

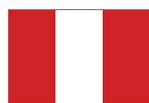


Ficha

PRODUCTO-DESTINO

Sector carnes

Setiembre 2016



Contenido

Generalidades del producto.....	2
Características del mercado peruano	2
Características del sector	3
Intercambio comercial de Perú con el mundo	4
Carne bovina	6
Carne ovina	7
Pescado y productos del mar	8
Despojos y subproductos cárnicos.....	10
Intercambio comercial entre Uruguay y Perú.....	12
Empresas importadoras peruanas	13
Precio promedio de referencia	14
Proveedores	15
Aranceles.....	17
Medidas no Arancelarias.....	18
Requisitos de acceso al mercado	18
Tributación	19
Etiquetado.....	20
Canales de distribución	21
Principales puntos de ingreso	21
Precios de fletes internacionales	22
Logística y comercialización	23
Empresas de transporte internacional de mercadería entre Perú y Uruguay.....	23
Ambiente de negocios.....	24
Ferias internacionales	25
Páginas web de interés	26

Generalidades del producto

En la presente ficha analizaremos partidas y sub partidas racionadas con los productos cárnicos de la especie ovina, bovina y pescados.

0201- Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada.

0202- Carne de animales de la especie bovina, congelada.

0204- Carne de animales de la especie ovina o caprina, fresca, refrigerada o congelada.

0206- Despojos comestible de animales de la especie bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal, o mular, frescos, refrigerados o congelados.

03 - Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos.



Características del mercado peruano

Con 31,2 millones de personas Perú cuenta con ricos yacimientos de cobre, plata, oro, plomo, entre otros recursos, por ello es identificado por un país mega diverso por sus variedades en toda su extensión.

Perú ha logrado grandes avances macroeconómicos con tasas de crecimiento del PIB muy dinámicas, tasas de cambio estables y baja inflación. En la última década Perú triplicó su PBI como resultado de su crecimiento económico, logrando llegar a una economía de ingresos medio, medio-alto. Si analizamos el producto según sector de actividad se observa una amplia participación de los servicios (58,5%), seguido de la industria (34,5%) y la agricultura (7%).

Dentro de la región es una de las economías con más rápido crecimiento anual, lo cual ha sido impulsado por la promoción y la diversificación de la oferta exportable, el alza de los precios mundiales de los “commodities” y políticas de mercado favorables a los inversionistas.

Según el FMI Perú es una “estrella en ascenso” que cuenta con fundamentos sólidos y políticas prudentes que hacen que goce de una gran estabilidad, ello ha contribuido a liberalizar aun más el comercio, aumentando la inversión extranjera directa y su apertura al mundo firmando varios acuerdos internacionales. El Banco Mundial lo definió en 2015 como el segundo país con mayor facilidad para hacer negocios de América Latina y el Caribe; ubicándose en el puesto 50 de 189 economías.

Su economía está totalmente dolarizada, se puede pagar tanto en dólares como en nuevos soles. Los niveles de pobreza y desempleo han disminuido notablemente en la última década lo que dio como consecuencia su gran avance en relación a la región.

Perú ha firmado varios tratados de libre comercio lo que cubre el 95% de sus exportaciones. Los acuerdos más relevantes son con Estados Unidos, China, Tailandia, la Unión Europea, entre varios otros.

Características del sector¹

El consumo de la carne refrigerada ha venido en aumento en los últimos años. En Perú se percibe favorablemente los alimentos frescos por tres razones principales, tienen menor costo, mejor sabor y contienen más nutrientes. Sin embargo, la carne refrigerada y la carne congelada no son competidoras dado que llegan a diferentes segmentos de mercado.

El precio unitario promedio de la carne se incrementó un 3% en 2015, acompañando el incremento de los precios del país. Como resultado, los consumidores de ingresos medios fueron incitados a adquirir dichos productos en un año donde el PBI tuvo un crecimiento lento.

Los productos congelados no son típicos en los hogares, y resulta particularmente difícil para aquellos que perciben bajos ingresos o donde el suministro de electricidad es insuficiente. Este último, constituye el principal impedimento para el consumo de tales productos en el hogar.

La carne procesada refrigerada se utiliza para las comidas rápidas como sándwiches y se ingiere principalmente para el desayuno o el refrigerio, mientras que los productos congelados, al necesitar una mayor elaboración, se consumen generalmente en el almuerzo o la cena.

Los formatos más populares de carne son los frukfurters, la mortadela, el jamón y el chorizo. En relación a los frakfruters se consumen a base de carne roja, incluida la carne de cerdo, de res, o de aves donde cada año crecen sus ventas ya que son considerados los más saludables.

El consumo de carne de pescado ha incrementado sustancialmente su cuota de mercado, representando el 56% de las ventas totales de carne en 2015, y con un crecimiento de las ventas en el orden del 9% respecto al año previo. Este desempeño se debe a las ventas de atún y caballa, incluyendo estos productos en platos principales por ejemplo con arroz, o en las ensaladas como la lechuga.

Las aves congeladas representan un 52% de las ventas donde las nuggets o las hamburguesas son los alimentos preferidos que se venden a través de tiendas modernas y tradicionales.

Para el sector analizado las empresas locales continúan liderando tanto en carnes refrigeradas como en mariscos, la razón fundamental es que estos productos tienen una vida útil limitada y por ello pocas empresas internacionales se arriesgan a invertir en esta categoría, asimismo las marcas locales generan confianza en los consumidores.

