

## Guía de Mercado: Nicaragua



## Contenido

---

1.	Resumen ejecutivo .....	3
2.	Información general.....	4
3.	Situación económica y de coyuntura .....	4
3.1	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas .....	4
3.2	Evolución de los Principales Sectores Económicos .....	5
3.3	Nivel de Competitividad .....	5
4.	Comercio Exterior de Bienes .....	6
4.1	Intercambio Comercial de Bienes: Nicaragua con el Mundo .....	6
4.2	Intercambio Comercial de Perú con Nicaragua .....	6
5.	Acceso al Mercado.....	8
5.1	Medidas Arancelarias y no Arancelarias .....	8
6.	Oportunidades Comerciales .....	10
<b>6.1</b>	<b>Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales</b> .....	10
<b>6.2</b>	<b>Productos con potencial exportador</b> .....	10
7.	Tendencias del Consumidor .....	13
8.	Cultura de Negocios .....	13
9.	Links de Interés .....	13
10.	Eventos .....	13
	Comerciales .....	13
11.	Bibliografía .....	14

## 1. Resumen ejecutivo

De acuerdo al FMI, La economía de Nicaragua ha tenido un crecimiento sostenido de más de 4% en los últimos cinco años. El PBI ascendió a US\$12,693 millones en 2015 de acuerdo al Anuario de Estadísticas Macroeconómicas del Banco Central de Nicaragua. De acuerdo al BCN, la economía del país creció en 4.9% en el 2015.

La actividad económica continúa creciendo a una tasa cercana al 4%, mientras la inflación permanece baja y estable. El desempeño de la actividad económica se sustentó en la construcción y el comercio, los cuales han representado la principal fortaleza de la economía nacional durante 2015.

Por el lado de las importaciones, se observa un leve crecimiento de 0.8%. Sin embargo, las importaciones no petroleras registraron un crecimiento interanual de 9.8% a octubre de 2015. En este resultado se destacaron las importaciones de bienes de capital y materiales de construcción.

En 2015 el intercambio comercial de bienes de Nicaragua con el mundo ascendió a US\$ 10 534 millones, es decir 1,7% menos que el año anterior. Las exportaciones en los últimos 5 años crecieron en 19,6% y las importaciones también tuvieron un comportamiento positivo en 3,8%.

El comercio de bienes entre Perú y Nicaragua se incrementó en 5,4% en 2016, llegando a US\$ 36 millones. Este comercio ha sido históricamente superavitario para nuestro país. El último año se tuvo una balanza positiva de US\$ 22 millones. En el último quinquenio, las exportaciones peruanas a Nicaragua crecieron a una tasa promedio anual de 17,8% y en 2016 totalizaron US\$ 29 millones. Este comportamiento en las exportaciones peruanas está relacionadas con las mayores ventas de las preparaciones utilizadas para la alimentación de animales y las preformas pet que en conjunto se enviaron por un valor total de US\$ 10 millones en el 2016.

Dentro de los sectores no tradicionales, los que han tenido un comportamiento positivo en el 2016 corresponden al sector agropecuario, metalmecánico, minería no metálica y textil con 60.0%, 101.7%, 64.7% y 65.6% respectivamente. Por otra parte, para el caso de las exportaciones tradicionales fueron el zinc refinado y el petróleo y sus derivados los que registraron crecimientos importantes con respecto al 2015.

Nicaragua concede como mínimo un trato Nación Más Favorecida (NMF) a todos los Miembros de la OMC. Los importadores y exportadores nicaragüenses deben estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes del Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Asimismo, dependiendo de lo que se va a importar, se deben obtener permisos especiales en el Ministerio Agropecuario y Forestal, Ministerio de Salud, Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales, entre otros. Los importadores siempre deben recurrir a los servicios de un agente de aduanas autorizado para este proceso.

