

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Ficha Sectorial: Nicaragua

MDV- Línea de Equipamiento para la Industria
alimentaria

Junio 2016



Nicaragua

1. Datos generales

Nombre oficial	República de Nicaragua
Capital	Managua
Idioma	Español
Moneda	Córdoba
Población (2016)	6 Millones

Fuente: World FactBook

Elaboración: PROMPERU

2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	4.7	4.0	4.3
PBI Per cápita (US\$)	1,905	1,965	2,064
Tasa de Inflación (%)	6.0	5.4	7.0

Fuente: FMI

Elaboración: PROMPERU

(*) Datos estimados

3. Información del Sector en Nicaragua

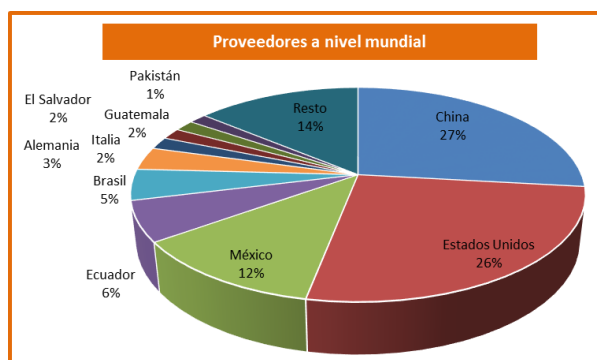
- En Nicaragua, la gran mayoría de las áreas productivas están cercanas a la costa y, por tanto, presentan potencial para hacer uso de las principales rutas marítimas de comercio.
- Por su ubicación y clima tropical, tiene un gran potencial de producción agrícola durante todo el año.

4. Importación Mundial: Línea de Equipamiento para la industria alimentaria en Nicaragua (2015)

Ranking de Productos Importados (US\$ millones)						
HS 6	Descripción	2013	2014	2015	Var. 15/14	Part. 15
Total		45	39	43	10.8	100.0
732111	Aparatos de cocción y calentaplato	8	7	8	21.1	18.6
841830	Congeladores-conservadores horizontales del tipo arca	3	3	5	34.9	10.8
841869	Demás materiales, máquinas y aparatos para la producción de frío	2	3	3	8.3	7.7
850940	Trituradores y mezcladores de alimentos; exprimidoras de frutas	2	3	3	24.9	7.3
843890	Partes de las demás máquinas y aparatos para la preparación industrial	4	1	2	51.9	5.2
843710	Máquinas para la limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos	1	3	2	-22.1	4.9
843390	Partes de máquinas, aparatos y artefactos p. cosechar o trillar	2	2	2	10.2	4.0
732393	Artículos de uso doméstico y sus partes, de acero inoxidable	1	2	2	-2.4	3.5
841989	Los demás aparatos y dispositivos para la preparación de bebidas	2	3	1	-52.8	3.4
843850	Máquinas y aparatos para la preparación de carne	1	1	1	-10.2	3.0
843790	Partes de máquinas para la limpieza, clasificación o cribado de semilla	1	1	1	65.9	2.9
841931	Secadores, para productos agrícolas.	2	1	1	-18.5	2.7
841990	Demás aparatos y dispositivos para licuefacción de aire o gases	1	1	1	44.7	2.7

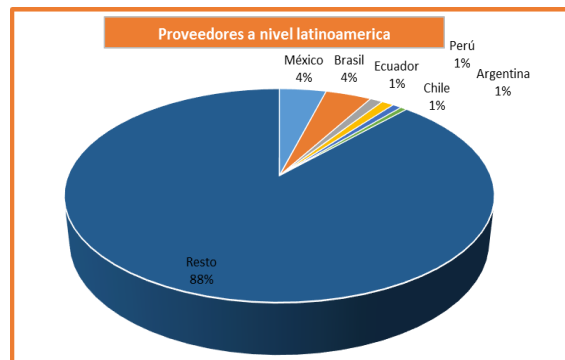
Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ



Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ



5. Exportaciones Peruanas de Equipamiento para la industria alimentaria (US\$ miles)

Partida Nacional - Descripción	2013	2014	2015	Var. 15/14	Part. 15
Total	0	251	48	-81.00%	100%
8417809000 - los demás hornos		-	44	-	91%
8438809000 - demás máquinas para la fabricación industrial		-	4	-	9%
8516790000 - los demás aparatos electro térmicos de u		0	-	-100%	0%
8419899900 - los demás autoclaves		115	-	-100%	0%
7323931000 - artículos		135	-	-100%	0%

