

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2015

## Aprovechamiento de los TLC

Oportunidades para  
productos de los sectores  
Metal – Mecánico, Textil –  
Confecciones y Químico con  
Uruguay



**APROVECHAMIENTO DE LOS TLC POR SECTOR****OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS DE LOS SECTORES METAL – MECÁNICO,  
TEXTIL – CONFECCIONES Y QUÍMICO CON URUGUAY****1. Acuerdo de Complementación Económica entre Perú y los Estados Parte del MERCOSUR – Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay**

El Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE 58) se suscribió entre los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, Estados Partes del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y el Gobierno de la República del Perú el 30 de diciembre de 2005 y fue puesto en ejecución mediante el *Decreto Supremo N° 035-2005-MINCETUR*, el 17 de diciembre de 2005. Entró en vigencia a partir del 2 de enero de 2006 con Argentina, Brasil y Uruguay y del 6 de febrero del mismo año con Paraguay.

El ACE 58 tiene entre sus objetivos el de establecer un marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado, a fin de facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre Perú y los Estados Parte del MERCOSUR. Para mayor información: [ACE N° 58](#)

**2. Exportaciones**

En 2014, las exportaciones peruanas de productos no tradicionales al mercado uruguayo sumaron cerca de US\$ 18 millones, US\$ 13 millones más que la cifra registrada en 2005, un año antes de la puesta en marcha del ACE N° 58. En dicho periodo, esta clase de envíos experimentaron un crecimiento medio anual de 16,1% como consecuencia del dinamismo de sectores clave como *Textil – Confecciones, Químico y Metal Mecánico* que representan en conjunto el 59% de las ventas con valor agregado a este mercado. Asimismo, el sector *Minería No Metálica* mostró el mayor crecimiento porcentual al pasar de US\$ 14 mil en 2005 a US\$ 1,4 millones en 2014, sustentado en el ingreso a este mercado de productos de gran demanda como cementos sin pulverizar y fosfatos de calcio naturales.

Los sectores analizados para el presente informe sumaron US\$ 10 millones en 2014 y han quintuplicado sus exportaciones a Uruguay en los últimos diez años. Ello se evidencia en la tasa de crecimiento promedio anual combinada de 19,4% entre 2005 y 2014. Este buen desempeño estuvo sustentado por el ingreso de productos variados como placas y hojas de polímeros de etileno, preparaciones para perfumar, medicamentos de uso veterinario, conductores eléctricos y camisas de algodón, los cuales se encuentran exentos de aranceles para Perú.

**Exportaciones a Uruguay por Sectores Analizados  
(US\$ Millones)**

Sector	2005	2014	Var.% Prom	Var. %
			14/05	14/13
Textil - Confecciones	1	4	17,2	10,7
Químico	1	4	21,2	37,5
Metal - Mecánico	0	2	20,9	22,9
<b>Sectores Analizados</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>19,4</b>	<b>22,5</b>
<b>Total No Tradicional</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>16,1</b>	<b>-5,0</b>
<b>TOTAL EXPORTADO</b>	<b>6</b>	<b>37</b>	<b>21,4</b>	<b>4,6</b>

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

## 2.1 Productos

### **Textil - Confecciones<sup>1</sup>:**

Entre 2005 y 2014, los envíos del sector *Textil – Confecciones* a Uruguay se han cuadruplicado, al pasar de US\$ 1 millón a más de US\$ 4 millones; lo cual se ha traducido en un importante incremento promedio anual de 17,2% durante este periodo. Actualmente es el principal sector de exportación con una participación de 23% sobre el total de envíos con valor agregado a este mercado.

El aumento de la demanda de confecciones que se exportaban en menor cuantía a Uruguay antes del TLC, como los hilados de lana de alpaca (US\$ 1 millón / 151,7% de crecimiento medio anual 2005 – 2014), las camisas de punto de algodón para hombres y niños (US\$ 1 millón / 219,3%) y las camisetas de algodón (US\$ 494 mil / 211,7%), y el ingreso de nuevos productos en la última década como las camisas de tejido plano de algodón (US\$ 215 mil en 2014), las blusas de algodón para mujeres y niñas (US\$ 54 mil), los tejidos de punto por urdimbre de fibras artificiales (US\$ 53 mil) y las prendas de vestir para bebés (US\$ 36 mil), han sustentado el buen desempeño mostrado por el sector.

