

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Informe Especializado



Oportunidades
Comerciales en Honduras

prom
perú

Contenido

1. Indicadores macroeconómicos	3
2. Perfil del consumidor hondureño	4
3. Oportunidades de Negocio	5
4. Estadísticas de Comercio Exterior	7

OPORTUNIDADES COMERCIALES EN HONDURAS

1. Indicadores macroeconómicos

La economía hondureña ha mantenido un crecimiento sostenido en los últimos cinco años (2012 – 2008), a una tasa anual promedio de 4.4%, que se prevé continuará hacia 2015¹. Este crecimiento guarda relación directa con el incremento de las inversiones extranjeras en el país, impulsado de gran forma, por el Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado en 2006 entre las naciones centroamericanas y los Estados Unidos. Cabe indicar que los capitales norteamericanos representaron el 70% de las Inversiones Extranjeras Directas totales en Honduras, en 2012.

Otro factor importante que explica el crecimiento del PBI de Honduras es la diversificación de sus exportaciones. El país centroamericano ha dejado de ser un país dependiente, principalmente, de las exportaciones de café y plátanos para incluir en su oferta exportadora nuevos productos como prendas de vestir, pequeños repuestos y accesorios de carrocerías.

Sin embargo, Honduras es el segundo país más pobre de Centroamérica, por debajo de Haití. En 2010, más del 60% de la población hondureña vivía bajo la línea de la pobreza debido, principalmente, a la notable desigualdad en la distribución de la riqueza y al alto índice de desempleo que posee (4.4% de la PEA). Además, en la actualidad el gobierno hondureño enfrenta una ola de protestas debido a que muchos de los trabajadores del sector público aun no reciben sus pagos de noviembre y diciembre de 2012, al igual que a varios proveedores del gobierno a los que se les debe cientos de millones de dólares en contratos pendientes de pago. Es por ello que el gobierno, en enero de 2013, ha decretado que las empresas públicas con pérdidas estarán obligadas a presentar planes de rescate financiero antes de recibir sus asignaciones presupuestarias del presente año².

Adicionalmente, otros problemas con los que debe lidiar el gobierno hondureño para lograr que el país sea más competitivo y más atractivo para los inversores son la delincuencia dado que Honduras tiene la más alta tasa de homicidios en el mundo. Adicionalmente, la percepción de inestabilidad política que aún persiste en la Comunidad Internacional tras el Golpe de Estado exitosamente perpetrado contra el gobierno del Presidente Zelaya en 2009.

¹ FMI

² CIA The Worldfactbook : Honduras

**Indicadores Macroeconómicos
Honduras 2011 - 2015**

Producto	2011	2012	2013	2014*	2015*	Var. % 2012 - 2011
PBI (miles de millones de US\$)	17.4	18.2	18.8	19.6	20.7	4.7
Crecimiento del PBI (%)	3.6	3.8	3.6	3.3	4	-
PBI Per – Cápita (miles de US\$)	2.2	2.2	2.2	2.3	2.4	2.5
Inflación (%)	6.8	5.8	6.7	6.3	6.3	-

Fuente: FMI Elaboración: PROMPERÚ.

*Proyecciones FMI

En lo relativo a actividades económicas, el sector relacionado a los servicios aporta en 60.5% al PIB nacional y está compuesto principalmente por actividades que giran, directa e indirectamente, en torno a la producción y comercialización de productos agrícolas, así como también, a las remesas individuales y servicios ambientales.

Mientras tanto, la industria y la agricultura aportan en un 26.7% y 12.8% respectivamente al PIB hondureño. Sin embargo, el sector que menos aporta al PIB, la agricultura, emplea casi a la misma cantidad de PEA que el sector que más aporta al PIB, los servicios, ya que cada uno emplea a poco más del 39% de hondureños. Por último, el sector industrial emplea a poco más del 20% de la PEA. Cabe agregar que la mano de obra hondureña aun es poco calificada y es la más barata de América Latina. Es por ello que en el último ranking de competitividad del WEB (2012 – 2013), Honduras se encuentra ubicado en el puesto 134 de un total de 144 países en cuanto a eficiencia del mercado laboral.

2. Perfil del consumidor hondureño

En la región centroamericana, Honduras es uno de los países más poblados con cerca de 8.5 millones de habitantes superando a Costa Rica, Nicaragua y Panamá. Más del 55% de la población hondureña tiene menos de 24 años y solo el 8.5% de la misma es mayor de 55 años, por lo cual se puede considerar como una población joven. Además, el crecimiento demográfico en Honduras se estima a una tasa promedio anual de 1.8%., una de las más altas de la región centroamericana, siendo superada únicamente por Belice y Guatemala.