Los trámites de importación están a cargo de la Dirección General de Servicios Aduaneros<sup>1</sup>, a cargo de la administración de los servicios aduaneros en la facilitación del comercio exterior. Así como para los servicios al sector de las exportaciones, el Centro Trámites de las Exportaciones<sup>2</sup>. El Arancel de importación Centroamericano se puede consultar en: [www.aic.sieca.int](http://www.aic.sieca.int).

---

<sup>1</sup> [www.dga.gob.ni](http://www.dga.gob.ni)

<sup>2</sup> [www.cetrex.gob.ni](http://www.cetrex.gob.ni)

## 2. Información general



Nicaragua se encuentra ubicada en América Central, su capital es Managua. Es una República presidencialista, unitaria y soberana compuesta por 15 departamentos y 2 regiones autónomas. Está ubicada en el hemisferio norte, entre la línea ecuatorial y el trópico de Cáncer. Tiene una superficie aproximada de 130 370 km<sup>2</sup>, limita al norte con Honduras, al sur con Costa Rica, al oeste con el océano Pacífico y al este con el mar Caribe.

Es un país volcánico y tropical, en su interior alberga también dos grandes lagos: el lago Managua y el Gran lago de Nicaragua.

La población al 2016 fue de 6 millones de habitantes. De este total, el 69% de la población es descendiente de mestizos, un 17% de raza blanca, un 5% de raza indígena

americana. Cabe resaltar que la población es relativamente joven: el 66,9% de la población tiene entre quince y 65 años de edad, el 27,8% tiene menos de catorce años y solo un 5,1% de las personas que habitan el país ha pasado de los 65 años.

La mayoría de la población reside en la mitad occidental del país, con gran parte del crecimiento urbano centrado en la ciudad capital: Managua.

El español es el idioma oficial en este país. Con respecto a la religión, el 58.5 % de la población es católica, protestantes 23.2%, testigos de jehová 0.9%, y otros 0.9%, mientras que las personas sin religión representan el 15.7% restante.

## 3. Situación económica y de coyuntura

La actividad económica continúa creciendo a una tasa cercana al 4%, mientras la inflación permanece baja y estable. El desempeño de la actividad económica se sustentó en la construcción y el comercio, los cuales han representado la principal fortaleza de la economía nacional durante 2015.

Por el lado de las importaciones, se observa un leve crecimiento de 0.8%. Sin embargo, las importaciones no petroleras registraron un crecimiento interanual de 9.8% a octubre de 2015. En este resultado se destacaron las importaciones de bienes de capital y materiales de construcción.

En términos de las perspectivas para el cierre del año 2015, la estimación de crecimiento de la economía nicaragüense se mantiene en un rango entre 4.3% - 4.8 %. Asimismo, las menores presiones inflacionarias han motivado una revisión a la baja en la estimación de inflación de 2015, la cual se proyectaba entre 2% y 3%.

Para el año 2016, se espera un contexto internacional más favorable. En este entorno, se prevé una recuperación del dinamismo económico, con una estimación de crecimiento entre 4.5% 5%. Este crecimiento fue impulsado por el desempeño de la construcción, comercio y resto de actividades de servicios. En términos de inflación, esta estuvo en una tasa entre 5% - 6% para 2016.

### 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

De acuerdo al FMI, La economía de Nicaragua ha tenido un crecimiento sostenido de más de 4% en los últimos cinco años. El PBI ascendió a US\$12,693 millones en 2015 de acuerdo al Anuario de Estadísticas Macroeconómicas del Banco Central de Nicaragua. De acuerdo al BCN, la economía del país creció en 4.9% en el 2015.

El Gobierno estimaba en sus proyecciones de medio año que el PIB tendría un crecimiento de entre un 4.3% y 4.8%.

El Anuario de Estadísticas Macroeconómicas de 2015 también reflejaba un crecimiento del PIB per cápita, el cual pasó de US\$ 1,902 a US\$2,027.

