04) realizaron su primera exportación a Noruega en 2012, dos (02) lo hicieron en 2013 y solo una (01) en 2014.

compuestas básicamente por uvas frescas, mangos congelados y conservas de jalapeño; sin embargo, otros productos relativamente nuevos en este mercado como la quinua en grano y la goma de tara también son parte de sus ofertas.

En cuanto a continuidad⁷, de las cuatro (04) empresas nuevas en 2012, dos (02) han mantenido o incrementado sus niveles de exportación hasta 2014, estas fueron *Sociedad Agrícola Drokasa S.A.* y *Agrícola Don Ricardo S.A.C.* Asimismo, de las dos (02) empresas nuevas de 2013, solamente una (01) ha podido mantener sus niveles de exportación a 2014, esta es *Agroindustrias AIB S.A.*

Textil - Confecciones: En los tres últimos años fueron cincuenta y un (51) las exportadoras que realizaron ventas al mercado noruego; de ellas, once (11)⁸ pueden ser consideradas como nuevas al realizar sus primeras exportaciones por montos superiores a US\$ 20 mil durante este periodo. A diferencia de las empresas con mayor tiempo y experiencia en el mercado, cuyos envíos están compuestos básicamente por hilados, las nuevas empresas cuentan principalmente con una oferta de confecciones tales como prendas de vestir de pelo de alpaca como sacos, suéteres, chompas, chalinas, mantas y cojines, así como ropa de algodón para bebés.

En cuanto a continuidad⁹, de las once (11) empresas nuevas en 2012, solamente una (01) ha mantenido o incrementado sus niveles de exportación hasta 2014, *Askha Llimpi S.A.C.* En tanto, ninguna de las empresas nuevas de 2013 ha podido mantener sus niveles de exportación por encima de US\$ 20 000 en 2014.

Nuevas Empresas que exportaron a Noruega a partir del TLC

Sector	Año	Empresas Nuevas ¹⁰	FOB (US\$ Miles)	Part. % sobre FOB - Sector
Agropecuario	2012	4	1205	57%
	2013	2	249	9%
	2014	1	67	2%
	Total	7	-	-
Textil - Confecciones	2012	4	80	1%
	2013	5	109	1%
	2014	2	76	1%
	Total	11	-	-

⁷ Se considera a una empresa continua a aquella que pudo mantener sus envíos por encima de US\$ 20 mil a partir de su primera exportación

⁸ De las siete (11) empresas nuevas, cuatro (04) realizaron su primera exportación a Noruega en 2012, cinco (05) lo hicieron en 2013 y solo dos (02) en 2014.

⁹ Se considera a una empresa continua a aquella que pudo mantener sus envíos por encima de US\$ 20 mil a partir de su primera exportación

¹⁰ Empresas nuevas con respecto al año anterior

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

2. Productos con oportunidades comerciales en Noruega

Todos los productos citados en el cuadro anterior, cuentan con preferencias arancelarias de 0% a 2015 para Perú, ya sea por los beneficios otorgados por medio del Acuerdo Comercial con EFTA o por la reducción unilateral por parte de Noruega de sus aranceles NMF para productos específicos.

Se han identificado los siguientes productos con comercio potencial¹¹:

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

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa		Comercio
		País	FOB	Potencial
080300	Bananas o plátanos frescos	Ecuador	41 287	2 342
		Costa Rica	35 534	
		Colombia	7 396	
210390	Preparaciones para salsas o salsas preparadas	Suecia	16 188	28 046
		Alemania	7 762	
		Países Bajos	5 848	
081190	Pulpa de frutas varias (incluidas exóticas) congeladas	Suecia	9 177	27 181
		Polonia	6 073	
		Rusia	1 008	
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Países Bajos	13 935	22 648
		Francia	3 450	
		Suiza	158	
081040	Arándanos o murtones, frescos	Marruecos	16 332	18 227
		Polonia	8 999	
		Chile	6836	
081090	Frutas varias (incluidas exóticas) , frescos	Suecia	1 931	9 943
		España	1 891	
		Colombia	911	
200570	Aceitunas preparadas o conservadas	Grecia	2 876	9 378
		España	2 663	
		Italia	1332	
200551	Alubias (frijoles) preparados o en conserva, excepto en	Italia	2 456	4 716

¹¹ 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

	vinagre	Reino Unido	567	
		China	468	
080290	Frutos de cáscara (pecanas y similares) , frescos o secos	China	2 953	4 372
		EEUU	1 038	
		Dinamarca	138	
121190	Plantas medicinales y ornamentales	Israel	802	4 142
		Suecia	641	
		Tailandia	340	

*Comercio Potencial determinado con cifras 2013

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

- **Oportunidades para productos agropecuarios**

Si bien es cierto, Noruega tiene el menor consumo per cápita de vegetales frescos (39,5 KG. / Per cápita) en relación a otros mercados de Europa Occidental; las preferencias por las frutas han hecho que el país tenga uno de los mayores índices de consumo por habitante a nivel regional, el cual superará los 80 KG. / Per cápita en 2014, por encima de la media europea (69,8 KG. / Per cápita) y solamente por debajo de mercados mediterráneos con larga tradición de ingesta de estos productos como España y Grecia. El crecimiento del consumo de esta clase de alimentos tiene que ver con la cada vez mayor variedad de frutas en los principales canales de venta y la mayor conciencia hacia el cuidado de la salud, lo cual también se ve expresado en un dinámico consumo de orgánicos (décimo segundo mayor gasto per cápita en la categoría a nivel global)¹².