Braedt SA lidera con una cuota del 18% seguida por Laive SA (14%), quien cuenta con marcas diferenciadas según el segmento de mercado al cual apunta: “La Preferida” dirigida a consumidores de ingresos medios-bajos, y “Laive” Suiza dirigido a los consumidores de mayor poder socio-económico.

Para el sector de pescados encontramos la empresa “GW Yichang & Cía SA” con una cuota de valor del 36%, la que ofrece dos marcas, Florida y Compass, con descuentos y ofertas con el fin de captar clientes. El segundo mayor competidor es Molitalia, con su marca Fanny.

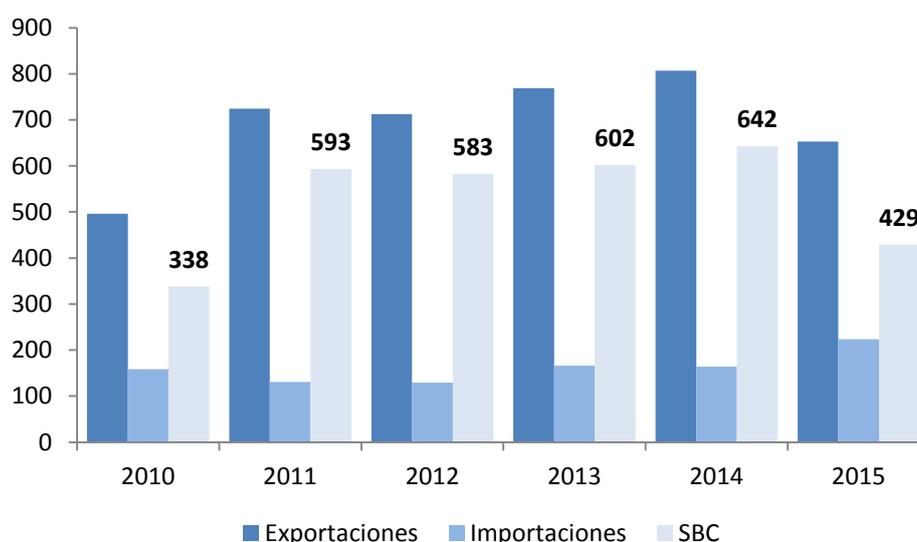
¹ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Euromonitor.

Intercambio comercial de Perú con el mundo

El comercio de carnes² de Perú con el mundo fue creciente entre 2010 y 2015 registrando tasas promedio de crecimiento del 4,9% y mostrando saldos favorables en su balanza comercial. Lo anterior es consecuencia de una presencia más fuerte de las exportaciones de estos productos en comparación con las importaciones. No obstante, en el período bajo análisis es posible identificar un mayor dinamismo en las importaciones de carne (7,1%) en comparación con el comportamiento de las ventas externas, que crecieron aunque en menor medida (5,6%).

Las exportaciones peruanas de carne representaron el 2,0% del total exportado por el país en 2015, con lo cual puede inferirse que las carnes resulta un producto marginal en la canasta exportadora de Perú. El mismo comportamiento se evidencia en términos de importaciones, que tienen una participación de apenas 0,6% en el total de las compras externas efectuadas por dicho mercado en 2015.

**Gráfico N° 1 – Intercambio Comercial de Carnes entre Perú y el Mundo
Años 2010-2015 (Millones US\$)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map

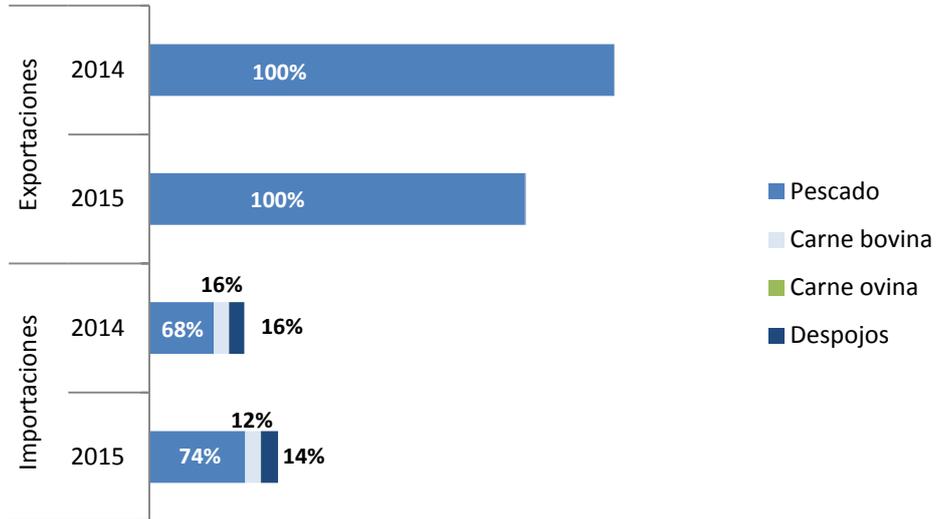
Los principales mercados de destinos en 2015 fueron Estados Unidos, España y Francia, que representaron respectivamente el 30,2%, 18,8% y 9,9% del total de carne exportada por Perú. Mientras que los principales proveedores de dicho producto fueron países de la región y en particular Chile, Ecuador y Argentina con una participación del 26,5%, 23,9% y 9,7% respectivamente, se encuentran mejor posicionados en el ranking.