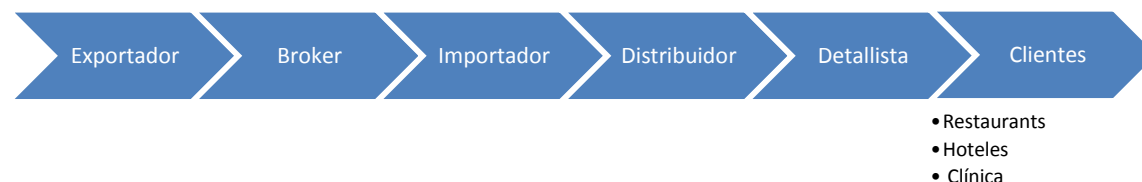
Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

6. Acceso al Mercado

Acuerdos Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> Perú no cuenta con un acuerdo comercial con Nicaragua. Los importadores y exportadores locales deben estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
Aranceles	<ul style="list-style-type: none"> Los importadores siempre deben recurrir a los servicios de un agente de aduanas autorizado Los aranceles aplicados en el 2015 oscilan en 14.25% para productos del sector agricultura y para los manufacturados en 3.28%.
Otros Impuestos	<ul style="list-style-type: none"> La tasa de Impuesto al Valor Agregado que se debe pagar es de 15% (http://www.dgi.gob.ni/interna.php?sec=56) 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
Estándares	<ul style="list-style-type: none"> Reglamento técnico centroamericano de la industria de alimentos, buenas prácticas de manufactura, principios general Ver

7. Canales de Comercialización / Empresas con Presencia en el Mercado

- Los canales de distribución más utilizados por las empresas extranjeras son a través de representantes o agentes, distribuidores locales. En algunos casos y dependiendo del producto o servicio, se podría vender directamente a los clientes finales.
- Asimismo, mientras más se comercialice la pre-venta y cuanto más se requiera del servicio y soporte post-venta para un producto, más importante es tener un agente o un distribuidor local.
- Muchas empresas llegan a acuerdos de distribución con un importador que a la vez distribuye en el país.
- Distribuidores:
 - Distribuidora del Caribe: <http://www.distcaribe.com/>
 - Aluminios Dalila S.A. – ALUDASA: http://www.directorioexpoamerica.com/por_categoria2.php?categoria=121
 - Cocinas Industriales de Nicaragua
 - Empresa Mi Fogón: <http://cocinamifogon-nicaragua.weebly.com/>
 - Best: <http://www.best.com.ni/>
 - Sinter: http://www.sinter.com.ni/?page_id=1531



8. Tendencias y Perspectivas del Sector

- Nicaragua está ubicada en el centro de las América Central, a dos horas de vuelo de las principales ciudades de Estados Unidos, a cuatro días por tierra hacia México, así como potencia el ingreso a mercados vecinos vía terrestre en menos de un día.
- El marco legal está referido a la Ley de Promoción de Inversiones Extranjeras (Ley N° 344), vigente desde mayo de 2000. Cuyo propósito es atraer inversiones extranjeras a este mercado, cuyo principio fundamental es la igualdad de derechos entre inversores nacionales y extranjeros.
- La baja población del país exige la mecanización del sector agrícola para mejorar la productividad.
- El número de hoteles se ha incrementado en 6.5% en el 2015, ya que se incrementaron de 992 a 1,057.
- Para este año se estima¹ que el sector pueda crecer en 5% respecto al 2015, debido a las nuevas inversiones hoteleras que se están desarrollando en playas y otras en ciudades turísticas como Granada, donde la demanda de los servicios hoteleros está en crecimiento por un mayor tráfico de personas en dichas zonas.

9. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Ciudad	Fecha	Enlace	Part.de PROMPERU
III Feria Hotelera, Nicaragua 201	Managua	12 Octubre 2016	http://www.asociaciondehoteles.com.ni/anuncian-iii-feria-hoteler/	No

Fuente: AUMA

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

10. EMBAJADA DEL PERÚ EN NICARAGUA (*)

Embajador del Perú en la República de Nicaragua	Alfredo José Castro Pérez-Canetto
Dirección	Hospital Militar (1 Cuadra al Lago, 2 Cuadras Abajo) Casa N° 325, Barrio Bolonia, Managua, Nicaragua - Casilla Postal: 211
Teléfono	(505) 22666757 y 22668678
E-Mail	embajadaperunic@gmail.com

(*) No hay OCEX en Nicaragua

¹ Asociación de Hoteles de Nicaragua (Ashotnic)