

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS

## Oportunidades Comerciales

Estados Unidos



Tabla de Contenido

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

# Estados Unidos

## 1. Datos generales

Nombre oficial	Estados Unidos de América
Capital	Washington D.C.
Idioma	Inglés
Moneda	Dólar estadounidense
Población (2016)	321 millones

Fuente: World FactBook Elaboración: Promperú

## 2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	2,4%	2,4%	2,4%
PBI Per cápita (US\$)	54 360	55 805	57 220
Tasa de Inflación (%)	1,6%	0,1%	0,8%

Fuente: FMI Elaboración: Promperú / Nota: \*Proyectado

## 3. Exportaciones Perú – Estados Unidos (FOB US\$ millones)

Sector	2011	2012	2013	2014	2015	Var.% 15/14	TCP. % 15/11
Tradicional	3 683	3 712	5 066	3 292	1 992	-39,5	-14,2
No Tradicional	2 343	2 619	2 708	2 880	3 003	4,3	6,4
Total	6 025	6 331	7 774	6 172	4 995	-19,1	-4,6

Fuente: SUNAT / Elaboración: Promperú

## 4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales

- Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos (Vigente): En virtud de este Tratado de Libre Comercio, vigente desde el 01 de febrero de 2009, Estados Unidos ofrece una desgravación total – en un plazo de 0 a 17 años – del 99,5% de sus líneas arancelarias. La oferta de desgravación de EEUU incluye el 100% de las importaciones norteamericanas de bienes industriales no textiles desde Perú, las cuales se encuentran liberadas desde la puesta en marcha del acuerdo. Además, con el TLC se logró el ingreso libre de aranceles para la totalidad de nuestras exportaciones agrícolas. Para mayor información sobre el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EEUU visitar: [APC Perú - EEUU](#)

- Acuerdo de Asociación Transpacífico – TPP (Por entrar en vigencia): Perú y Estados Unidos son partes firmantes del TPP, el cual permitirá un relacionamiento preferencial entre doce economías de la cuenca del Pacífico. Para mayor información acerca de la desgravación arancelaria aplicada por Canadá a productos originarios de países TPP visitar: [Lista para exportar a EEUU](#).

## 5. Oportunidades Comerciales <sup>1</sup>

<sup>1</sup> 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.

## Alimentos

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'030617	Camarones y langostinos congelados	Estrella	4 282	0%	India - 29% Indonesia- 21%
2	'080440	Paltas frescas	Estrella	1 703	0%	México - 93% Perú - 6%
3	'080610	Uvas frescas	Estrella	1 527	0%	Chile - 62% México - 22%
4	'081040	Arándanos frescos	Estrella	797	0%	Chile - 40% Canadá - 21%
5	'070920	Espárragos frescos o refrigerados	Estrella	661	0%	Perú - 57% México - 42%
6	'080450	Mangos frescos	Estrella	544	0%	México - 50% Perú - 12%
7	'200599	Hortalizas (alcachofas / pimiento piquillo) preparadas o conservadas	Estrella	488	0%	Perú - 30% China - 15%
8	'070310	Cebollas frescas o refrigeradas	Estrella	440	0%	México - 73% Perú - 14%
9	'080550	Limonos y limas, frescos	Estrella	410	0%	México - 83% Chile - 12%
10	'030729	Conchas de abanico congeladas, saladas o en salmuera	Prometedor	281	0%	Japón - 43% China - 28%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

## Vestimenta y Decoración

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'611030	Suéteres, jerséis, cardiganes y artículos similares de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	6 069	0%	China - 31% Vietnam - 15%
2	'610463	Pantalones, pantalones cortos de punto de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	1 464	0%	Vietnam - 24% China - 20%
3	'610443	Vestidos, de punto, de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	1 412	0%	China - 48% Vietnam - 20%
4	'610520	Camisas, de punto, para hombres o niños de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	920	0%	Vietnam - 29% China - 14%

5	'611241	Trajes de baño ( de una o dos piezas), de punto, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres	Estrella	903	0%	China - 49% Indonesia-12%
6	'611430	Demás prendas de vestir, de punto, de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor	782	0%	China - 50% Vietnam - 10%
7	'610832	Camisones y pijamas, de punto, de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor	604	0%	China - 65% Camboya-17%
8	'620331	Chaquetas de lana o pelo fino para hombres o niños	Prometedor	445	0%	Italia - 19% China - 16%
9	'610620	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor	452	0%	Vietnam - 24% China - 23%
10	'570110	Alfombras de nudo, de lana o pelo fino	Prometedor	293	0%	India - 52% Pakistán - 22%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