Cuadro N° 01

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2013	2014	2015	2016	2017p
Crecimiento real del PBI (%)	4.5	4.7	4.5	4.5	4.3
PBI per cápita (US\$)	1 800	1 961	2 027	2 152	2 300
Tasa de inflación (%)	5.54%	6.43%	3.05%	3.13%	3.7%
Tasa de desempleo (%)	5.7%	6.8%	6.1%	6%	6.2%

Fuente: World Economic Outlook, FMI. Elaboración Promperpú

La divisa oficial de Nicaragua es el Cordoba (NIO). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD)

1 NIO = 0.0335811 US\$  
 Nicaraguan Cordoba ↔ US Dollar  
 1 NIO = 0.0336253 USD    1 USD = 29.7395 NIO  
 Fuente: XE.com / Elaboración: PROMPERU

### 3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

Nicaragua es un país agrícola y ganadero, cuenta con alrededor de 3.6 millones de hectareas, sin embargo 70% de estas no están siendo trabajadas. Las condiciones climáticas y las importantes reservas de agua para irrigación ofrecen oportunidades para la inversión en cultivos de alto potencial exportador. El mercado de orgánicos ha crecido en los últimos años, existiendo un gran potencial para los productos agrícolas como la miel, ajonjolí, café, hortalizas, frutas, entre otros.

Si bien es un mercado relativamente pequeño las extracciones de productos pesqueros están orientados al mercado internacional, incluyendo en ello los camarones costeros y las langostas espinosas, en su mayoría, estos son productos que son enviados como materia prima congelada y hacia mercados como Estados Unidos, Japón y mercados europeos.

En cuanto al sector minero, Nicaragua es uno de los mayores productores de metales preciosos de Centroamérica, principalmente oro y plata, con más de 7 787 Km<sup>2</sup> para exploración minera. Asimismo dentro de los minerales no metálicos que produce se encuentran el yeso, bentonita, piedra caliza, piedra cantera y mármol.

### 3.3 Nivel de Competitividad

Nicaragua se encuentra en la posición 127 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios de 2017. Este país disminuyó en 3 posiciones con respecto a 2016, debido principalmente a factores como apertura de un negocio (bajó 8 posiciones), obtención de electricidad (bajó 5 posiciones), comercio transfronterizo (bajó 8 posiciones) y obtención de créditos (bajo 4 posiciones).

Cuadro 02: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2017

Criterios	Nicaragua	Perú	Costa Rica	Colombia	Ecuador	Panamá	Argentina
<b>Global</b>	<b>127</b>	<b>54</b>	<b>62</b>	<b>53</b>	<b>114</b>	<b>70</b>	<b>116</b>
Apertura de un negocio	128	94	125	61	166	43	157
Manejo permiso de construcción	168	48	53	34	76	73	173
Obtención de electricidad	99	56	27	74	95	23	91
Registro de propiedades	146	38	52	53	69	84	114
Obtención de crédito	101	14	7	2	101	20	82
Protección de los inversionistas minoritarios	145	51	165	13	118	70	51
Pago de impuestos	176	107	62	139	137	170	178
Comercio transfronterizo	73	86	71	121	97	53	111
Cumplimiento de contratos	83	62	125	174	96	145	50
Resolución de insolvencias	103	77	107	33	157	133	98

Fuente: Doing Business 2017. Banco Mundial

Elaboración Promperú

#### 4. Comercio Exterior de Bienes

##### 4.1 Intercambio Comercial de Bienes: Nicaragua con el Mundo

En 2015 el intercambio comercial de bienes de Nicaragua con el mundo ascendió a US\$ 10 534 millones, es decir 1,7% menos que el año anterior. Las exportaciones en los últimos 5 años crecieron en 19,6% y las importaciones también tuvieron un comportamiento positivo en 3,8%.

Cuadro N° 03

Intercambio comercial de Bienes Nicaragua – Mundo (Millones de US\$)							
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var % Prom 2014/2010	Var % 14/13
Exportaciones	2 281	4 551	4 594	4 974	4 667	19.6%	-6.2%
Importaciones	5 047	6 030	5 499	5 746	5 866	3.8%	2.1%
Balanza Comercial	-2 766	-1 479	-905	-773	-1 199	-	-
Intercambio Comercial	7 328	10 580	10 093	10 720	10 534	9.5%	-1.7%

Fuente: Trademap. Elaboración Promperú.