### **Químico:**

El sector *Químico* ha mostrado una evolución positiva al aumentar el valor de sus envíos a una tasa media anual de 21,2% durante el periodo 2005 - 2014. Las exportaciones químicas a Uruguay sumaron US\$ 4 millones y representaron el 22% de las ventas con valor agregado en 2014. Entre los principales productos peruanos vendidos destacan las láminas PET (US\$ 693 mil en 2014), preparaciones para perfumar (US\$ 442 mil), medicamentos para uso veterinario (US\$ 342 mil), insecticidas a base de permectrina (US\$ 296 mil) y bases para detergentes industriales (US\$ 271 mil); estos cinco productos representan más del 50% de los envíos del sector y han

<sup>1</sup> Análisis realizado a nivel de subpartida arancelaria internacional (HS06)

comenzado a registrar sus primeras exportaciones en años posteriores a la entrada en vigencia del ACE.

En 2014, se registraron setenta y tres (73) subpartidas del sector exportadas al mercado uruguayo, cincuenta y ocho (58) más que en 2005, un año antes de la puesta en marcha del acuerdo comercial. Entre los nuevos productos se pueden identificar desde manufacturas de plástico y neumáticos radiales, hasta preparaciones para limpieza varias, desodorantes corporales, acuarelas y pinturas.

### ***Metal – Mecánico:***

Las exportaciones del sector *Metal – Mecánico* a Uruguay han experimentado un crecimiento medio anual de 20,9% durante el periodo 2005 – 2014, al pasar de US\$ 427 mil a US\$ 2,4 millones. Los envíos metalmecánicos tienen una participación de 13% sobre el total de las ventas no tradicionales que fueron destinadas al mercado uruguayo en 2014 y constituyeron el cuarto principal rubro de exportación. Los conductores eléctricos, que se comenzaron a exportar a Uruguay en 2014, representaron el 42% de los envíos del sector. Le siguen en orden, los electrodos recubiertos para soldadura (US\$ 104 mil en 2014) y las partes de transmisiones cardánicas (US\$ 79 mil).

En tanto, el número de subpartidas (HS10) exportadas han pasado de treinta (30), en 2005, a cien (100) en 2014, por lo cual casi la totalidad de los productos metalmecánicos más importantes enviados a Uruguay son considerados como nuevos.

## **2.2 Empresas<sup>2</sup>**

***Textil – Confecciones:*** Entre 2006 y 2014 se ha podido registrar ciento treinta y dos (132) empresas del sector que dirigieron sus envíos a Uruguay, de las cuales cuarenta y dos (42)<sup>3</sup> son catalogadas como nuevas al haber realizado primeras exportaciones a este mercado por montos superiores a US\$ 20 mil durante este periodo. Las exportaciones de estas nuevas empresas estuvieron compuestas por productos variados, que van desde hilados de fibras sintéticas, algodón y alpaca hasta confecciones como prendas para bebés, t – shirts, camisas, camisetas interiores y blusas.

En cuanto a continuidad<sup>4</sup>, de las treinta y nueve (39) empresas nuevas en 2006 y 2013, solamente nueve (09) han mantenido o incrementado sus niveles de exportación hasta 2014; siendo las más

---

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> De las treinta y nueve (39) empresas nuevas, tres (03) realizaron su primera exportación a Uruguay en 2006, una (01) en 2007, dos (02) en 2008, cuatro (04) en 2009, seis (06) en 2010, diez (10) en 2011, cinco (05) en 2012, ocho (08) en 2013 y tres (03) en 2014

<sup>4</sup> Se considera a una empresa continua a aquella que pudo mantener sus envíos por encima de US\$ 20 mil a partir de su primer año de exportación al mercado en cuestión

importantes *Devanlay Perú S.A.C.* (US\$ 1,3 millones en 2014), *Hilados Pacarán S.A.C.* (US\$ 1,2 millones), *Textil Carmelita S.A.C.* (US\$ 197 mil) e *Industrias Textiles de Sudamérica* (US\$ 150 mil).