Debido al bajo nivel de ingresos de los consumidores hondureños y los bajos índices de distribución de la riqueza en el país, Honduras es definida como un mercado estrecho con una demanda reducida. Los grupos poblacionales con mayor poder adquisitivo se encuentran en los dos centros económicos del país; Tegucigalpa, la capital, centro del aparato político y administrativo del país y San Pedro de Sula, el motor industrial del país. En ellas se concentran los principales canales de distribución, cadenas comerciales y empresas manufactureras. Pese a ello, la interconectividad y comunicación entre ambas ciudades es aún muy deficiente.

El gasto promedio anual del consumidor hondureño, en 2012, bordea los US\$ 14.4 miles y ha experimentado un crecimiento de 9.8% en comparación con 2011³. Pese al incremento en el gasto promedio anual, los hondureños evidencian un gran interés por el ahorro y dan prioridad a las necesidades básicas y a la disminución del gasto.

El consumidor hondureño se encuentra en una etapa de “economizar gastos” y esto se ve reflejado en sus actitudes de compra. El principal motivador de compra es el precio y un buen número de consumidores hondureños buscan estar al tanto de rebajas y ofertas de productos de calidad, así como informarse de promociones y lugares que brinden ofertas interesantes. Sin embargo, en segmentos de mayores ingresos otros motivadores de compra como la higiene, el servicio y la calidad están tomando gran importancia. Cabe agregar que aún no es una práctica usual, en los consumidores hondureños promedio, adquirir sus productos por medio de internet o hacer pagos vía web.

Los hábitos de consumo en Honduras han venido cambiando notablemente en los últimos tiempos. Los cambios en el ritmo de vida del poblador urbano y la inserción de la mujer al trabajo han incrementado la demanda de comidas empacadas, pre – cocidas y de fácil preparación, así como de fast-food para entrega a domicilio (delivery). Otro factor que ha influenciado en los cambios de los hábitos de compra ha sido la aparición creciente de los supermercados y otros canales modernos de distribución.

En cuanto a segmentos de mayor poder adquisitivo, al mismo tiempo que la clase media empieza a beneficiarse por el ligero crecimiento económico del país, la demanda de bienes de consumo viene incrementando de manera directamente proporcional. La demanda de tecnología (computadoras, celulares, electrodomésticos, etc.), así como de otros bienes como neumáticos, accesorios de automóviles, papelería y artículos de belleza ha venido mostrando un incremento paulatino. Otra característica de los consumidores de mayor poder adquisitivo (clase media y alta) es evitar llevar dinero en efectivo, y usar como principal forma de pago la tarjeta de crédito. Esto debido a los altos índices de delincuencia y criminalidad que afectan al país.

Por último, existe una notoria influencia de la cultura estadounidense como consecuencia de la repatriación de hondureños. Esto se hace evidente en el aumento de suscripción de tv por cable, el incremento de franquicias norteamericanas y la predilección por productos importados, especialmente en productos textiles, por sobre los nacionales.

3. Oportunidades de Negocio

Honduras, como ya se dijo, es un mercado de cerca de 8.5 millones de habitantes que posee múltiples industrias que se desarrollan aun de manera incipiente, las cuales van desde la construcción y los manufacturas, hasta la pesca y la acuicultura. Es por ello que el país centroamericano importa, cada vez más, múltiples productos para el buen funcionamiento de sus nacientes industrias, desde materia prima e insumos hasta maquinarias con valor agregado. Estas múltiples ideas de negocio hacen que Honduras sea un destino potencial para la exportación de productos no tradicionales peruanos, el cual se verá repotenciado con futuro Tratado de Libre Comercio Perú – Honduras que se viene negociando en la actualidad.

³ Euromonitor International: Honduras

En el rubro alimenticio, y en los sectores socioeconómicos más bajos, el precio es el factor más importante a la hora de elegir un producto, mientras que en sectores de mayor poder adquisitivo, la demanda de productos con variedad, valor agregado y nivel de sofisticación se viene incrementando notablemente. Las líneas de productos más dinámicas en este sector son las salsas, galletas y aderezos. Los frescos importados con mayor proyección son las uvas y paltas, productos propios de la oferta exportable peruana, con alta calidad y con precio competitivo.

Productos peruanos con oportunidades comerciales en Honduras⁴

Producto	Sector	Clasificación
Politereftalato de etileno	Productos y manufacturas de plástico	Estrella
Barras de hierro con muescas, cordones, huecos o relieve	Siderometalúrgico	Estrella
Las demás preparaciones para salsas y salsas preparadas	Agroindustrial	Estrella
Bombonas, botellas, frascos y artículos similares	Productos y manufacturas de plástico	Prometedor
Uvas frescas	Agroindustrial	Prometedor
Paltas (aguacates)	Agroindustrial	Prometedor
Camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas	Textil	Prometedor
Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mujeres	Textil	Prometedor
Sardinas, sardinelas y espadines en conserva, entero o en trozos	Pesquero	Prometedor