Las importaciones de Nicaragua en 2015 sumaron US\$ 5 866 millones y tuvo una variación con respecto al 2014 de 2,1%. En 2015, los principales mercados proveedores de Nicaragua fueron Estados Unidos, China y México, y representaron 18%, 14% y 10%, respectivamente. Perú tuvo una participación de 0,4% del total importado.

##### 4.2 Intercambio Comercial de Perú con Nicaragua

El comercio de bienes entre Perú y Nicaragua se incrementó en 5,4% en 2016, llegando a US\$ 36 millones. Este comercio ha sido históricamente superavitario para nuestro país. El último año se tuvo una balanza positiva de US\$ 22 millones. En el último quinquenio, las exportaciones peruanas a Nicaragua crecieron a una tasa promedio anual de 17,8% y en 2016 totalizaron US\$ 29 millones. Este comportamiento en las exportaciones peruanas está

relacionadas con las mayores ventas de las preparaciones utilizadas para la alimentación de animales y las preformas pet que en conjunto se enviaron por un valor total de US\$ 10 millones en el 2016.

Cuadro N° 04

Información Comercial: Perú – Nicaragua (US\$ Millones)							
Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016	Var.% Prom. 16/12	Var.% 16/15
Exportaciones del Perú a Nicaragua	15	18	22	23	29	17.8%	27.6%
Importaciones del Perú desde Nicaragua	5	2	2	3	7	7.7%	155.9%
Balanza Comercial	10	16	19	20	22		
Intercambio Comercial	21	19	24	26	36	15.5%	41.5%

Fuente: SUNAT. Elaboración Promperú

- **Sectores Tradicionales y no tradicionales**

Dentro de los sectores no tradicionales, los que han tenido un comportamiento positivo en el 2016 corresponden al sector agropecuario, metalmecánico, minería no metálica y textil con 60.0%, 101.7%, 64.7% y 65.6% respectivamente. Por otra parte, para el caso de las exportaciones tradicionales fueron el zinc refinado y el petróleo y sus derivados los que registraron crecimientos importantes con respecto al 2015.

Cuadro N° 05

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2015	2016	Var.% 16/15
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>22</b>	<b>28</b>	<b>28.8%</b>
Agropecuario	9	14	60.0%
Químico	8	7	-4.2%
Metalmecánica	2	3	101.7%
Maderas y papeles	2	2	-15.9%
Minería no metálica	1	1	64.7%
Varios (INcl. Joyería)	0	0	-45.8%
Siderometalúrgico	1	0	-51.5%
Textil	0	0	65.6%
Pesquero	0	0	-59.3%
<b>TRADICIONAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0.7%</b>
Zinc refinado	0	1	54.3%
Petróleo y sus derivados	0	0	40.7%
Harina de pescado	0	0	-42.6%
Aceite de pescado	0	0	-100.0%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>23</b>	<b>29</b>	<b>27.6%</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración Promperú

A continuación se presenta los principales productos exportados a Nicaragua. Podemos observar que en los primeros 4 productos no tradicionales exportados al mercado nicaragüense en conjunto tienen 49% de participación dentro de los cuales tenemos las preparaciones para alimentación de animales, las preformas pet, galletas saladas y las placas y baldosas de cerámica. Para el 2016, los productos más dinámicos correspondieron a las uvas, las baldosas y placas y tiras de polímeros de etileno.