**Químico:** De las ciento veintitrés (123) empresas químicas que realizaron envíos a Uruguay entre 2006 y 2014, son consideradas como nuevas solamente treinta y tres (33)<sup>5</sup> de ellas. Las ventas de esta clase de empresas estuvieron compuestas tanto por preparaciones para el cuidado del hogar como insecticidas y aromatizadores, como por productos para el cuidado personal como champús, acondicionadores y desodorantes; así también destacan la oferta de manufacturas varias como vajillas y cajas de plástico, neumáticos radiales, entre otros.

En cuanto a continuidad<sup>6</sup>, de las treinta (30) empresas nuevas en 2006 y 2013, solamente nueve (09) han mantenido o incrementado sus niveles de exportación hasta 2014; siendo las más importantes *Intradevco Industrial S.A.* (US\$ 1,5 millones en 2014), *Goodyear del Perú S.A.* (US\$ 196 miles), *Peruana de Moldeados S.A.* (US\$ 129 mil) y *Unilever Andina Perú S.A.* (US\$ 119 mil).

**Metal - Mecánico:** Durante el periodo 2006 – 2014, ciento veinticuatro (124) exportadoras metalmeccánicas registraron ventas al mercado uruguayo; de ellas, cuarenta y una (41)<sup>7</sup> son consideradas como nuevas, al registrar sus primeras exportaciones por montos superiores a US\$ 20 mil durante este periodo. Esta clase de empresas tuvieron como principales productos de exportación a autopartes y repuestos para motocicletas, así como manufacturas diversas como electrodos para soldadura, llaves para cerraduras, conductores eléctricos, entre otros.

En cuanto a continuidad<sup>8</sup>, de las treinta y dos (32) empresas nuevas entre 2006 y 2013, solamente tres (03) han mantenido o incrementado sus niveles de exportación hasta 2014. Se trata de *Filtros Lys S.A.* (US\$ 105 mil en 2014), *Soldex S.A.* (US\$ 104 mil) y *Grupo Klaus S.A.C.* (US\$ 27 mil).

#### Nuevas Empresas que exportaron a Uruguay a partir del TLC

Sector	Año	Empresas Nuevas <sup>9</sup>	FOB (US\$ Miles)	Part. % sobre FOB - Sector
Textil - Confecciones	2006	3	73	19%
	2007	1	154	2%
	2008	2	278	5%

<sup>5</sup> De las treinta y tres (33) empresas nuevas, dos (02) realizaron su primera exportación a Uruguay en 2006, tres (03) en 2007, tres (03) en 2008, tres (03) en 2009, seis (06) en 2010, seis (06) en 2011, cuatro (04) en 2012, tres (03) en 2013 y tres (03) en 2014.

<sup>6</sup> Se considera a una empresa continua a aquella que pudo mantener sus envíos por encima de US\$ 20 mil a partir de su primer año de exportación al mercado en cuestión

<sup>7</sup> De las cuarenta y un (41) empresas nuevas, dos (02) realizaron su primera exportación a Uruguay en 2006, dos (02) en 2007, siete (07) en 2008, cuatro (04) en 2009, tres (03) en 2010, seis (06) en 2011, seis (06) en 2012, dos (02) en 2013 y nueve (09) en 2014.

<sup>8</sup> Se considera a una empresa continua a aquella que pudo mantener sus envíos por encima de US\$ 20 mil a partir de su primer año de exportación al mercado en cuestión

<sup>9</sup> Empresas nuevas con respecto al año anterior

	2009	4	182	17%
	2010	6	282	59%
	2011	10	287	8%
	2012	5	1 444	7%
	2013	8	80	14%
	2014	3	1 623	4%
	<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Químico</b>	2006	2	113	21%
	2007	3	87	15%
	2008	3	728	46%
	2009	3	152	13%
	2010	6	786	33%
	2011	6	422	14%
	2012	4	156	5%
	2013	3	126	4%
	2014	3	110	3%
	<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Metal - Mecánico</b>	2006	2	73	69%
	2007	2	154	66%
	2008	7	278	90%
	2009	4	182	52%
	2010	3	282	33%
	2011	6	287	38%
	2012	6	1 444	73%
	2013	2	80	4%
	2014	9	1 623	69%
	<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERU

### 3. Productos con oportunidades comerciales en Uruguay

Los productos citados en el siguiente cuadro cuentan con preferencias arancelarias para Perú, a excepción del Sector *Textil – Confecciones*, ya sea por los beneficios otorgados por medio del Acuerdo Comercial con MERCOSUR o por la reducción unilateral por parte de Uruguay de sus aranceles NMF para productos específicos.

