

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Oportunidades Comerciales

México



Tabla de Contenido

- 1. Datos generales 3
- 2. Indicadores Macroeconómicos 3
- 3. Exportaciones Perú - México (FOB US\$ millones)..... 3
- 4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales 3
- 5. Oportunidades Comerciales 4
- 6. Tendencias del Consumidor 5
- 7. OCEX 6

México

1. Datos generales

Nombre oficial	Estados Unidos Mexicanos
Capital	Ciudad de México
Idioma	Español y lenguas nativas
Moneda	Peso Mexicano
Población (2016)	120 millones

Fuente: World FactBook Elaboración: Promperu

2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	2,1%	2,3%	2,8%
PBI Per cápita (US\$)	17 950	18 335	18 857
Tasa de Inflación (%)	4,0%	2,8%	3,0%

Fuente: FMI Elaboración: Promperu / Nota: *Proyectado

3. Exportaciones Perú – México (FOB US\$ millones)

Sector	2011	2012	2013	2014	2015	Var.% 15/14	TCP. % 15/11
Tradicional	234	173	252	507	281	-44,6	4,7
No Tradicional	219	244	259	229	265	15,4	4,9
Total	453	417	511	737	546	-25,9	4,8

Fuente: SUNAT / Elaboración: Promperu

4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales

- Acuerdo de Integración Perú – México (Vigente): En el marco del ACE N°08, puesto en funcionamiento desde febrero de 2012, México ofrecer acceso preferencial a más de 12 mil productos. De esta forma, productos de alto interés para el Perú, como langostinos, flores, conservas de pescado, galletas, dulces y vinos, ingresan el mercado mexicano libres de pago de arancel. Así también, algunas exportaciones peruanas del rubro textil y confecciones, cuya tasa aplicable era de 15% antes de la entrada en vigencia del acuerdo, pueden ingresar exentas de aranceles a México.

- Protocolo Adicional del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (Por entrar en vigencia): Perú y México, junto con Colombia y Chile, suscribieron el Protocolo Adicional del Acuerdo Marco en febrero de 2014 que tiene como finalidad profundizar sobre los acuerdos comerciales bilaterales entre los cuatro países miembros de la Alianza del Pacífico. Asimismo, busca generar mayores oportunidades para los operadores económicos, especialmente PYMES, e impulsar cadenas de valor regionales, con miras a que los cuatro países puedan proyectarse de manera más competitiva hacia otros mercados internacionales, especialmente a los del Asia – Pacífico.

- Acuerdo de Asociación Transpacífico – TPP (Por entrar en vigencia): Perú y México son partes firmantes del TPP, el cual permitirá un relacionamiento preferencial entre doce economías de la cuenca del Pacífico. En este contexto, productos de interés para el Perú que se encuentran excluidos en el ACE N° 08, como los espárragos, las cebollas, el cacao en polvo, así como confecciones de todo tipo, podrán tener un acceso preferencial a este importante mercado.

5. Oportunidades Comerciales ¹

Alimentos						
RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedores
1	'200290	Tomates preparados y conservados	Estrella	69	0%	EEUU - 95% Chile - 4%
2	'030617	Demás camarones y langostinos congelados	Estrella	61	0%	Honduras - 43% India - 22%
3	'160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrella	44	10%	China - 62% Indonesia - 18%
4	'160413	Sardinias en conserva, enteras o en trozos	Estrella	40	10%	Ecuador - 92% China - 2%
5	'070320	Ajos frescos o refrigerados	Estrella	34	0%	Chile - 65% Argentina - 16%
6	'071290	Legumbres y hortalizas, incluso misturas de hortalizas	Estrella	22	0% - 10%	EEUU - 81% Canadá- 5%
7	'200989	Jugos de cualquier fruta	Prometedor	7	0%	EEUU - 91% Israel - 2%
8	'030729	Conchas de abanico congeladas, secas, saladas y en salmuera	Prometedor	7	0%	China - 90% EEUU - 9%
9	'030799	Moluscos e invertebrados secos, salados o en salmuera	Prometedor	6	10%	Perú - 48% Chile - 42%
10	'200939	Jugos de agrios y cítricos, sin fermentar	Prometedor	3	0%	EEUU - 55%

¹ A través de la metodología CEPAL (Comisión Económica para América Latina) se ha podido identificar oportunidades para productos clasificados en dos grandes grupos: "Estrella" y "Prometedor". En primer lugar, los productos "Estrella" hacen referencia a aquellos que han mostrado un fuerte dinamismo en sus compras de los últimos cinco años y que cuentan con una participación destacable sobre las importaciones totales. En otras palabras, son aquellos productos que mayor potencial de éxito tienen en la actualidad en el mercado de destino. En segundo lugar, se encuentran los productos "Prometedores", cuyas importaciones crecen a tasas superiores al promedio pero que aún no tienen una participación relevante sobre las compras totales. Estos productos son los que mejores perspectivas de éxito tienen a futuro de mantenerse la tendencia y que podrían ser aprovechados por los exportadores nacionales.