Perú es el primer proveedor de espárragos frescos y el segundo de paltas y mangos al mercado noruego, así también otros productos como las uvas, arándanos y cítricos vienen incrementando sus envíos de manera importante. Pese a ello, otros cultivos de la oferta exportable nacional como las bananas, los berries y las frutas exóticas, pese a estar exentos de arancel, aún no tienen una presencia relevante en este mercado. En el caso de las bananas, producto no negociado en el marco del acuerdo debido a que ya contaba con un NMF¹³ de 0%, cuentan con notable popularidad en este mercado, registran niveles de consumo de 14,5 KG. /per cápita¹⁴ siendo las variedades orgánicas y fair trade las más preferidas al ser relacionadas con mayor calidad y conciencia de bienestar. Ecuador y Costa Rica concentran alrededor del 84% de las importaciones noruegas de este producto; sin embargo, ante las crecientes importaciones en los últimos años, 5% en promedio anual entre 2009 – 2013, Perú podría tener importantes opciones de ingresar con mayor fuerza en este mercado debido a la calidad y certificación de sus cultivos.

¹² Cfr. Euromonitor International: Health & Wellness in Norway

¹³ NMF: Arancel de Nación Más Favorecida

¹⁴ Cfr. USDA

En cuanto a las frutas exóticas, especialmente aquellas provenientes de zonas tropicales, han mostrado gran acogida en los últimos años, tanto en consumo directo como a nivel industrial. Las principales empresas alimentarias de consumo masivo del país han comenzado a introducir estos productos como ingredientes en sus preparaciones por lo cual se puede encontrar por ejemplo jugos de maracuyá, snacks de aguaymanto deshidratado y chocolates con granada. Además, se espera que para los próximos años el consumo de estos alimentos a nivel interno se dinamice notablemente debido a la modificación de la legislación noruega respectiva a los Novel Foods, la cual es más rígida en comparación con la reglamentación europea por lo cual muchos productos que actualmente se comercializan en la UE aún no lo pueden hacer en este mercado¹⁵. Gracias al tratado comercial, Perú cuenta con arancel de 0% tanto para frutas exóticas frescas como para congeladas y, en el caso de esta última presentación, se encuentra dentro del TOP 10 de proveedores, siendo el único no europeo de la lista.

Finalmente, en lo respectivo a productos procesados, se puede notar también una importante cuota de innovación por parte de los principales actores del mercado en la búsqueda de preparaciones más saludables y empaques más amigables con el medio ambiente. Ello se ve reflejado en el incremento de 4% de las ventas de conservas vegetales en 2013, las cuales han sido resultado de la combinación del mayor uso de ingredientes orgánicos y envases eco – friendly de vidrio y/o plástico, ya que el metal es muy mal visto por los consumidores noruegos. Asimismo, el mercado gourmet representado en el canal HORECA es uno de los más dinámicos especialmente entre consumidores maduros y jubilados, el segmento etéreo más grande y de mayor poder adquisitivo del país. En cuanto a productos peruanos, se puede encontrar oportunidades principalmente para las conservas de hortalizas (espárragos) y alubias, en el caso de estas últimas por ejemplo China se ha posicionado como el tercer proveedor pese a tener un arancel de ingreso de 17% frente al 0% de Perú. A nivel de productos gourmet, básicamente el mercado noruego tiene preferencias por productos mediterráneos tales como las aceitunas en conserva y las salsas preparadas, sin embargo la oferta peruana podría tener buena recepción en algunos nichos específicos que busquen productos étnicos o exóticos.

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

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa		Comercio
		País	FOB	Potencial
610910	Camisetas de punto de algodón, para mujeres y niñas	Bangladesh	36 885	126 501
		China	32 078	
		Turquía	24 178	
611120	Prendas y complementos de vestir de punto de algodón para bebés	China	12 239	25 366
		Bangladesh	5 163	

¹⁵ Para mayor información: Norwegian Food Safety Authority – NFSA (<http://www.mattilsynet.no/>)

		India	1 896	
610610	Camisas, blusas, blusas camiseras y polos de algodón para mujeres	China	7 096	12 347
		Bangladesh	3 134	
		India	1 497	
611011	Suéteres, jerséis, pull - overs, cardiganes y similares de lana o pelo fino	China	34 214	9 050
		Italia	4 167	
		Lituania	3 961	
630120	Mantas de lana o pelo fino	Alemania	2 025	6 646
		Lituania	1 935	
		Turquía	1 028	
611595	Calzas, panty - medias, leotardos, calcetines y artículos de calcetería de punto	China	10 209	6 534
		Turquía	9 446	
		Corea del Sur	1 889	
611710	Chales, pañuelos para el cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas y artículos similares	China	7 988	4 352
		Italia	858	
		India	589	
611019	Suéteres, jerséis, pull - overs, cardiganes y similares, de punto, de lana o pelo fino	China	2 099	4 306
		Italia	438	
		Sri Lanka	329	
621420	Chales, pañuelos para el cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas y artículos similares de lana o pelo fino	Italia	3 973	2 342
		India	2 134	
		China	1 446	
570110	Alfombras de nudo, de lana o pelo fino	Irán	3 026	1 113
		India	870	
		Suecia	545	