Si analizamos el comercio de carnes desagregado según producto, es posible observar que las exportaciones cárnicas de Perú se explican por las ventas de pescado, siendo las exportaciones de los productos remanentes puramente marginales.

² Nota: Se entiende como "carnes" la carne bovina (NCM 0201-0202), el pescado (NCM 03), carne ovina (NCM 0204) y despojos y subproductos cárnicos (NCM 0206).

En el caso de las importaciones se observa una mayor diversificación, aunque también con predominancia de la carne de pescado como principal sub-sector dentro de la industria analizada.

Gráfico Nº 2 - Comercio del sector cárnico según industria
Años 2014-2015 (Part. %)



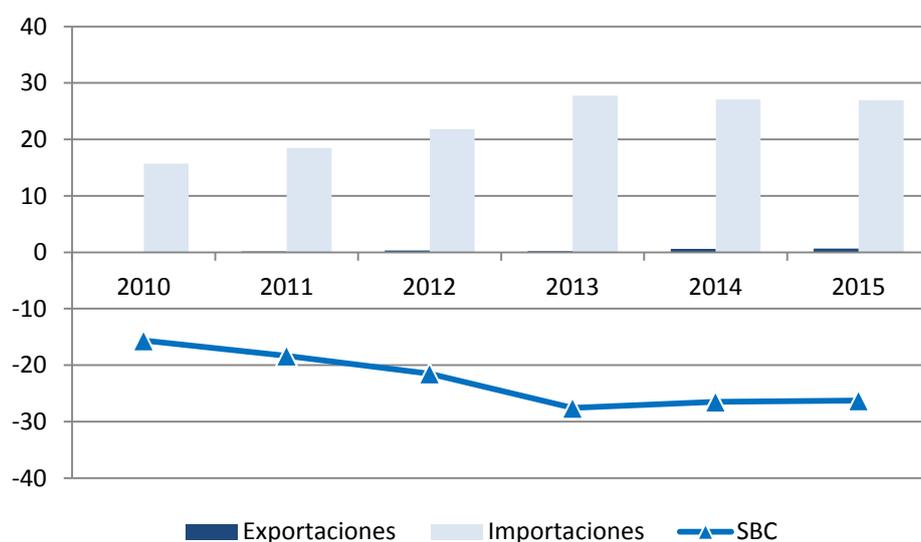
Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

A continuación, pasaremos a analizar en mayor detalle el comercio de las diferentes industrias consideradas dentro del sector cárnico.

Carne bovina

En los últimos cinco años, si bien se observa cierta volatilidad en el comercio del sector, el intercambio comercial tendió a ser deficitario, mostrando un empeoramiento del saldo comercial al final del período y con tasas de crecimiento promedio cercanas al 11% en el período considerado.

**Gráfico Nº 3 – Intercambio Comercial de Carne Bovina
Años 2010-2015 (Millones US\$)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Por su parte, las exportaciones de carne bovina, si bien son marginales, mostraron comportamientos positivos en esta fase y en particular crecieron en promedio un 61% entre 2010 y 2015.

La carne bovina representó en 2015 el 0,1% de las exportaciones del sector cárnico de Perú, lo que se materializó en ventas que alcanzaron los US\$ 682.000. Lo anterior significó un crecimiento del 16,6% respecto al año 2014.

Las ventas de este producto están explicadas en un 82% por las exportaciones de carne bovina congelada, mientras que el 18% restante corresponde a ventas de carne bovina fresca o refrigerada.

En el 2015, las ventas del producto se destinan principalmente a países del continente africano, en particular hacia Angola y el Congo, aunque en el año 2011 se registraron ventas hacia Japón y Estados Unidos.

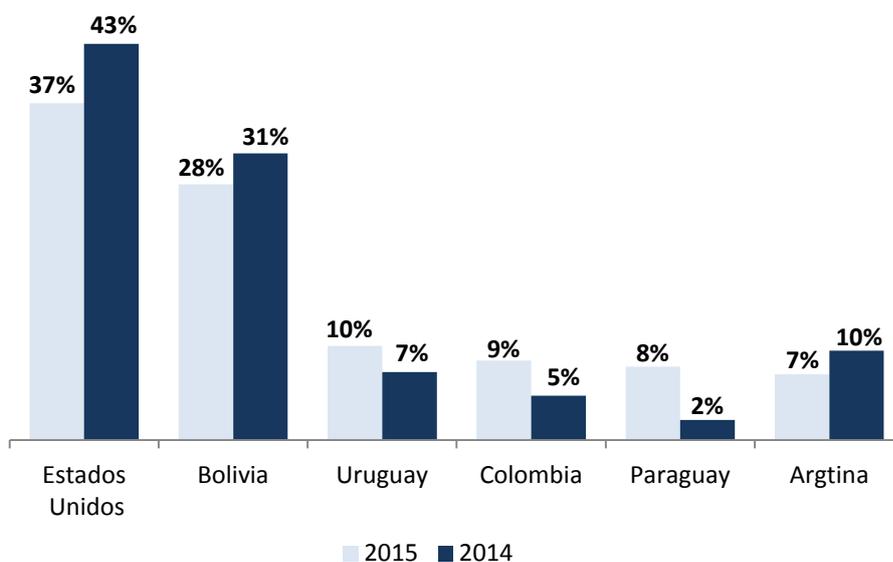
Las importaciones de carne bovina crecieron en promedio un 11,4% en el período bajo análisis. A pesar de lo anterior, en el último año estas cayeron levemente (0,5%) tras alcanzar un monto de US\$ 26,9 millones en el 2015.