Cuadro 06: Principales productos no tradicionales exportados a Nicaragua

Cuadro N° 06

Nicaragua: Principales productos no tradicionales (US\$ Miles)									
Partida	Descripción	2012	2013	2014	2015	2016	Var. % Prom 16/12	Var.% 16/15	% Part. 2016
2309909000	Preparaciones utilizadas para alimentos para mascotas	3 128	6 442	7 165	7 089	9 255	31.2	30.6	32.7
3923302000	Preformas	0	0	0	652	1 878	-	187.8	6.6
1905901000	Galletas saladas	0	2	0	0	1 873	-	-	6.6
6908900000	Las placas y baldosas de cerámica, barnizadas o esmaltadas para pavimentación	444	477	370	625	971	21.6	55.4	3.4
0806100000	Uvas frescas	77	68	217	465	801	79.5	72.5	2.8
1902190000	Demás pastas alimenticias sin cocer	523	686	1 243	846	779	10.5	-7.9	2.8
4820200000	Cuadernos	1 180	1 450	685	1 060	720	-11.6	-32.1	2.5
1905310000	Galletas dulces	0	84	95	55	685	-	1 144	2.4
3923109000	Artículos para el transporte o envasado de plástico, tapones, tapas	516	376	540	603	526	0.5	-12.7	1.8
3004903000	Medicamentos para uso veterinario	148	220	365	758	440	31.3	-41.9	1.6
<b>TOTAL</b>		<b>14 318</b>	<b>16 343</b>	<b>19 730</b>	<b>21 969</b>	<b>28 301</b>	<b>18.6</b>	<b>28.8</b>	<b>100</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración Inteligencia de Mercados - PROMPERU

## 5 Acceso al Mercado

### 5.1 Medidas Arancelarias y no Arancelarias

#### • Medidas Arancelarias

Nicaragua concede como mínimo un trato Nación Más Favorecida (NMF) a todos los Miembros de la OMC. Los importadores y exportadores nicaragüenses deben estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes del Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Asimismo, dependiendo de lo que se va a importar, se deben obtener permisos especiales en el Ministerio Agropecuario y Forestal, Ministerio de Salud, Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales, entre otros. Los importadores siempre deben recurrir a los servicios de un agente de aduanas autorizado para este proceso.

Los trámites de importación están a cargo de la Dirección General de Servicios Aduaneros<sup>3</sup>, a cargo de la administración de los servicios aduaneros en la facilitación del comercio exterior. Así como para los servicios al sector de las exportaciones, el Centro Trámites de las Exportaciones<sup>4</sup>. El Arancel de importación Centroamericano se puede consultar en: [www.aic.sieca.int](http://www.aic.sieca.int).

Adicionalmente es importante considerar los siguientes gravámenes adicionales a las importaciones:

- Impuesto sobre el Valor Añadido: 15%
- Tasa por Servicios a la Importación de Mercancías (TSIM), que es una comisión aduanera de 0,50 dólares EE.UU., o su equivalente en moneda nacional, por cada tonelada bruta o fracción, aplicable a toda importación;

<sup>3</sup> [www.dga.gob.ni](http://www.dga.gob.ni)

<sup>4</sup> [www.cetrex.gob.ni](http://www.cetrex.gob.ni)

- Impuesto Selectivo de Consumo (ISC), que se aplica a un número limitado de productos no esenciales.

En el siguiente cuadro se va analizar el arancel aplicado a los principales productos no tradicionales destacados en la sección anterior

Cuadro N° 07

Nicaragua: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	2309909000	Preparaciones utilizadas para alimentos para mascotas	1	Perú 43.3% Costa Rica 26% EEUU 15%	15%	15%
2	3923302000	Preformas	3	El Salvador 41.3% Costa Rica 39.3% Perú 7.1%	5%	5%
3	1905901000	Galletas saladas	5	Honduras 34.4% Costa Rica 26.8% El Salvador 22.9%	5%	5%
4	6908900000	Las placas y baldosas de cerámica, barnizadas o esmaltadas para pavimentación	5	México 52.4% España 14.8% Costa Rica 12.5%	15%	15%
5	0806100000	Uvas frescas	1	Perú 32.2% EE UU 24.6% Chile 17.8%	15%	15%
6	1902190000	Demás pastas alimenticias sin cocer	2	Costa Rica 73.9% Perú 19.9% Chile 2.7%	15%	15%
7	4820200000	Cuadernos	3	México 45.6% Honduras 19.6% Perú 15.7%	0%	0%
8	1905310000	Galletas dulces	3	Costa Rica 68.1% El Salvador 8.7% Perú 6.3%	0%	0%
9	3923109000	Artículos para el transporte o envasado de plástico, tapones, tapas	4	Costa Rica 30.9% EE UU 22.4% México 18.5%	10%	10%
10	3004903000	Medicamentos para uso veterinario	11	El Salvador 24.1% Costa Rica 21.8% México 14.5%	0%	0%

