

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Informe Especializado

Oportunidades Comerciales
en el marco del Acuerdo de
Asociación Transpacífico

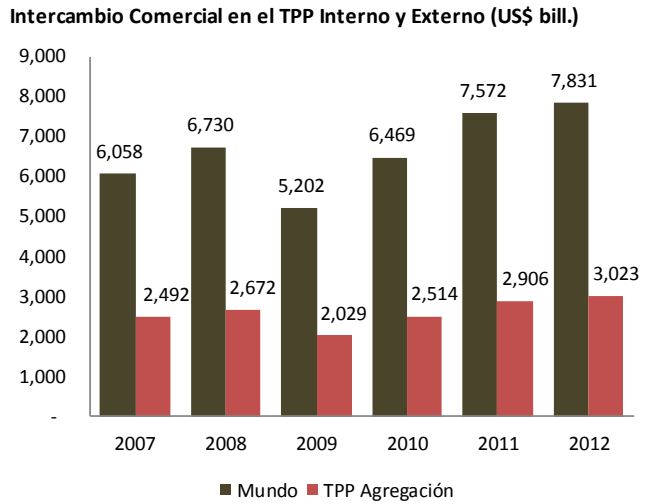


prom
perú

Oportunidades Comerciales en el marco del Acuerdo de Asociación Transpacífico

El Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP, por sus siglas en inglés) y conformado por Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, Estados Unidos, Malasia, México, Nueva Zelandia, Perú, Singapur y Vietnam, representa el proceso más ambicioso de negociación entre economías de tres continentes, del cual Perú participa desde marzo de 2010.

En 2012, los 11 miembros de este acuerdo llegaron a comercializar entre ellos US\$ 3,023 billones, lo que equivale al 39% del intercambio comercial de este bloque con el mundo. Adicionalmente, el intercambio comercial intra TPP creció a un ritmo anual de 3.9%. Estados Unidos es el principal importador y es el principal destino de las exportaciones de algunos miembros, como Canadá y México.



Fuente: Trademap

Elaboración: Promperu

1. Perú en el Acuerdo de Asociación Transpacífico

Durante el periodo 2008-2012, las exportaciones peruanas hacia los países miembros del TPP crecieron a una tasa promedio anual de 5.3% y en 2012, superaron los US\$ 12 mil millones. Se debe resaltar que Perú tiene acuerdos comerciales vigentes con EEUU, Canadá, Chile y México, mercados que se han convertido en importantes destinos de nuestras exportaciones (27% del total).

Exportaciones Peruanas Totales a Miembros del TPP (US\$ mill.)

País	2008	2009	2010	2011	2012	Crec. Prom. 12/08 (%)	Var. % 12/11	Tendencia
EEUU	5,902	4,771	6,087	6,025	6,203	2.2	3.0	
Canadá	1,950	2,311	3,329	4,232	3,445	13.4	-18.6	
Chile	1,745	731	1,373	1,947	2,029	3.7	4.2	
México	301	243	287	453	416	9.0	-8.1	
Australia	80	115	118	115	99	0.3	-13.8	
Vietnam	63	68	64	78	90	13.3	16.4	
Malasia	10	9	9	7	28	48.1	310.2	
Nueva Zelandia	13	12	14	19	26	18.4	38.6	
Singapur	4	8	7	8	21	38.6	170.3	
Brunei Darussalam			4			-	-	
Total	10,067	8,268	11,291	12,883	12,358	5.3	-4.1	

Fuente: SUNAT

Elaboración: Promperu

En 2012, el 69% de las exportaciones peruanas a este bloque correspondieron a productos tradicionales como oro en bruto, combustibles, minerales (cobre, molibdeno y plomo) y café. El 31% restante corresponde al sector no tradicional. En este rubro destaca el dinamismo de los envíos hacia Malasia (44.5%) y Australia (29.2%). Este se aceleró en 2012, explicado por las mayores ventas de cacao en grano hacia Malasia y espárragos frescos a Australia

Se debe resaltar que son 4,019 empresas las que actualmente exportan productos no tradicionales a este bloque, siendo Lima la región que concentra el mayor número de unidades empresariales (73%).

2. ¿A Cuánto asciende el comercio potencial?

El Comercio Potencial Indicativo¹ de Perú con los países miembros del TPP, calculado para el grupo compuesto por EEUU, Canadá, México y Chile es de US\$ 22 mil millones, es decir casi el doble de lo que se exporta actualmente a estos mercados. El CPI total para el grupo conformado por Australia, Vietnam, Malasia, Nueva Zelandia, Singapur y Brunei asciende a US\$ 23 mil millones, 89 veces más frente a lo que actualmente se envía.