Se han identificado los siguientes productos con comercio potencial<sup>10</sup>:

<sup>10</sup> 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

Productos del sector *Metal - Mecánico* con potencial de exportación a Uruguay (US\$ Miles)

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa		Comercio
		País	FOB	Potencial
850710	Acumuladores eléctricos de plomo (Baterías nuevas)	Brasil	11 352	4 911
		Argentina	1 108	
		China	1 035	
732690	Manufacturas varias de hierro o acero (Embudos, soportes metálicos, tubos, abrazaderas, entre otras)	China	8 760	4 854
		Argentina	2 574	
		Alemania	2 550	
854460 <sup>11</sup>	Conductores eléctricos para una tensión superior > 1 000 V	España	4 702	4 685
		Corea del S.	3 274	
		China	1 019	
840999	Partes identificables como destinadas a motores de embolo	Holanda	3 518	4 677
		Brasil	3 186	
		EE.UU.	1 998	
850610	Pilas y baterías de pilas, eléctricas de dióxido de manganeso	Brasil	1 998	4 309
		México	1 966	
		China	921	
841391	Bombas centrífugas, partes y piezas	Brasil	716	3 457
		EE.UU.	628	
		Italia	390	
847490	Partes de máquinas y aparatos para triturar	Brasil	530	3 397
		Chile	518	
		Francia	400	
843041	Máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas	EE.UU.	1 700	3 172
		Panamá	520	
		China	301	
761210	Envases tubulares flexibles de aluminio	Argentina	2 387	2 724
		China	252	
		Brasil	73	
732393	Artículos de uso doméstico y sus partes de acero inoxidable	China	1 739	2 367
		India	451	
		Brasil	281	

\*Comercio Potencial determinado con cifras 2014

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

<sup>11</sup> Cronograma aplicable una vez que se definan las condiciones de origen

- **Oportunidades para productos del sector Metal – Mecánico**

Uruguay cuenta con una industria metal – mecánica sólida pero menos desarrollada que sus pares del MERCOSUR, Brasil y Argentina. Aproximadamente 30% de la producción del sector está compuesta por manufacturas básicas de hierro, acero y metales ferrosos; mientras que las autopartes y las estructuras metálicas representan 12% y 10%, respectivamente.

Las importaciones uruguayas asociadas a la industria metalmeccánica y metalúrgica superan US\$ 3 500 millones; de las cuales, alrededor de 70% corresponden a manufacturas metálicas básicas, maquinaria y equipo, línea eléctrica e instrumentos de precisión; mientras que el porcentaje restante responde a autopartes y material de transporte. Asimismo, existe una importante participación de proveedores no miembros de MERCOSUR, en especial de China, país que ha mostrado una participación ascendente en las importaciones uruguayas del sector en los últimos años, desplazando en parte a los grandes socios del bloque.

### **Autopartes**

En la actualidad, Uruguay cuenta con más de cuarenta empresas productoras de autopartes, las cuales se dedican principalmente al mercado de reposición o “*after market*” y al abastecimiento de las terminales regionales integradas a las cadenas de producción de vehículos. La oferta uruguaya está compuesta principalmente por ejes y semi – ejes, tapizados de cuero, tubos de acero para carrocería, cables eléctricos (arneses), y cintas, pastillas y discos de freno.

Debido a la cercanía geográfica y la liberalización económica con Brasil, el principal productor de vehículos motorizados en Latinoamérica, la industria autopartista uruguaya se ha beneficiado notablemente por las inversiones de empresas extranjeras de importantes marcas internacionales. Affinia, Arcelor Mittal, Bader, Dana, Fischer, GKN Driveline, Takana y Yazaki, son algunas de las plantas extranjeras que están abasteciendo al mercado regional desde Uruguay.