En este año, las compras de carne bovina tuvieron una participación del 12% en el total de importaciones cárnicas efectuadas por Perú. Por su parte, existió cierta predominancia de las compras de carne bovina congelada, el que representó el 56% de las importaciones de carne

bovina en 2015. El restante 44% fue explicado por compras de carne bovina fresca o refrigerada.

Los principales países proveedores de carne bovina de Perú en 2015 fueron Estados Unidos, Bolivia y Uruguay. Resulta importante hacer mención al incremento de la cuota de mercado que han evidenciado Uruguay, Colombia y Paraguay en el último año; a diferencia de lo ocurrido con los dos principales proveedores del producto, así como también se observa una pérdida de poder de mercado por parte de Argentina.

**Gráfico N° 4 – Principales proveedores de carne bovina de Perú.
Años 2014-2015 (Part. %)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Carne ovina

Como se mostró previamente el comercio de carne ovina es insignificante en este país. En el período bajo análisis no se llevaron a cabo ventas externas, con la excepción del año 2010 donde se vendió pero por un monto menor a los US\$ 10.000.

Por otro lado, el país ha efectuado importaciones de este producto, aunque no en demasía. En los últimos cinco años las compras de carne ovina crecieron 9,0% en promedio. En el año 2015 las importaciones alcanzaron los US\$ 106.000 lo que representó un incremento de 9,3% en comparación con el año previo.

El principal país de origen de carne ovina fue Chile que explica el 71,7% de las compras del producto, seguido por Australia y Nueva Zelanda que representan el 17,9% y 9,4% respectivamente.

**Tabla N° 1- Orígenes de las importaciones de carne ovina de Perú.
Años 2010-2015 (US\$).**

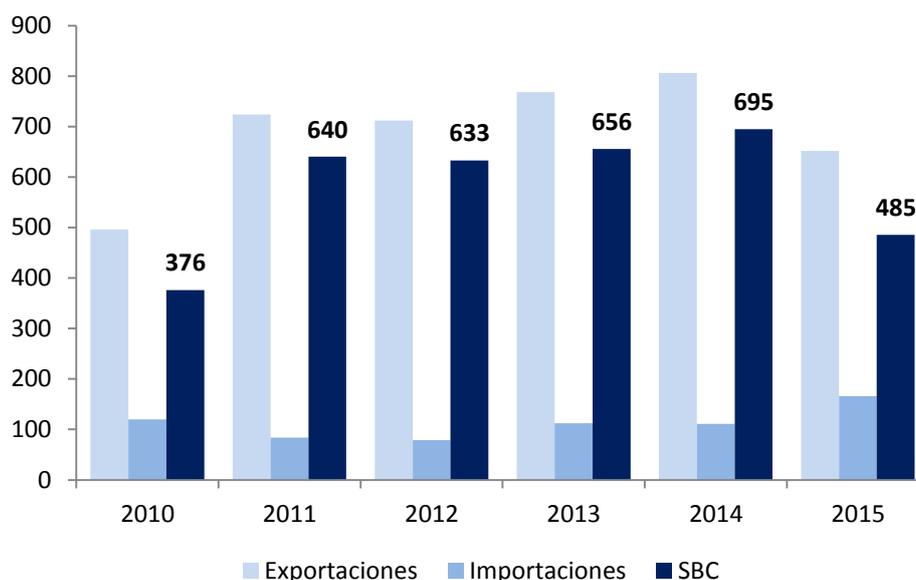
País de Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Chile	70.000	106.000	50.000	125.000	82.000	76.000
Australia	4.000	8.000	3.000	0	14.000	19.000
Nueva Zelanda	0	0	0	0	0	10.000
Total	79.000	114.000	53.000	125.000	97.000	106.000

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Pescado y productos del mar

La industria de pescados es el que tiene mayor peso dentro del comercio del sector cárnico en Perú. Entre 2010 y 2015 el intercambio comercial del producto resultó superavitario para todo el período mostrando tasas de crecimiento promedio del 5,2%. Mientras que se observó cierta desmejora del balance comercial en el último año, consecuencia de la caída de las ventas externas de dicho producto.