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERÚ

Otro sector que empieza a cobrar notable importancia en Honduras son las manufacturas de plástico. El país centroamericano apunta a convertirse, en mediano plazo, como uno de los principales suministradores de embalajes y empaques flexibles de Centroamérica y El Caribe. Sólo en 2011, las exportaciones de productos plásticos provenientes de Honduras crecieron

⁴ Metodología CEPAL: Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Colombia (del periodo comprendido entre 2008 y 2012). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. 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. Por otro lado, 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.

en 32% con relación al año anterior, siendo su principal destino la República Dominicana con casi el 50% de participación en dicho mercado. En la actualidad existen alrededor de 45 empresas hondureñas dedicadas a la fabricación de productos de plástico, y se prevé que en los próximos años dichas empresas amplíen su demanda de insumos para la industria como el politereftalato de etileno, actualmente producto estrella, y botellas, bombonas y artículos de plástico similares. Cabe agregar, que Perú viene abasteciendo con éxito estos productos a Honduras. En 2012, solo en la partida “bombonas, botellas, frascos y artículos similares”, Perú exportó US\$ 2 millones y se consolidó como su quinto proveedor de esta línea.

Por último, en cuanto a las oportunidades de exportación en el sector textil, vale la pena mencionar que Honduras junto con Guatemala se han convertido en los principales mercados de maquila textil en Centroamérica, contando con los costos logísticos y la mano de obra más baratos de la región. Gracias a su cercanía con EEUU y al TLC que ambas naciones suscribieron, Honduras se ha convertido en el tercer mayor proveedor mundial de ropa a Estados Unidos. Pese a ello, el país centroamericano también suele importar ropa de otros países, como el Perú, y brinda buenas perspectivas para productos de algodón como pantalones y camisas para mujeres y niñas, principalmente.

4. Estadísticas de Comercio Exterior

En los últimos cinco años la balanza comercial ha sido favorable para el Perú. El valor de nuestras exportaciones tuvo un importante crecimiento de casi US\$ 30 millones entre el 2009 y el 2008 y han mantenido una tasa de crecimiento promedio anual de 7% en el periodo 2012 - 2008. En 2010, las exportaciones peruana a Honduras llegaron a una cifra record de US\$ 48 millones sustentada principalmente por el envío de productos tradicionales, como petróleo y derivados, así como aceite de pescado. Sin embargo, en 2011, pese a que las exportaciones no tradicionales mostraron un crecimiento de alrededor de 67%, las exportaciones tradicionales cayeron en 99.6%, ya que en este rubro se registraron únicamente pequeñas exportaciones de zinc refinado. Todo ello hizo que los envíos peruanos hacia Honduras registren una caída de 42%.

Balanza Comercial Perú - Honduras
(Miles de dólares)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCP % 2008 - 2012
Exportaciones	18,881	48,176	48,947	28,382	24,752	7
Importaciones	759	788	1,873	4,455	12,708	102
Balanza Comercial	18,122	47,388	47,074	23,927	12,044	-
Intercambio Comercial	19,640	48,964	50,820	32,837	37,460	18

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERÚ

En cuanto a las importaciones, estas mantienen una tendencia positiva en los últimos cinco años. La tasa de crecimiento anual promedio en el periodo 2008 – 2012 alcanza los 102% lo cual muestra el importante dinamismo de este rubro.

4.1 Exportaciones por sectores

Los productos peruanos exportados en los últimos cinco años a Honduras usualmente han sido del sector no tradicional, salvo excepciones, en 2009 y 2010, donde los productos tradicionales

casi duplicaron a los no tradicionales debido al brusco incremento de las exportaciones de petróleo y aceite de pescado. Sin embargo, esta tendencia se ha normalizado hacia 2011, año en que los envíos no tradicionales representaron el 99.6% del total exportado.

En 2012, se registró una caída de 12.7% en las exportaciones peruanas a Honduras, principalmente por la disminución de exportaciones químicas y artículos varios como joyería. No obstante, los sectores pieles y cueros así como el siderometalúrgico registraron crecimientos de 1,305% y 48% respectivamente. El importante crecimiento de las exportaciones del sector pieles y cueros está sustentado en el incremento de envíos de artículos de bolsillo de cuero, como monederos, que sumaron más de US\$ 85 mil. En tanto que las mayores exportaciones siderometalúrgicas, se sustentan en los envíos de hojas y tiras delgadas de aluminio, las cuales representaron el 66% de las exportaciones de este sector.