Sin embargo, aún la industria uruguaya de autopartes se encuentra en etapa de desarrollo por lo cual el país importa más de US\$ 209 millones solo en partes y accesorios metálicos para vehículos. Por lo cual existen oportunidades para suministro de autopartes y bienes intermedios tanto para la demanda local como para las plantas de armado que se encuentran instaladas en el país como Chery, Effa y Nordex. Variables como el incremento exponencial de las ventas de automóviles nuevos, que casi se han triplicado en Uruguay a partir de 2009 y superaron las 61 000 unidades en 2013, y las recientes normativas<sup>12</sup> que obligan que todos los vehículos nuevos vendidos cuenten obligatoriamente con frenos ABS, apoya cabeza en todas sus plazas, cinturones de seguridad y airbag frontales en plazas delanteras, vigente a partir de julio de 2014, han dinamizado la demanda de autopartes de manera destacable. Vale agregar que también el armado vehículos en Uruguay se duplicó solo en 2013, alcanzando 15 946 unidades

---

<sup>12</sup> Para más información véase: [Ley N° 19.061](#)



aproximadamente; de las cuales Nordex aportó 5 637 unidades, Chery 5 209 unidades y Lifan 5 100 unidades.

Como ya se ha podido notar, el potencial de las autopartes peruanas en el mercado uruguayo es prometedor y podría ser canalizado de mejor manera a través de la apertura de representaciones comerciales en el país, lo cual podría ser aprovechado tanto para proveer al mercado interno y como a otros mercados regionales debido al mejor marco jurídico que ofrece Uruguay en relación a Brasil y Argentina. Además, la mayor parte de partidas de autopartes de Perú se encuentran exentas de arancel y estarán totalmente liberalizadas para 2017; a diferencia de otros proveedores importantes como China o Estados Unidos, a cuyos envíos se les aplica aranceles NMF de hasta de 18%. Entre los productos del rubro beneficiados por el ACE que muestran oportunidades relevantes para los exportadores peruanos y que hasta el momento no han sido aprovechados destacan los acumuladores eléctricos de plomo, partes identificables como destinadas a motores de embolo y manufacturas de hierro o acero como abrazaderas, tubos y embudos. Todos los productos en mención, registraron un comercio potencial superior a US\$ 4 millones en 2014.

**Productos del sector Químico con potencial de exportación a Uruguay (US\$ Miles)**

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa		Comercio Potencial
		País	FOB	
401110	Neumáticos nuevos de caucho para automóviles de turismo	Brasil	11 264	35 192
		China	8 044	
		Argentina	5 132	
380892	Insecticidas, raticidas, fungicidas, herbicidas y anti roedores	Argentina	10 262	14 233
		China	8 117	
		Brasil	5 115	
330499	Preparaciones de maquillaje varias (Cremas de baba de caracol, concha de nácar, entre otras)	Argentina	4 656	11 351
		Chile	906	
		Francia	868	
330300	Perfumes y aguas de tocador	Z. Franca	5 997	11 233
		Argentina	3 416	
		México	619	
392410	Vajilla y artículos de servicio de mesa de plástico	China	2 864	10 776
		Brasil	2 307	
		Argentina	2 243	
392690	Manufacturas de plástico varias (Tapones anti ruidos, máscaras y hombreras industriales, etc.)	China	6 297	7 963
		EE.UU.	6 111	
		Argentina	5 297	
392390	Artículos para el transporte o envasado, de plástico	Argentina	11 057	7 651
		Brasil	2 087	

		China	755	
392490	Artículos de uso doméstico y de higiene, de plástico	China	1 650	4 904
		Brasil	1 427	
		Argentina	824	
330749	Preparaciones odoríferas que actúan por combustión (Aromatizadores en spray)	Argentina	3 932	3 256
		Chile	769	
		EE.UU.	541	
940370	Muebles de plástico	China	780	2 030
		Argentina	256	
		Brasil	211	

\*Comercio Potencial determinado con cifras 2014

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

- **Oportunidades para productos del sector Químico**

### **Manufacturas de plástico**

Las importaciones uruguayas de materias plásticas y sus manufacturas<sup>13</sup> sumaron US\$ 552 millones en 2014, lo cual significó un crecimiento medio de 4,9% en el último quinquenio. Si bien es cierto, los insumos para la industria plástica – entre materias primas y bienes intermedios - representan 76% de las compras del país, estas han mostrado un menor dinamismo en relación a las importaciones de bienes manufacturados finales como materiales y acabados para la construcción, artículos para transporte, vajilla y servicio doméstico, entre otros; productos que han mostrado una evolución promedio de 8,1% entre 2010 y 2014.