**Gráfico N° 5 – Intercambio Comercial de Pescado
Años 2010-2015 (Millones US\$)**

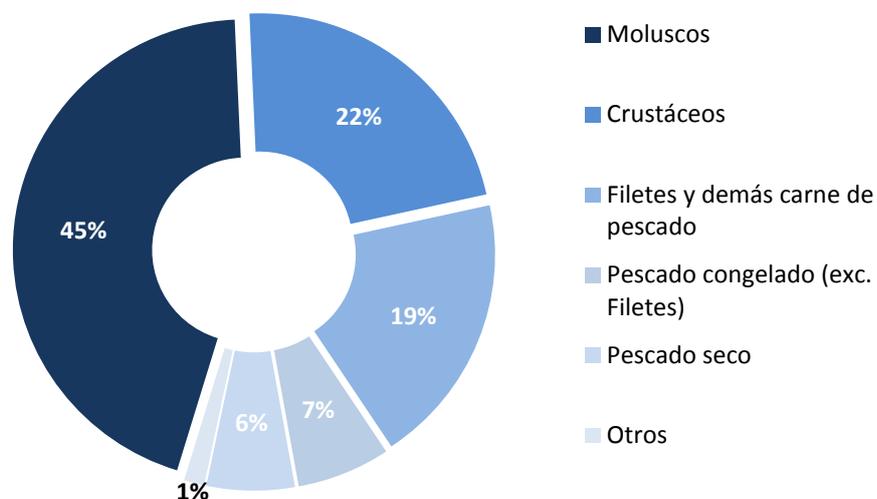


Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Las exportaciones de pescado crecieron en promedio a tasas en el entorno del 5% en el período bajo análisis. Aunque se identifica una merma en el último año, donde las ventas externas de dicho producto cayeron un 19,1% respecto al 2014, luego de haberse exportado por un monto de US\$ 652 millones.

Si analizamos el sector pesca según producto se destacaron las ventas de moluscos, crustáceos y filetes de pescado en el 2015.

**Gráfico N° 6 – Exportaciones del sector pesca de Perú según producto
(Part. % 2015)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Por su parte, los mercados de destino se concentraron en las regiones de América del Norte, Europa y Asia. Destacándose las ventas hacia Estados Unidos (30,3%), España (18,9%) y Francia (9,9%).

**Tabla N° 2- Principales países de destino de las exportaciones de pescado desde Perú.
Años 2010-2015 (Millones US\$)**

Destinos	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	123	164	171	219	216	197
España	96	121	105	111	140	123
Francia	76	96	54	66	77	65
Corea del Sur	19	26	36	30	49	36
Italia	16	21	25	26	29	30
Total	496	726	717	768	806	652

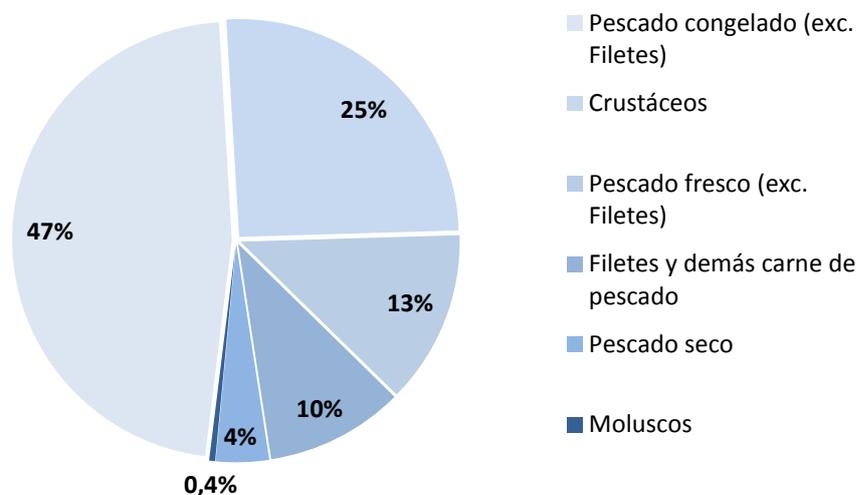
Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map

Las importaciones del sector pesca crecieron un 6,7% promedio anual entre 2010 y 2015, mostrando una tendencia marcadamente creciente desde los últimos tres años. En el 2015 las compras de sector alcanzaron los US\$ 166 millones, lo que implicó un crecimiento del 49,2% en comparación con el año previo.

Cabe destacar que las importaciones de pescado representaron el 74% de las importaciones del sector cárnico en 2015, evidenciándose un incremento en la cuota de mercado de dicho producto.

Si analizamos las compras externas de pescado desagregado según producto, se identificaron los pescados congelados, crustáceos y pescado fresco como los principales productos importados por Perú en el 2015.

**Gráfico N° 7 – Importaciones de pescado según producto
(Part. % 2015)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Por su parte, Chile se posiciona como el principal proveedor de Perú para tales productos con una participación del 35,1%, seguido por Ecuador que representó el 32,2%.

**Tabla N° 3- Países proveedores de pescado de Perú.
Años 2010-2015 (Millones US\$).**

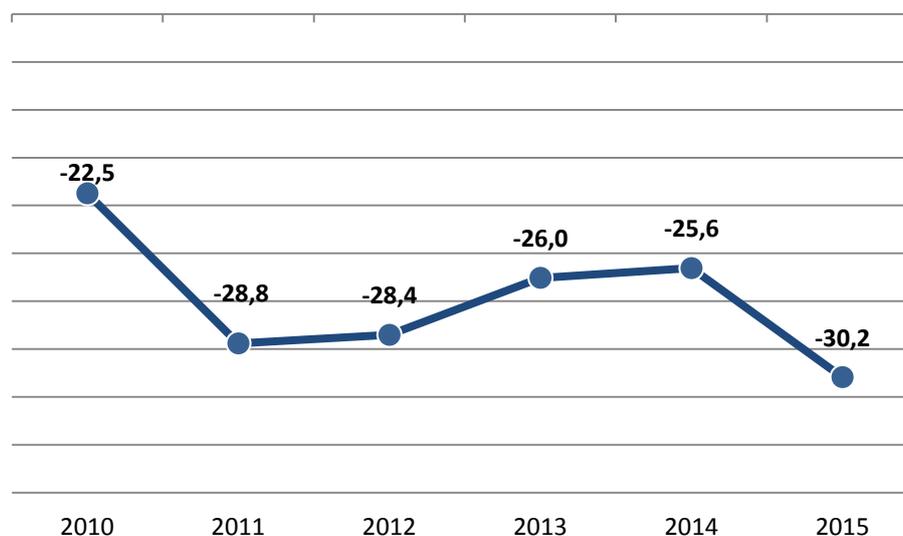
País de Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Chile	41	24	12	38	34	58
Ecuador	11	11	11	16	18	53
Argentina	8	7	6	5	7	15
China	5	5	6	8	13	7
Nueva Zelanda	3	4	3	1	2	6
Total	120	84	79	112	111	166