Cabe indicar que este comercio potencial estará estrechamente relacionado con la competitividad de la oferta peruana en precios, agilidad para gestionar permisos fitosanitarios y desarrollar oferta exportable con valor agregado. Asimismo, estará ligado al comportamiento de las economías de los países miembros, las cuales tienen perspectivas económicas positivas en 2013 y 2014. Estados

¹ El Comercio Potencial Indicativo (CPI), utilizado por la International Trade Center, calcula el máximo valor de exportación que podría tener un país si dirigiera toda su oferta a un determinado mercado. En la práctica ello no ocurre pues los países diversifican, pero el CPI es útil si se compara entre países o bloques y a nivel de productos.

Unidos empieza a dar signos positivos de recuperación tras las mejoras en el sector inmobiliario, en tanto que los países emergentes de la región asiática, como Vietnam, Singapur y Malasia, reportarán tasas de PBI que bordearán el 5% en 2014, como resultado de la mayor demanda interna, bajas tasas de desempleo y probabilidades nulas de recesión.

▪ Cálculo del Comercio Potencial

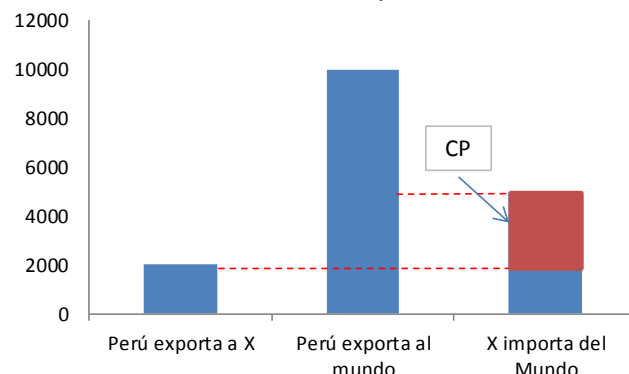
Para un mayor entendimiento del Comercio Potencial (CP), se muestran las dos situaciones posibles. El CP es lo máximo que podría aumentar la exportación de un producto a un país, si es que no se exporta a ningún otro.

En los gráficos de la derecha, Perú exporta un producto al país X y también al mundo. El país X compra este producto al mundo, por lo que el CP será el menor valor a elegir entre:

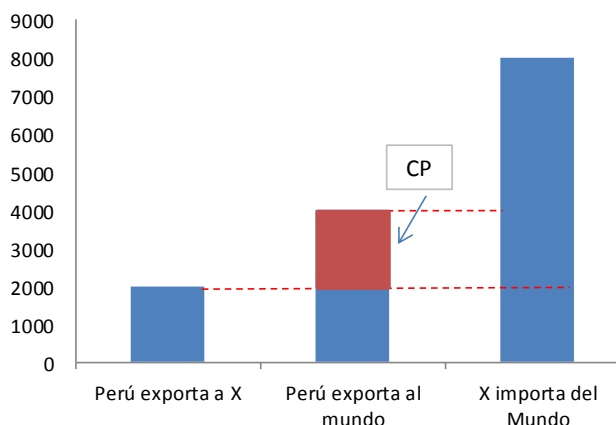
- ✓ Lo que Perú exporta al mundo menos lo que Perú ya exporta al país X, y
- ✓ Lo que importa el país X del mundo menos lo que Perú exporta del mundo.

En el gráfico se indica con un rectángulo en rojo el Comercio Potencial para cada caso.

Caso 1: Comercio Potencial Limitado por Demanda Externa



Caso 2: Comercio Potencial Limitado por Oferta peruana



3. Oportunidades comerciales

En este marco, PromPerú ha identificado los 15 productos no tradicionales con mayor potencial de crecimiento de las exportaciones hacia las economías miembros del TPP. Estos pertenecen a los rubros agroindustriales, confecciones de algodón, productos pesqueros y algunas manufacturas químicas. Así, las confecciones tienen oportunidades en Chile, México, Nueva Zelanda y Australia; productos alimenticios como café, uvas y frutas congeladas tienen oportunidades en Australia y Nueva Zelanda, mientras que la papa, mandarinas y mangos tienen un interesante potencial en Malasia. En tanto que Singapur se perfila como un interesante destino para las camisetas, suéteres, cacao, café y uva.