Los principales bienes manufacturados de plástico demandados por Uruguay son productos terminados varios (US\$ 35 millones en 2014), sacos y bolsas de polímeros de etileno (US\$ 20 millones), artículos para el transporte o envasado (US\$ 15 millones), vajilla y artículos para el servicio de mesa (US\$ 11 millones) y tapones, tapas y dispositivos de cierre (US\$ 11 millones). En tanto, Argentina y Brasil representan 54% de las importaciones uruguayas de esta clase de productos; sin embargo, en los últimos años han mostrado crecimientos por debajo del promedio frente a la presencia de proveedores dinámicos como la Unión Europea, China, Chile, México y Colombia. En tanto, Perú, suplidor número veinticinco de Uruguay en 2014, ha sido uno de los de mejor desempeño al incrementar sus envíos de manufacturas plásticas al mercado uruguayo a una media anual de 92,5% durante el periodo 2010 – 2014.

Actualmente, Uruguay representa un mercado interesante para productos de la categoría ya que ofrece, además de afinidad cultural y cercanía geográfica, tasas reducidas que varían entre 0% y 3,8% para Perú como consecuencia de la aplicación del ACE N°58; a diferencia de otros

<sup>13</sup> Capítulo 39: Materias plásticas y manufacturas de estas materias

importantes proveedores como China, Estados Unidos y mercados europeos, a los cuales se les aplica aranceles NMF de 18%.

De acuerdo al Comercio Potencial Indicativo (CPI), se ha podido notar oportunidades para productos específicos de la línea que hasta el momento Perú no ha aprovechado en el marco del ACE N° 58, tales como vajillas y artículos domésticos (US\$ 11 millones de CPI), manufacturas varias (US\$ 8 millones), artículos para el transporte o envasado (US\$ 8 millones) y artículos de uso doméstico e higiene (US\$ 5 millones). Al 2015, todos los productos citados son gravados con aranceles de ingreso que fluctúan entre 0% y 3,8% y estarán totalmente desgravados para 2017.

### Preparaciones de belleza y cuidado personal

En Uruguay, el mercado de productos de belleza y cuidado personal está dominado por grandes empresas internacionales como Unilever, Colgate – Palmolive y L'Oréal y sus productos importados en el país. Asimismo, empresas regionales han incrementado su presencia en este mercado, tal es el caso de la peruana Intradevco que cuenta con una planta de producción en Uruguay desde 2010. Dentro de este panorama los laboratorios y empresas medianas y pequeñas, tanto locales como extranjeras, se están apoyando en ingredientes naturales, siendo los más populares extractos de plantas como la *marcela*, para diferenciarse y crear un posicionamiento más enfocado.

Los productos para uso femenino han mostrado los mayores incrementos de mercado, mientras que la mayor parte de categorías para varones se han visto estancadas o han decrecido, salvo desodorantes y fragancias masculinas que han mostrado una importante expansión en sus ventas en los últimos dos años.

Para el caso de productos peruanos, las preparaciones para el maquillaje a base de ingredientes naturales como las cremas de baba de caracol, concha de nácar, plantas naturales y frutos exóticos cuentan con un potencial superior a US\$ 11 millones apoyado en las recientes tendencias de mercado; los envíos peruanos de esta clase de productos se encuentran exentos de aranceles a diferencia de las importaciones provenientes de mercados europeos, importantes competidores del rubro, a las que se les aplica aranceles de hasta 18%. Otros productos que muestran oportunidades no aprovechadas son los perfumes y aguas de tocador (US\$ 11 millones de CPI), los cuales se encuentran libres de arancel para Perú y tienen como principales proveedores a mercados regionales como Argentina y México.

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

HS6	Producto	Principales Proveedores desde donde se importa		Comercio
		País	FOB	Potencial
611030	Suéteres, jerséis, pull - overs, chalecos y similares de fibras sintéticas	China	8 961	20 431
		Chile	4 888	