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map

Despojos y subproductos cárnicos

El intercambio comercial de dicho producto en el período bajo análisis se comportó como las compras externas debido a que las exportaciones del mismo resultaron marginales. Como resultado, el saldo comercial es deficitario durante los cinco años y creció en promedio un 6%.

**Gráfico Nº 8 – Saldo de Balanza Comercial de despojos y subproductos cárnicos
Años 2010-2015 (Millones US\$)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Las exportaciones de este producto fueron de US\$ 267.000 en 2015. Los países destino de las exportaciones del productos fueron Vietnam, Angola y Hong Kong que representaron 85,0%, 10,1% y 4,9% respectivamente.

Por su parte, las importaciones crecieron un 18,4% entre 2015 y 2014 luego de registrarse compras por un total de US\$ 30 millones en 2015. Cabe destacar que en los últimos cinco años las importaciones crecieron en promedio un 6,2%.

Mientras que las importaciones de Perú provienen principalmente de la región, aunque se concentra gran parte de las mismas en Estados Unidos, quien fue el principal socio comercial en el 2015.

**Tabla Nº 4 – Orígenes de las importaciones de despojos y subproductos cárnicos de Perú.
Años 2010-2015 (Millones US\$)**

Exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Part. % 2015
Estados Unidos	6	9	9	13	10	11	35,2%
Brasil	10	13	14	4	4	6	18,6%
Argentina	3	3	4	6	5	5	15,0%
Paraguay	2	2	0	1	2	3	9,7%
Uruguay	1	1	1	2	2	3	8,5%
Canadá	0	0	0,037	1	2	2	5,2%
Nueva Zelandia	0	0	0	0,023	0,369	1	4,9%
Chile	1	0,335	0,418	0,439	1	1	2,8%
Total	23	29	28	26	26	30	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map.

Intercambio comercial entre Uruguay y Perú

El intercambio comercial entre Uruguay y Perú fue superavitario en los últimos cinco años, mostrando tasas de crecimiento promedio cercanas al 40%, este siguió la tendencia de las exportaciones durante todo el período.

**Gráfico Nº 9 – Intercambio Comercial de Carne entre Uruguay y Perú
Años 2010-2015 (Millones US\$)**



Las exportaciones de carne de Uruguay hacia Perú representan el 3,7% del total exportado hacia dicho país. Entre 2010 y 2015 estas crecieron a un ritmo de 35,1% promedio anual. En el 2015 las ventas de carne a Perú alcanzaron los US\$ 4,67 millones, lo que significó un incremento del 25,0% respecto al año previo. Estas ventas se basan en las exportaciones de carne bovina y despojos y subproductos cárnicos, los que representaron el 56,8% y 43,2% respectivamente del total vendido de carne hacia este país.

**Tabla Nº 5 - Exportaciones de Uruguay hacia Perú.
Años 2010-2015 (Millones US\$)**

Sector	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var. (%) 2015/2014
Carne bovina	0,42	0,87	1,73	1,85	1,97	2,65	34,3%
Despojos y subproductos cárnicos	0,61	1,01	0,77	1,58	1,76	2,02	14,6%
Pescados y productos del mar	0,01	0,00	0,05	0	0	0	
Total general	1,04	1,87	2,54	3,43	3,73	4,67	25,0%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de la DNA.

Las importaciones de carne provenientes de Perú fueron volátiles en el período analizado, mostrando tasas de crecimiento promedio negativas en el orden del 11,7%. Cabe destacar que las importaciones de este producto se corresponden exclusivamente a compras de carne de pescado.

En el 2015 las importaciones de carne alcanzaron los US\$ 114.791 lo que significó un incremento del 4,2% respecto al año 2014.

**Tabla Nº 6 - Importaciones de Carne desde Uruguay provenientes de Perú.
Años 2011-2015 (US\$)**

Sector	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pescados y productos del mar	213.283	223.901	97.020	293.074	110.204	114.791

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de la DNA.

Empresas importadoras peruanas

A continuación se presenta el listado de las principales empresas importadoras de carne de Perú desagregadas según rubro.