**Exportaciones por sectores económicos a Honduras
(Miles de dólares)**

SECTOR	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % 2012 - 2011
Agropecuario	6,109	6,885	7,105	9,912	9,058	-9
Artesanías	2	-	-	-	-	-
Maderas y papeles	2,489	730	1,402	2,718	2,357	-13
Metal - Mecánico	1,029	606	709	843	1,036	23
Minería No Metálica	477	128	145	125	120	-4
Pesquero	174	504	-	-	-	-
Piel y cueros	2	19	1	2	34	1,305
Químico	6,403	7,853	6,661	12,596	10,233	-19
Sidero - Metalúrgico	281	185	162	777	1,151	48
Textil	557	391	276	818	676	-17
Varios (Inc. Joyería)	286	183	231	131	103	-21
TOTAL NO TRADICIONAL	17,809	17,483	16,692	27,924	24,768	-11
Aceite de pescado	-	-	769	-	-	-
Harina de pescado	1,072	-	-	-	-	-
Petróleo y derivados	-	30,696	31,491	-	-	-
Zinc refinado	-	-	-	125	267	113
TOTAL TRADICIONAL	1,072	30,696	32,260	125	267	113

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

4.2 Principales Productos No Tradicionales

En 2012, se exportaron productos no tradicionales por US\$ 8.2 millones aproximadamente, compuesto por 224 subpartidas arancelarias. Los productos químicos representaron, en 2012, el 41.3% del total de exportaciones peruanas no tradicionales a Honduras, siendo los productos con mayor participación en este rubro las manufacturas de plástico como las preformas (24% de participación en las exportaciones del sector químico) y películas de polipropileno biorientado (13% de participación en las exportaciones del sector químico).

En tanto que el sector agropecuario, cuyas exportaciones a Honduras representaron el 36.6% de los envíos no tradicionales, se sustenta principalmente por la exportación de demás

preparaciones utilizadas para la alimentación de animales o lo que viene a ser comida preparada para camarones de mar. Solo este producto representó, en 2012, el 90% de los envíos agropecuarios y es el principal producto exportado por Perú hacia Honduras. Al respecto, se debe indicar que el camarón cultivado se ha vuelto el quinto rubro hondureño más importante de exportación, sumando casi US\$ 217 millones. Esto ha traído por ende un crecimiento importante en las importaciones de alimentos para su producción. El Perú se ubica como uno de los principales proveedores en el mercado hondureño.

En cuanto a productos con mayor dinamismo tenemos a las redes confeccionadas para la pesca de material textil, sintético o artificial que tuvieron un crecimiento, en 2012, de 2,498% sumando US\$ 153.5 miles. Asimismo, algunas manufacturas de plástico, como los envases flexibles de polipropileno metalizado menor a 25 micrones de espesor evidenciaron un crecimiento cercano a 240% respectivamente, en comparación con 2011. Dentro otros rubros se pueden avizorar productos con gran dinamismo como el zinc sin alear y las hojas y tiras delgadas de aluminio con un crecimiento de 113% y 48% respectivamente.

**Principales productos de exportación no tradicional a Honduras
(Miles de dólares)**

Partida	Descripción	2011	2012	Var %
2309909000	Demás preparaciones utilizadas para la alimentación de animales: Nicovita de camarón de mar	9,186	8,232	-10
3923302000	Preformas	3,411	2,438	-29
3920209000	Las demás: Películas de polipropileno biorientado	2,759	1,335	-51
3920100000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de etileno: Envolturas flexibles y láminas de PEBD	1,217	1,133	-7
4820200000	Cuadernos	1,082	918	-16
-	Resto	10,395	10,978	5.6
Total		28,049	25,035	-11

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

4.3 Número de empresas y partidas exportadas

En 2012 se registró un total de 1,336 empresas peruanas exportadoras a Honduras, 304 más que en 2011. La empresa de alimentos Alicorp S.A.A. obtuvo una participación de 33%% del total, siendo su principal producto de exportación los alimentos preparados para camarones de mar, concentrando el 100% de los envíos con su marca Nicovita (US\$ 8.2 millones). En ese orden, le sigue la OPP Film S.A. con una participación de 8,1% y que tiene como único producto comercial exportado a Honduras a las películas de polipropileno biorientado por un total de US\$ 2 millones. En el tercer puesto tenemos a otra manufacturera de plástico, San Miguel Industrias PET S.A. con una participación de 7.8%, constituyéndose como el principal proveedor peruano de preformas de plástico en el mercado hondureño, cuyo valor sumó un

total de US\$ 1.9 millones. En el cuarto puesto se tiene a Perúplast S.A. con una participación de 7.4%, empresa que exporta principalmente envolturas flexibles por más de US\$ 1 millón. Cabe agregar que en las cinco primeras empresas exportadoras concentraron casi el 60% de las exportaciones peruanas totales al mercado hondureño en 2012.

Por último, es relevante señalar que, en 2012, el 36.7% de las exportaciones peruanas a Honduras entraron por Puerto Corona, mientras que 31.4% y 18.8% ingresaron por los puertos de San Lorenzo y San Pedro de Sula, respectivamente.