		India	1 485	
610910	Camisetas, de punto, de algodón para mujeres o niñas	China	7 694	17 450
		Brasil	2 440	
		Argentina	1 969	
611020	Suéteres, jérséis, pull - overs, chalecos y similares de algodón	China	4 869	13 012
		India	2 510	
		Chile	686	
610990	Camisetas, de punto, de materias textiles varias	China	3 011	9 345
		Z. Franca	1 608	
		Chile	1 023	
620520	Camisas de algodón para hombres o niños	China	3 772	7 677
		Z. Franca	1 190	
		Panamá	683	
620630	Camisas y blusas de algodón para mujeres o niñas	China	1 593	4 483
		India	915	
		Z. Franca	713	
611595	Calzas, panty medias, leotardos, calcetines y artículos de calcetería de algodón	China	2 431	4 046
		Chile	618	
		Z. Franca	404	
610510	Camisas, de punto, de algodón para hombres o niños	China	1 287	3 372
		Z. Franca	517	
		Panamá	381	
611120	Prendas y complementos de vestir, de punto, de algodón para bebés	China	1 082	3 147
		Argentina	553	
		Brasil	377	
610832	Camisones y pijamas, de punto, de fibras sintéticas para mujeres o niñas	China	1 760	2 044
		Argentina	104	
		Brasil	64	

\*Comercio Potencial determinado con cifras 2014

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

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

Las importaciones uruguayas de confecciones<sup>14</sup> sumaron US\$ 255 millones en 2014 y han mostrado un crecimiento medio anual de 12,1% en los últimos cinco años, tasa superior al incremento promedio de las compras totales de América Latina (1,8%) en similar periodo. Las

<sup>14</sup> Capítulos (HS02) 61 y 62

confecciones de punto representan 55% de las importaciones de confecciones del país, mientras que las prendas de vestir de tejido plano el porcentaje restante y han incrementado su presencia en los últimos años.

El principal proveedor de este mercado es, largamente, China con una participación de 43% en 2014, pese a los aranceles de 20% que se le aplica a las importaciones provenientes desde este país. Pese a ello, el crecimiento de las compras uruguayas de confecciones chinas se ha ralentizado en relación a otros proveedores como Chile, Brasil, España, Panamá, entre otros, cuyas importaciones se han incrementado en más de 30% promedio anual durante el periodo 2010 – 2014. Actualmente, Perú exporta principalmente textiles como tejidos e hilados a Uruguay, pero su penetración de mercado en cuanto a prendas de vestir aún es baja en relación a otros competidores regionales.

Las importaciones uruguayas de confecciones desde Argentina han caído a una media anual de 13,3% durante el último quinquenio, lo cual podría ser explicado por las restricciones para el otorgamiento de divisas en el mercado argentino. Pese a ello aún persiste la concentración de marcas originarias de este país a nivel retail, lo cual se evidencia en que de cada seis marcas ubicadas en los principales centros comerciales, aproximadamente 50% son argentinas. Sin embargo, las empresas minoristas en Uruguay están a la búsqueda de proveedores full package similares a los que proveen las marcas argentinas para minimizar riesgos.

Pese a su carácter conservador, el consumidor uruguayo se siente atraído por las nuevas tendencias que vienen del exterior, por lo que es un mercado propicio para introducir nuevas marcas y que los empresarios peruanos pueden aprovechar.

No obstante, en las partidas arancelarias de los capítulos de confecciones (61 y 62), al no definirse hasta la fecha los Requisitos Específicos de Origen (REO), a los productos peruanos no se les aplica el mencionado acuerdo. Así, las confecciones peruanas están sujetas al pago de derecho de aduana aplicado a terceros países (20 por ciento del valor CIF en promedio).

La mayor parte de consumidores regionales como Brasil, Colombia, Chile y México cuentan con desgravación total de aranceles de importación para esta clase de productos, por lo cual es necesario definir los REO para los capítulos 60, 61, 62 y 63 con Uruguay, para que las empresas peruanas logren el crecimiento de exportaciones a este mercado.

Entre los productos que muestran un comercio potencial indicativo (CPI) para confecciones de la oferta exportable peruana destacan, básicamente, prendas de vestir de punto como suéteres, jerséis y similares de fibras sintéticas (US\$ 20 millones de CPI); camisetas de algodón para damas (US\$ 17 millones); suéteres, jerséis y similares de algodón (US\$ 13 millones); camisetas de materias textiles varias (US\$ 9 millones), entre otras. Mientras que productos de tejido plano como las camisas de algodón para varones (US\$ 8 millones); y camisas y blusas de algodón para damas (US\$ 4 millones) también muestran oportunidades importantes.