Argentina -
31%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

Vestimenta y Decoración						
RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedores
1	'611030	Suéteres, chalecos, cardiganes y artículos similares de fibras sintéticas	Estrella	209	0%	China - 40% Bangladesh - 15%
2	'611020	Suéteres, chalecos, cardiganes y artículos similares de algodón	Estrella	119	0%	China - 40% Bangladesh - 17%
3	'620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	94	0%	China - 36% India - 20%
4	'610510	Camisas de algodón para hombres y niños	Estrella	77	0%	India - 22% China - 19%
5	'611120	Prendas y complementos de vestir, de punto de algodón, para bebés	Estrella	52	0%	China - 38% Tailandia - 16%
6	'610520	Camisas, de punto, para hombres o niños de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor	31	0%	Vietnam - 46% China - 13%
7	'630231	Ropa de cama de algodón	Prometedor	28	0%	India - 45% China - 18%
8	'610822	Bragas, de punto, de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor	20	0%	China - 60% Colombia - 11%
9	'621111	Trajes y pantalones de baño para hombres y niños	Prometedor	14	0%	China - 43% Vietnam - 15%
10	'610442	Vestidos de algodón para mujeres o niñas	Prometedor	14	0%	China - 31% India - 15%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

Manufacturas Diversas						
RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedores
1	'392690	Manufacturas de plástico varias	Estrella	3 889	0%	EEUU - 60% China - 14%
2	'850440	Convertidores estáticos	Estrella	2 045	0%	China - 53% EEUU - 18%
3	'870830	Partes y accesorios de vehículos automóviles: Frenos y servofrenos	Estrella	1 852	0%	EEUU - 59% China - 14%
4	'401110	Neumáticos nuevos de caucho para automóviles de turismo	Estrella	1 334	0%	EEUU - 36% China - 20%

5	'731815	Demás tornillos y pernos, incluso sus tuercas y arandelas	Estrella	1 317	5% - 7,5%	EEUU - 54% Taiwán - 13%
6	'841490	Partes de bombas y compresores de aire de ventiladores y campanas	Estrella	990	0%	EEUU - 46% China - 25%
7	'401699	Manufacturas de caucho vulcanizado sin endurecer	Estrella	719	0% - 7,5%	EEUU - 46% China - 15%
8	'848340	Engranajes y ruedas de fricción, excepto las simples ruedas dentadas	Estrella	687	0%	EEUU - 42% Japón - 18%
9	'392390	Artículos para el transporte o envasado, de plástico	Estrella	490	10%	EEUU - 85% China - 4%
10	'841370	Demás bombas centrífugas	Prometedor	263	0%	EEUU - 45% China - 22%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperù

6. Tendencias del consumidor

- ✓ EL FUTURO DEMOGRÁFICO. En 2030, la población de México alcanzará los 148 millones de habitantes, lo cual significa un crecimiento de 16,6% respecto a lo registrado en 2015. De similar modo, el grupo etéreo que mayor dinamismo mostrará será el compuesto por ancianos entre 70 y 79 años, cuya población se duplicará para 2030, y que muestra importantes oportunidades para productos saludables y suplementos vitamínicos, así como para servicios de salud y de turismo.
- ✓ OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS PESQUEROS. Aunque México cuenta con un consumo per cápita de pescados y mariscos relativamente bajo en comparación con el resto de países de Latinoamérica, aproximadamente 6 kg; se espera que las ventas de estos productos se incrementen a una media anual de 2% hasta 2019 como consecuencia directa de la mayor inversión en campañas de comunicación y concientización realizada por CONAPESCA.
- ✓ LAS FRUTAS SE VUELVEN PARTE DE LA DIETA DE LOS MEXICANOS. Las ventas de frutas frescas, en volumen, crecerán en 9,8% entre 2014 y 2019 como consecuencia de las medidas del Gobierno por combatir la obesidad, entre las que destacan el incremento de los impuestos para los alimentos procesados no saludables y las bebidas carbonatadas. Asimismo, productos como las fresas, arándanos, limones y uvas se espera que muestren un dinamismo notable.
- ✓ LA MODA SNACK. El rápido crecimiento en retailers orientados a la conveniencia y los estilos de vida más ocupados ha propiciado que los mexicanos opten por alternativas de fácil consumo, lo cual explica el éxito que vienen teniendo los snacks saludables tales como las barras energéticas, las frutas secas y el yogurt griego.
- ✓ LAS CONSERVAS SE VUELVEN POPULARES. Las conservas de frutas y hortalizas han comenzado a tener mayor popularidad entre los consumidores mexicanos debido a que combinan dos factores clave como son la conveniencia y la salud. Ello se ha visto traducido en un incremento medio anual de 6,4% de las ventas de la categoría entre 2010 y 2015. Además, se debe tener en cuenta que aunque los precios de las frutas procesadas sean ligeramente superiores a sus presentaciones frescas, los consumidores suelen preferir las primeras por su practicidad de consumo y su mayor tiempo de conservación.
- ✓ LOS MILENNIALS IMPULSAN LAS VENTAS DE MODA. Aunque 2015 fue un año difícil para la economía mexicana, los millennials han impulsado las ventas de prendas de vestir y accesorios debido a su importante nivel de ingresos disponibles y a su mayor exposición a las campañas publicitarias de las principales marcas mundiales que operan en el país.

7. OCEX – En caso que aplique

Oficina Comercial de Perú - Consejero	Soledad Campos Mendoza de Parry
Dirección	Paseo de la Reforma 342 – Colonia Juárez, México DF
E-Mail	scampos@mincetur.gob.pe