Fuente: TradeMap Elaboración: Promperú

- **Medidas No Arancelarias**

En cuanto a las normas y requisitos técnicos, las principales leyes en esta esfera son la Ley N°219, Ley de Normalización Técnica y Calidad y su reglamento, y la Ley N°225 o Ley sobre Metrología y su reglamento.

El Centro de Información de Obstáculos Técnicos al Comercio<sup>5</sup> asiste a los usuarios en la identificación de normas específicas.

Las importaciones de ciertas categorías de productos están sujetas a un régimen de licencias no restrictivo en forma de autorizaciones previas, que se aplica por motivos de protección del interés público y/o el interés nacional.

## 6. Oportunidades Comerciales

### 6.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

No tenemos a la fecha un acuerdo comercial con Nicaragua.

### 6.2 Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Nicaragua. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Nicaragua (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, 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. De otra parte, 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.

**Cuadro N° 8: Agro**

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 (Millones US\$6)	Arancel Perú	Participación Competidores -2016
180690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en recipientes o envases	Estrella	6	15%	México 36% EE UU 23.8% Costa Rica 15.3%
080610	Uvas frescas	Estrella	3	15%	Perú 32.2% EE UU 24.6% Chile 17.8%
080430	Piñas "ananás", frescas o secas	Prometedor	0.3	15%	Costa Rica 99.9% Honduras 0.1%
180610	Cacao en polvo con adición de azúcar ni otro edulcorante	Prometedor	0.5	15%	México 82.9% Costa Rica 11.3% EE UU 5.6%
080550	Limonos "Citrus limon, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos	Prometedor	0.3	15%	Honduras 61.2% El Salvador 38.8%
080520			0.1	15%	Costa Rica 80%

5

<http://www.mific.gob.ni/QUEEELSISTEMANACIONALDELA CALIDAD/SISTEMANACIONALDENORMALIZACION/tabid/123/language/en-US/Default.aspx>

	Mandarinas, incl. las tangerinas y satsumas; clementinas, wilkings e híbridos simil. de agrios	Prometedor			Honduras 18.6% El Salvador 1.4%
070820	Judías "porotos, alubias, frijoles, fréjoles" "Vigna spp.", "Phaseolus spp.", frescas	Prometedor	0.1	15%	Costa Rica 100%
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	Prometedor	0.1	15%	Honduras 100%
091030	Cúrcuma	Prometedor	0.1	10%	Costa Rica 75% India 25%

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

## Cuadro N° 9: Pesca

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores - 2016
030627	Camarones y langostinos, incluso ahumado, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, secos	Estrella	8 001	10%	Honduras 100%
160413	Preparaciones y conservas de sardina, de sardinela y de espadín, enteros o en trozos	Estrella	7 312	15%	Tailandia 80.2% Costa Rica 13.1% Ecuador 4.4%
160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito "Sarda spp.", enteros o en trozos	Estrella	4 656	15%	Costa Rica 49.3% El Salvador 24.1% Tailandia 18.1%
030354	Caballa "Scomber scombrus, Scomber australasicus, Scomber japonicus" congelada	Prometedor	293	0%	Costa Rica 73.7% Ecuador 22.5% Perú 3.8%
030799	Moluscos, aptos para el consumo humano, incluso con cáscara, ahumados, congelados, secos, salados	Prometedor	113	10%	EE UU 100%
030499	Congelados de carne de pescado	Prometedor	71	15%	EE UU 98.6% El Salvador 1.4%
030739	Mejillones "Mytilus spp. Perna spp.", Ahumados, congelados, secos, salados o en salmuera	Prometedor	66	10%	Chile 100%
030549	Pescado ahumado, incl. filetes	Prometedor		15%	EE UU 100%