**Tabla Nº 7 – Principales empresas peruanas importadoras de carne bovina.
(Part. % 2015)**

Empresa importadora	Part%2015
INVERSIONES PECUARIAS LURIN S A	39,6%
OREGON FOODS S.A.C.	19,3%
CUZCO TRADER S.A.C.	12,0%
NEGOCIOS JORDI SRL	6,9%
SOCIEDAD SUIZO PERUANA DE EMBUTIDOS S.A.	5,3%
SERVICIOS COMPARTIDOS DE RESTAURANTES S.A.C.	2,9%
SUPERMERCADOS PERUANOS SOCIEDAD ANONIMA O S.P.S.A.	2,8%
AGRO CORPORACION S.A.C.	2,1%
MARFRIG PERU S.A.C.	1,5%
PREMIUM BRANDS S.A.C	1,3%
Total general	100,0%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

**Tabla Nº 8 – – Principales empresas peruanas importadoras de carne ovina.
(Part. % 2015)**

Empresa importadora	Part%2015
VADIMAR S.A.C.	74,7%
OREGON FOODS S.A.C.	12,9%
CUZCO TRADER S.A.C.	9,0%
MILENIO IMPORT & MORE EIRL	3,5%
Total general	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Tabla N° 9 – Principales empresas peruanas importadoras de despojos y subproductos cárnicos. (Part. % 2015)

Empresa importadora	Part%2015
HALEMA S.A.C.	17,9%
INVERSIONES PECUARIAS LURIN S A	10,1%
GRUPO PECUARIO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	9,9%
CENTRO CARNES S.R.L.	9,0%
NEGOCIOS JORDI SRL	8,7%
OREGON FOODS S.A.C.	5,3%
FRIGORIFICO CARLITA SOCIEDAD COMERCIAL D	4,3%
AGRO CORPORACION S.A.C.	4,3%
SOUTH PACIFIC INTERNATIONAL S.A.C.	3,9%
GANADERA R Y LV S.A.C.	3,5%
Total general	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Tabla N° 10 – Principales empresas peruanas importadoras de pescados y productos del mar. (Part. % 2015)

Empresa importadora	Part%2015
EXPORTACIONES E INVERSIONES DEL PACIFICO	14,0%
VALCO TRADE S.A.C.	10,9%
INVERSIONES PRISCO S.A.C.	9,4%
INVERSIONES PESQUERAS KRAKEN S.A.C. - INPEKRA S.A	6,8%
SEAFROST S.A.C.	6,2%
TECNOLOGICA DE ALIMENTOS S.A.	3,5%
SERVICIOS MARITIMOS SANTA ELENA S.A.C.	2,9%
FROZEN SERVICE PERU SOCIEDAD ANONIMA CER	2,4%
VADIMAR S.A.C.	2,0%
UMI FOODS S.A.C.	1,9%
Total general	100%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Precio promedio de referencia

Tabla N° 11 – Precio promedio. Datos en US\$. Año 2015

NCM	Descripción NCM	Precio promedio (US\$/KG)
0201	Carne bovina fresca o refrigerada.	8,28
0202	Carne bovina congelada.	6,28
0204	Carne ovina o caprina fresca, refrigerada o congelada	20,92
0206	Despojos y subproductos cárnicos	1,97
03	Pescados y productos del mar	1,40

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Proveedores

Tabla Nº 12 – Principales proveedores de Carne Bovina. Año 2015

Empresa Proveedor	País de Origen	Marca
QUIRCH FOODS CO	ESTADOS UNIDOS	EXCEL
		NATIONAL
		TYSON
CARGIL MEAT SOLUTIONS CORPORATION	ESTADOS UNIDOS	S/M
SWIFT BEEF COMPANY	ESTADOS UNIDOS	CAB
		S/M
		SBA
		SWIFT
		SWITF
FRIGORIFICO CONCEPCION S.A.	PARAGUAY	CONCEPCION
		OTTO KUNZ
		S/M
MALCO CARGO S.A ON BEHALF OF FRIGOSINU S.A	COLOMBIA	FRIGOSINIU
		FRIGOSINU
AGROPECUARIA EL BUFALO S.A	COLOMBIA	FRIGOSINIU
		FRIGOSINU
COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA	PARAGUAY	FRIGOCHACO
		S/M
SYSCO INTERNATIONAL FOOD GROUP INC	ESTADOS UNIDOS	EXCEL
		S/M
HELMSMAN FREIGHT SOLUTIONS LLC	ESTADOS UNIDOS	ANGUS
		CREEKSTONE
		EXCEL
		STERLING SILVER

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Tabla Nº 13 – Principales proveedores de Carne Ovina. Año 2015

Empresa Proveedor	País de Origen	Marca
AFFCO NEW ZEALAND LIMITED GREAT SOUTH ROAD HOROTIU	NUEVA ZELANDA	AFFCO
INTERAM COMERCIAL LTDA.	CHILE	FRIGORIFICO SIMUNOVIC
KALOTI INTERNATIONAL	AUSTRALIA	S/M
SYSCO INTERNATIONAL FOOD GROUP INC	AUSTRALIA	S/M

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Tabla N° 14 – Principales proveedores de Despojos y Subproductos Cárnicos. Año 2015

Empresa Proveedorora	País de Origen	Marca
JBS S.A	ARGENTINA	PLATE
		JBS
		BLUE RIBBON
		S/M
	CANADA	BLUE RIBBON
		JBS FOOD CANADA INC
		S/M
	PARAGUAY	BERTIN
		JBS
	BRASIL	FRIBOI
S/M		
JBS		
CYPRESS FOOD DISTRIBUTORS INC	ESTADOS UNIDOS	CYPRESS
		ST HELENS
		NEBRASKA BEEF
		CREEKSTONE
QUIRCH FOOD CO	ESTADOS UNIDOS	S/M
		EXCEL
		QUIRCH FOOD
MIRASCO INC.	CANADA	CARGILL
		EXCEL
		MIRASCO INC
	ESTADOS UNIDOS	HARRIS RANCH
		IBP
		MIRASCO INC
CARGIL MEAT SOLUTIONS CORPORATION	ESTADOS UNIDOS	S/M
		CARGILL
OFFAL EXP. S.A.	ARGENTINA	OFFAL EXP
	ESPAÑA	SANTA CASILDA
FRIGORIFICO CONCEPCION S.A.	PARAGUAY	CONCEPCION
		FRIGORIFICO CONCEPCION
		S/M
FRIGOMERC S.A.	URUGUAY	CONCEPCION
COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA	PARAGUAY	FERNHEIM
		FRIGOCHACO
		FRIGOCHADO
		S/M
	URUGUAY	FRIGOCHADO
MATABOI ALIMENTOS S.A.	ARGENTINA	MATABOI
	BRASIL	
	URUGUAY	