Principales Productos No Tradicionales con Comercio Potencial en el TPP (US\$ mill.), 2012	
Uvas frescas	271
Camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas	232
Potas y calamares congelados	221
Fosfatos de calcio	212
Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de propileno	132
Espárragos frescos	119
Demás preparaciones utilizadas p/ alimentación animal	118
Paltas frescas	106
Camisas de punto de algodón, para hombres o niños	101
Demás hortalizas en conserva (exc. en vinagre)	95
Mangos frescos	76
Camisas, blusas y polos, de punto de algodón, para mujer	67
Botellas, frascos y artículos similares	63
Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de etileno	62
Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado	55
Resto	2,176
Total	4,106

Fuente: Trademap; Elaboración: PROMPERU

Hay que tener en cuenta que en el conjunto de países donde Perú tiene poca presencia, el arancel promedio es relativamente bajo. Por ejemplo, en Singapur es de 0.1%, Australia y Nueva Zelanda es de 1.6%, mientras que en el resto de países oscila entre 5% y 7.6%. La provisión de productos se realiza mayormente desde países cercanos, siendo China y Singapur los más representativos, lo cual dificulta la exportación peruana. Por ello, es importante conocer las ventanas comerciales a lo largo del año e identificar en que productos Perú es competitivo en precios y en donde logra diferenciarse por calidad. Por ejemplo, en 2012 las importaciones de espárrago en Australia fueron lideradas por Perú, que además registró precio de exportación menores entre 16 y 32% frente al espárrago mexicano y estadounidense, respectivamente. En Nueva Zelanda ocurre algo parecido con el mango importado; en 2012 el precio de importación de mangos peruanos fue más bajo que el de Australia, México y la India en 55, 13 y 70%, respectivamente.

La presencia de proveedores sudamericanos es muy baja, sin embargo, Brasil y Chile marcan diferencia frente al resto de sudamericanos. Así, Brasil provee de café y jugo de naranja a Australia. En tanto Chile, exporta madera aserrada a Australia, uvas a Nueva Zelanda y trucha a Vietnam, principalmente. Brasil exporta más que Chile a este bloque, pero la oferta chilena es de tipo no tradicional y similar a la peruana, por lo que será la competencia directa o el socio estratégico en los nuevos mercados asiáticos.

En los siguientes cuadros se muestran los principales proveedores de los tres productos con mayor Comercio Potencial para Perú. Se han seleccionado los países donde Perú tiene menor presencia pero para los que se espera mejorar su participación con este Acuerdo. La competencia más dura se observa en el sector de confecciones y productos pesqueros, por la presencia de China dada su cercanía geográfica y menores precios. En el caso de uva fresca, la competencia es distinta pero además existen ventajas de producción a contraestación que permitirán ganar mercado. No está demás destacar que durante 2012 las importaciones de uva fresca por estos países tuvieron un buen desempeño si se compara con los otros dos productos.

Proveedores de uva fresca en miembros de TPP

Producto	Importaciones (millones US\$)	Var% 2012/11	Proveedores
Vietnam	95	24	China (55%), EEUU (19%), Australia (11.3%), Perú (5%)
Australia	53	35	EEUU (100%)
Singapur	47	6	EEUU (41%), Sudáfrica (23%), Australia (15%), Chile (6%)
Nueva Zelandia	33	13	EEUU (60%), Chile (22%), Australia (17%), Perú (1%)
Malasia	26	39	EEUU (36%), Sudáfrica (21%), China (15%), Chile (12%)
Brunei Darussalam	2	0	Singapur (76%), Australia (16%), EEUU (5%), Sudáfrica (4%)

Fuente: Trademap; Elaboración: PROMPERU

Comercio potencial de camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas

Producto	Importaciones (millones US\$)	Var% 2012/11	Proveedores
Australia	385	1	China (60%), Bangladesh (25%), India (3%), EEUU (2%)
Singapur	149	11	China (30%), Malasia (28%), India (8%), Bangladesh (7%)
Nueva Zelandia	64	-10	China (64%), Bangladesh (20%), India (2%), Australia (2%)
Malasia	51	17	China (37%), Bangladesh (10%), Tailandia (8%), Indonesia (7%)
Vietnam	10	0	China (47%), Hong Kong (32%), Indonesia (5%), Italia (3%)
Brunei Darussalam	3	-15	Singapur (62%), Tailandia (20%), Malasia (9%), Hong Kong (6%)

Fuente: Trademap; Elaboración: PROMPERU

Comercio potencial de calamares y potas congeladas

Producto	Importaciones (millones US\$)	Var% 2012/11	Proveedores
Vietnam	273	4	Hong Kong (29%), India (19%), China (15%), Omán (12%)
Australia	67	-3	China (57%), Tailandia (12%), Nueva Zelandia (12%), Taipei Chino (5%)
Malasia	36	-11	China (46%), Pakistán (11%), Myanmar (9%), Vietnam (8%)
Singapur	17	-15	China (28%), Indonesia (27%), Malasia (12%), Vietnam (10%)
Nueva Zelandia	7	11	China (75%), Tailandia (6%), Malasia (5%), Nueva Zelandia (5%)
Brunei Darussalam	1	17	China (48%), Singapur (26%), Tailandia (8%), Nueva Zelandia (6%)

Fuente: Trademap; Elaboración: PROMPERU