*Comercio Potencial determinado con cifras 2013

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

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

El mercado noruego de industria de la vestimenta ha mostrado solidez importante en los últimos años en relación a sus pares de la Eurozona debido al menor impacto de la crisis internacional. De acuerdo a Euromonitor, las ventas de esta clase de productos han mostrado un crecimiento superior a 13% en los últimos cinco años, impulsado principalmente por los mayores niveles de ingresos, el creciente interés por productos de alta gama, la mayor adopción del comercio electrónico y la notable expansión de minoristas en ciudades secundarias.

Asimismo, los consumidores noruegos han comenzado a apostar por marcas innovadoras que generen valor mediante el diseño y materiales de alta calidad. La búsqueda de prendas únicas

también es una tendencia fuerte en este mercado, la oferta de estos productos están canalizadas por pequeños competidores independientes los cuales se enfocan en los segmentos con mayores ingresos.

La oferta peruana del sector textil – confecciones en Noruega se encuentra exenta de aranceles en el marco del tratado de libre comercio, a diferencia de los principales proveedores del Sudeste Asiático, como China e India, que para algunos productos – camisetas de algodón, suéteres y mantas de pelo fino – cuentan con tasas arancelarias que superan el 10%. Sin embargo, las exportaciones peruanas están compuestas básicamente por fibras y tejidos de alpaca y, en menor medida, por confecciones terminadas. Frente a ello, las prendas de fibras de camélidos andinos con marca propia podrían tener una notable oportunidad al calzar con la demanda noruega de productos de calidad y de diseño único, y al ser más sostenibles que las confecciones de casimir¹⁶. Algunos productos elaborados a base de pelo fino, con arancel de 0%, que se han podido identificar con comercio potencial superior a US\$ 1 millón son los suéteres para damas, mantas, alfombras de nudo, bufandas y artículos similares, así como ropa de montaña y para esquí.

En cuanto a la oferta peruana de prendas de algodón, productos que aún no tienen una presencia relevante en este mercado nórdico, se podría incursionar con confecciones de punto como blusas para damas y prendas para bebés, productos que ingresan libres de aranceles en relación a sus principales competidores como China e India (10,7% de arancel para blusas / 5,3% para prendas para bebés).

3. Anexos

Sector Agropecuario: Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$			TCP % 14/12	Var. % 14/13	Productos
	2012	2013	2014			
Sociedad Agrícola Drokasa S.A.	927	1 134	1 281	17.5	13.0	Uvas frescas
Agrícola Don Ricardo S.A.C.	174	372	625	89.7	68.3	Uvas frescas
Agroindustrias AIB S.A.	-	176	199	-	13.1	Jalapeño en conserva
Vínculos Agrícolas E.I.R.L.	-	-	37	-	-	Mango congelado Quinua
Danper Trujillo S.A.C.	-	73	-	-	-	Mango congelado
Sociedad Agrícola Virú S.A.	68	-	37	-	-	Mango congelado
Exandal S.A.	36	-	-	-	-	Goma de tara

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

¹⁶ En los países nórdicos el kashmir ha reducido de manera importante su posicionamiento debido a las constantes alteraciones en la composición de los productos terminados y a la reducción de pastizales debido a la sobrepoblación de cabras cachemira en Tíbet, Mongolia y China, lo cual no lo hace un producto sostenible ambientalmente.

Sector Textil - Confecciones : Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$			TCP % 14/12	Var. % 14/13	Productos
	2012	2013	2014			
Askha Llimpi S.A.C.	24	122	41	30.2	-66.2	Hilados de algodón orgánico
Inka Maki S.A.C.	-	-	46	-	-	Suéteres de alpaca para niños Chalinas de lana de alpaca Chompas de materias acrílicas
Arista Huerta, Elizabeth	-	6	30	-	379.2	Suéteres de alpaca para damas Accesorios para bebés de alpaca
Katu Andean Exports S.A.C.	16	30	14	-4.0	-52.2	Sacos de lana de alpaca Capuchas de lana de alpaca
MFH Knits S.A.C.	-	55	4	-	-92.3	Cardiganes de lana de alpaca
Andes Textiles Perú S.A.C.	-	24	-	-	-	Mitones de lana de alpaca
Credere S.A.C.	-	143	-	-	-	Mantas de lana de alpaca
Paradigma E.I.R.L.	-	23	-	-	-	Prendas de algodón para bebés
Royal Knit S.A.C.	21	-	55	-	-	Mantas de lana de alpaca Cojines de lana de alpaca
Silkeborg Perú S.A.C.	97	-	-	-	-	Mantas de lana de alpaca Chalinas de lana de alpaca

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