#### **4. Anexos**

## Sector Metal - Mecánico: Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$									TCP % 14/06	Var. % 14/13	Productos
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014			
Filtros Lys S.A.	0	13	43	54	78	82	96	37	105	-	182.3	Filtros para lubricantes o carburantes
Soldex S.A.	0	0	0	0	0	50	108	233	104	-	-55.2	Electrodos recubiertos para soldadura
Grupo Klaus S.A.C.	0	0	0	0	0	110	96	204	27	-	-86.6	Llaves para cerraduras
Indeco S.A.	0	0	0	0	0	0	0	0	983	-	-	Conductores eléctricos
Cowdin S.A.C.*	0	0	0	0	0	0	0	0	195	-	-	Rodillos vibratorios
Sony Peru S.R.L.*	0	0	0	0	0	0	0	0	138	-	-	Computadores portátiles
Epson Peru S.A.*	0	0	0	0	0	0	0	0	87	-	-	Impresoras monocromáticas
Rochem Biocare Del Perú S.A.C*	0	0	0	0	0	0	0	0	78	-	-	Analizadores de gases o humos
Woox Innovations Peru S.A.*	0	0	0	0	0	0	0	0	47	-	-	Mini sistemas de audio
Peruana De Moldeados S.A.*	0	0	0	0	0	0	0	0	41	-	-	Máquinas extrusoras

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ Nota: \* Empresas reexportadoras o bajo el régimen de exportación para perfeccionamiento

## Sector Químico: Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$									TCP % 14/06	Var. % 14/13	Productos
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014			
Intradevco Industrial S.A.	0	0	0	0	532	433	765	609	1 468	-	141.2	Aromatizadores en spray Insecticidas a base de perimetrina Bases para detergentes industriales
Compañía Goodyear Del Perú S.A.	0	0	0	0	101	265	58	349	196	-	-43.8	Neumáticos radiales nuevos
Peruana De Moldeados S.A.	0	0	0	0	0	0	18	53	129	-	142.1	Vajilla y menaje de plástico Artículos para el transporte de plástico
Unilever Andina Perú S.A.	0	0	0	0	36	66	161	81	119	-	47.4	Preparaciones capilares
A W Faber Castell Peruana S.A.	0	0	0	0	1	1	62	93	109	-	17.3	Rotuladores y marcadores Pinturas al agua y acuarelas
Pronex S.A.	6	5	23	57	339	150	28	42	46	29.1	11.0	Materias colorantes de achiote
Rey Export Internacional S.A.C.	0	0	0	0	0	23	58	50	41	-	-17.4	Vajilla y menaje de plástico
Teva Perú S.A.	0	16	0	0	0	0	34	25	41	-	62.9	Medicamentos para uso humano
Laboratorios AC Farma S.A.	0	0	0	0	0	0	0	0	50	-	-	Productos inmunológicos
Productos Químicos Industriales S.A.	0	0	0	0	0	0	0	0	34	-	-	Silicato

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

## Sector Textil - Confecciones : Principales Nuevas Empresas

Empresa	Miles de US\$									TCP % 14/06	Var. % 14/13	Productos
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014			
Devanlay Peru S.A.C.	0	0	0	0	1 531	4 844	4 275	595	1 327	-	123.1	Camisas de punto de algodón Blusas de punto de algodón T-shirts de punto de algodón
Hilados Pacarán S.A.C.	0	0	0	0	0	123	690	1 004	1 153	-	14.8	Hilados de lana peinada de alpaca
Textil Carmelita S.A.C.	0	0	0	0	0	0	0	339	197	-	-41.8	Camisas de punto de algodón
Industrias Textiles De Sud América	40	67	57	26	53	48	129	200	150	18.1	-25.0	Hilados de lana peinada de alpaca Hilados de fibras sintéticas
Dracotex S.A.C.	0	0	0	0	4	89	72	142	131	-	-7.8	T - shirts y camisetas de punto de algodón
Arte Textil Latino S.A.	0	0	0	0	0	0	57	236	85	-	-63.9	Camisas de algodón
Confecciones Lancaster S A	0	3	4	8	6	7	201	242	38	-	-84.5	Hilados de fibras sintéticas
Jorge Antonio Chávez Ruiz	0	0	0	0	0	1	18	25	24	-	-5.0	Prendas de vestir de algodón y fibras sintéticas para bebés
La Colonial Fabrica De Hilos S.A.	0	0	0	0	0	0	0	20	23	-	10.8	Hilados de algodón
Algotex Perú S.A.C.	0	0	0	0	0	0	0	0	97	-	-	T - shirts de punto de algodón

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