### Manufacturas Diversas

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'848180	Demás artículos de grifería y órganos similares	Estrella	8 292	0%	China - 27% México - 18%
2	'392690	Demás manufacturas de plástico	Estrella	6 552	0%	China - 39% México - 16%
3	'732690	Demás manufacturas de hierro o acero	Estrella	3 686	0%	China - 36% México - 14%
4	'392410	Vajilla y artículos para el servicio de mesa de plástico	Estrella	2 896	0%	China - 79% México - 4%
5	'392321	Sacos, bolsas y cucuruchos de polímeros de etileno	Estrella	2 300	0%	China - 38% Canadá - 19%
6	'330499	Demás preparaciones para el maquillaje	Estrella	2 226	0%	Francia - 27% Canadá - 17%
7	'732111	Aparatos de cocción y calentaplatos	Estrella	1 842	0%	China - 62% México - 23%
8	'690890	Baldosas y revestimientos cerámicos	Prometedor	1 522	0%	China - 28% Italia - 28%
9	'701090	Bombonas, damajuanas, botellas, frascos y envases tubulares de vidrio	Prometedor	1 519	0%	China - 31% México - 28%
10	'401699	Demás manufacturas de caucho vulcanizado sin endurecer	Prometedor	1 425	0%	China - 28% Japón - 13%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

## 6. Tendencias del consumidor

- ✓ "BABY BOOMERS" ENCABEZAN LOS NIVELES DE INGRESO. El segmento conformado por los "Baby boomers, aquellos nacidos entre 1946 y 1964, actualmente cuenta con uno de los poderes adquisitivos más elevados en los Estados Unidos. Asimismo, para el año 2030, se espera que este grupo representará el 15% de la población con ingresos brutos anuales superiores a US\$ 150 mil por lo cual muchas empresas están que orientan sus estrategias de largo plazo a estos consumidores. En este contexto, productos saludables como las frutas frescas y los alimentos funcionales, así como servicios de turismo médico y otros relacionados, presentan oportunidades sostenibles a futuro.
- ✓ ESTADOS CON POTENCIAL. Las empresas deben seleccionar con minuciosidad su mercado de destino dentro de los Estados Unidos, ya sea por tamaño de mercado o por potencial de crecimiento a mediano plazo. Mientras California continuará siendo mercado de consumo más grande de la Unión Americana con una economía del tamaño de cualquier país importante; estados cercanos como Arizona, Colorado y Utah mostrarán el mayor dinamismo en cuanto a gasto de consumo gracias al crecimiento de sus poblaciones, el aumento del empleo y, por ende, el incremento de la renta disponible.
- ✓ FRUTOS ROJOS DE MODA. Aunque se espera que las ventas, en volumen, de frutas frescas muestren un crecimiento promedio anual de 1% para el periodo 2015 – 2020, productos de moda como los arándanos se dinamizarán a una media anual de 3% durante similar lapso de tiempo, como consecuencia de su posicionamiento como "superalimento", su facilidad de consumo (conveniencia) y la expansión de la tendencia enfocada en la salud. Se espera también que las ventas de fresas muestren un buen desempeño, si se tiene en cuenta además que las sequías en California, el principal productor de estos productos, podrían prolongarse.
- ✓ EL CAMARÓN IMPORTADO SE IMPONE. En 2015, las ventas de pescados y mariscos frescos disminuyeron en volumen 1% con respecto al año anterior; sin embargo, las ventas de crustáceos experimentaron un crecimiento superior al 1%, comportamiento sustentado por las preferencias de los norteamericanos por camarones importados de Asia y Sudamérica, productos usualmente más baratos que las variedades locales.
- ✓ EL DESEMPEÑO DE LAS CONSERVAS. Se espera que las ventas de conservas vegetales experimenten un exiguo crecimiento de 2% en valor durante el periodo 2015 – 2020. Factores clave como innovación de empaque, la aparición de presentaciones Premium y la continuidad de las sequías en el país propiciarán un incremento del precio unitario de los productos de la categoría. Asimismo, la recuperación de la actividad restaurantera propiciará un incremento de la demanda de alimentos dirigidos al canal HORECA, por lo cual se espera que las conservas, frutas congeladas y verduras procesadas adquieran importante protagonismo.
- ✓ EL BOOM ATHLEISURE. La tendencia "Athleisure" continúa conduciendo las ventas de ropa y calzado de los E.E.U.U. Las ventas al por menor de ropa y calzado continuaron su tendencia positiva de crecimiento en 2015. Muchos consumidores están adoptando estilos de vida activos y saludables, lo cual elevando la demanda por ropa y calzado deportivo.

## 8. OCEX

## Los Ángeles

Oficina Comercial de Perú - Consejero	Ricardo Romero Talledo
Dirección	10100 Santa Monica Boulevard, Suite 1450, Los Ángeles - California
E-Mail	<a href="mailto:romero@mincetur.gob.pe">romero@mincetur.gob.pe</a>

## Miami

Oficina Comercial de Perú - Consejero	Erick Aponte Navarro
Dirección	600 Brickell Avenue, Suite 1520, Miami - Florida
E-Mail	<a href="mailto:eaponte@mincetur.gob.pe">eaponte@mincetur.gob.pe</a>

## Nueva York

Oficina Comercial de Perú - Consejero	Conrado Falco Scheuch
Dirección	767 Third Avenue, Suite 3B, New York – New York
E-Mail	<a href="mailto:cfalco@mincetur.gob.pe">cfalco@mincetur.gob.pe</a>

## Washington D.C.

Oficina Comercial de Perú - Consejero	Juan Reus Canales
Dirección	4550 Montgomery Avenue, Bethesda – Maryland
E-Mail	<a href="mailto:jreus@mincetur.gob.pe">jreus@mincetur.gob.pe</a>