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

## Cuadro N° 10: Confecciones

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores - 2016
611790	Partes de prendas o de complementos "accesorios" de vestir, de punto	Estrella	89	15%	EE UU 99.4% China 0.3% El Salvador 0.2%
611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto	Estrella	5	15%	El Salvador 93.2% España 3.3% México 1.5%

631090	Trapos de todo tipo de materia textil, así como cordeles, cuerdas y cordajes, de materia textil	Prometedor	4	10%	EE UU 98.5% Canadá 1.5%
630790	Artículos de materia textil, confeccionados, incl. los patrones para prendas de vestir	Estrella	3	15%	EE UU 54.4% México 26.5% China 13.5%
610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil (exc. de algodón)	Estrella	2	15%	China 41.9% El Salvador 31.3% España 13.7%
621710	Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, de todo tipo de materia textil	Prometedor	2	15%	El Salvador 52.3% EE UU 40.4% Corea 5.7%
610520	Camisas de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños	Prometedor	1	15%	China 91.5% México 6% España 1.3%
610463	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de fibras sintéticas	Prometedor	0.4	15%	China 83% EE UU 4% España 3.2%
611130	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de fibras sintéticas, para bebés	Prometedor	0.2	15%	EE UU 88.2% España 8.8% China 1%

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

Cuadro N° 11: Manufacturas diversas

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores -2016
854449	Conductores eléctricos, para una tensión <= 80 V	Estrella	117	0%	México 81.4% Costa Rica 10.1% China 2.2%
853690	Aparatos eléctricos para corte, seccionamiento, protección, derivación, empalme o conexión	Estrella	59	0%	México 70.6% EE UU 20.3% Alemania 3.7%
853710	Cuadros y armarios de interruptores y combinaciones simil. de aparatos, para control	Estrella	32	10%	México 61.2% Corea 12.6% Costa Rica 8%
854420	Cables y demás conductores eléctricos coaxiales, aislados	Prometedor	14	5%	México 88.4% EE UU 6.6% Argentina 2.8%
841810	Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	Prometedor	12	15%	México 64.3% Colombia 10.8% Costa Rica 10.2%
842230	Máquinas y aparatos para llenar, cerrar, tapar o etiquetar botellas, botes o latas	Prometedor	7	10%	Italia 39.7% México 32.6% EE UU 13.2%
940600	Construcciones prefabricadas	Prometedor	6	15%	EE UU 49.9% Rusia 13.3% México 9.4%
844180	Máquinas y aparatos para el trabajo de la pasta de papel, del papel o cartón	Prometedor	6	0%	EE UU 79.5% Hungria 16.6% El Salvador 1.9%
848190	Partes de artículos de grifería y de órganos de regulación simil	Prometedor	5	0%	Noruega 85.1% EE UU 5.5% México 1.9%
854720	Piezas aislantes para electricidad, de plástico	Prometedor	4	0%	Alemania 72.8% Japón 24.2% Bélgica 0.4%

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

## 7. Tendencias del Consumidor

El número de supermercados que operan en Nicaragua pasó de 130 en 2012 a 155 en el 2016. A medida que incrementa el poder adquisitivo y el consumo incrementa su nivel de sofisticación, crece la tendencia de los nicaragüenses por realizar sus compras en este tipo de establecimientos más que en las tradicionales "pulperías".

Existen nichos de mercados en la alimentación saludable y en la generación milenians. Una de las tendencias son los temas de sostenibilidad, pues hay aproximadamente el 27% de centroamericanos que se preocupan por el medioambiente

La principal preocupación de los consumidores en Nicaragua es el costo de los alimentos que se combina con la percepción de insuficiencia en el aumento de los ingresos para compensar los incrementos en los precios. Según la Encuesta de Confianza del Consumidor que retoma el primer Informe de Coyuntura Económica 2016 de la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (Funides), al 49% de la población le preocupan los precios de los alimentos. El 60 % de los consumidores cree que los ingresos son insuficientes para compensar los niveles de inflación

Los nicaragüenses compran cada vez mayor cantidad de calzado y prendas de vestir importadas, sólo en los primeros 9 meses del 2016 las importaciones de estos productos aumentaron en 9.51% en valor.

## 8. Cultura de Negocios

A continuación se lista algunos aspectos de la cultura de negocios de Nicaragua:

- En Nicaragua, la costumbre es manejar los negocios lo más cerrado posible a la participación de extraños. En su mayoría, las MIPYMEs son empresas individuales y familiares.
- Las sociedades limitadas y anónimas son propiedad de un número definido de socios y no están abiertas a la inversión de personas ajenas a ese círculo cerrado, que generalmente lo componen familiares o amigos.
- El mercado nicaragüense se caracteriza por los aspectos favorables y desfavorables, como altas tasas de crecimiento en algunos sectores, los aumentos en la producción y la inversión extranjera, sino también a la burocracia generalizada y un sistema judicial corrupto.
- El código de vestimenta para las negociaciones es formal y en tonos oscuros. Muchos ejecutivos han estudiado en Estados Unidos o han realizado una maestría en aquel país.
- El nicaragüense realiza muchas preguntas, a modo de conocer mejor a las personas, es una persona amable y hospitalaria que siempre está dispuesta a prestar ayuda y amistad.
- La cultura nicaragüense es patriarcal y no se caracteriza por su puntualidad.
- Al negociar es importante contar con abogados o asesores fiscales o jurídicos. Es conveniente también ver la posibilidad de contar con un socio local.

## 9. Links de Interés

**Cuadro N° 12**

Entidad	Enlace
ProNicaragua:	<a href="http://pronicaragua.gob.ni/">http://pronicaragua.gob.ni/</a>
Ventanilla única de comercio exterior en Nicaragua	<a href="http://www.vucen.gob.ni/es">http://www.vucen.gob.ni/es</a>
Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria	<a href="http://www.inta.gob.ni/">http://www.inta.gob.ni/</a>
NicaraguaCompra	<a href="https://www.gestion.nicaraguacompra.gob.ni/sisca/portal">https://www.gestion.nicaraguacompra.gob.ni/sisca/portal</a>
Ministerio de Fomento, Industria y Comercio - MIFIC	<a href="http://www.mific.gob.ni/">http://www.mific.gob.ni/</a>
Cámara de Industrias de Nicaragua	<a href="http://www.cadin.org.ni/">http://www.cadin.org.ni/</a>
Dirección General de Servicios Aduaneros	<a href="http://www.dga.gob.ni/">http://www.dga.gob.ni/</a>

## 10. Eventos Comerciales

**Cuadro N° 13: Ferias internacionales**

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
-------------------------------------	--------	-------	-------	--------

Feria de la Construcción – FERCON 2017	Manufacturas diversas	Managua	01/04/2017 – 04/04/2017	<a href="https://www.construccion.org.ni/fercon-2017/">https://www.construccion.org.ni/fercon-2017/</a>
Expo Hogar	Manufacturas diversas	Managua	16/06/2017 – 18/06/2017	<a href="http://www.cadur.org.ni/comunicaciones/101-feria-expo-hogar.html">http://www.cadur.org.ni/comunicaciones/101-feria-expo-hogar.html</a>
EXPOAPEN 2017	Multisectorial	Managua	01/09/2017 – 02/09/2017	<a href="http://expoapen.apen.org.ni/">http://expoapen.apen.org.ni/</a>

### 11. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI): [www.imf.org](http://www.imf.org)
- Euromonitor International: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- Doing Business: [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- CIA, TheWorldFactbook: [www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- Trading Economics: [es.tradingeconomics.com/](http://es.tradingeconomics.com/)
- Trademap [www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- Market Access Map: [www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- Auma: [www.auma.de](http://www.auma.de)

Actualización: Mayo 2017