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Tabla Nº 15 – Principales proveedores de Pescados y productos del mar. Año 2015

Empresa Proveedorora	País de Origen	Marca
BLUMAR S.A.	CHILE	S/M
MARFOOD S.A.	CHILE	MARFOOD S.A.
		S/M
SOCIEDAD PESQUERA LANDES S.A.	CHILE	S/M
CAMANCHACA PESCA SUR S.A.	CHILE	S/M
SEAFROST S.A.C.	FRANCIA	S/M
	PERU	S/M
J. MARR SEAFOODS LTD	NUEVA ZELANDA	S/M
ABASTECIMIENTOS DEL PACIFICO S.A.	CHILE	S/M
LEVEMAR COMERCIO LTDA	BRASIL	S/M
MARINE HARVEST CHILE SA	CHILE	S/M
PESQUERA HAYDUK S.A.	ECUADOR	S/M

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction

Aranceles

Un factor favorable para la colocación de productos uruguayos en el mercado peruano es el acuerdo de libre comercio entre el MERCOSUR y Perú (en la nomenclatura de ALADI, Acuerdo de Complementación Económica N° 58), el cual entró en vigencia en el año 2006. La conformación de una Zona de Libre Comercio se llevó a cabo a través de un programa de liberalización comercial con desgravaciones progresivas. El ACE 58 cuenta con listas y programas de desgravación diferentes entre las partes signatarias, que implican diferentes preferencias otorgadas entre los países. En el caso del intercambio bilateral entre Uruguay y Perú la desgravación será progresiva hasta el año 2017.

Programa de Liberación Comercial entre Uruguay y Perú.

<p>Desgravación 2017 Principales: carne, lácteos, calzado, plástico, papel y automotriz</p>
<p>Excluidos: Principales: textil y vestimenta y zonas francas</p>

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI

Tabla Nº 16 – Aranceles aplicados por Perú a Uruguay

NCM	Descripción NCM	Arancel
0201	Carne bovina fresca o refrigerada.	3,74%
0202	Carne bovina congelada.	3,74%
0204	Carne ovina o caprina fresca, refrigerada o congelada.	2,04%
0206	Despojos y subproductos cárnicos	0%
03	Pescados y productos del mar	0%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Mac Map.

Medidas no Arancelarias

La Comunidad Andina dispone de un sistema de calidad que, además de propiciar la mejora de la fluidez al comercio intracomunitario a través de la eliminación de los obstáculos técnicos innecesarios, incentiva la mejora de la calidad de los bienes y servicios que se producen en la Subregión Andina. Entre los organismos acreditados de certificación de productos se encuentran: Sociedad de Asesoramiento Técnico S.A. (SAT), Certificaciones del Perú S.A. (CERPER), SGS del Perú S.A., International Analytical Services S.A. (INASSA), Instituto de Certificación, Inspección y Ensayos, Bureau Veritas Quality International S.A. (BVQI), y SUCERTE Ingenieros S. A.

Requisitos de acceso al mercado³

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria establece requisitos que permiten el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior:

- Declaración Única de Aduanas debidamente cancelada o garantizada.
- Fotocopia autenticada del documento de transporte.
- Fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato.
- Fotocopia autenticada o copia carbonada del comprobante de pago y fotocopia adicional de éste, cuando se efectúe transferencia de bienes antes de su nacionalización, salvo excepciones.
- Fotocopia autenticada del documento de seguro de transporte de las mercancías, cuando corresponda.
- Fotocopia autenticada del documento de autorización del sector competente para mercancías restringidas o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma específica lo exija.
- Autorización Especial de Zona Primaria, cuando se opte por el despacho anticipado con descarga en el local del importador (código 04)

³ Fuente: SUNAT y Proecuator.

- Otros documentos que se requieran, conforme a las disposiciones específicas sobre la materia.
- La Declaración Andina de Valor (DAV), en los casos que sea exigible el formato B de la DUA.
- Lista de empaque o información técnica adicional.
- Volante de despacho, en caso de ser solicitado por la autoridad aduanera.

Tributación

Los tributos que gravan la importación o el tratamiento arancelario aplicable están en función de la clasificación dentro del Arancel de Aduanas de acuerdo a las sub partidas NANDIDA.

Los impuestos de importación se irá sumando: CIF + Ad valorem + impuestos selectivos.

La actual estructura arancelaria mantiene cuatro niveles arancelarios (0%, 4%, 6% y 11%).

Impuesto General de las Ventas 16% el cual grava la importación de todos los bienes; Impuesto de Promoción Municipal 2%; Impuesto Selectivo al Consumo para combustibles, vehículos, licores, cigarrillos, bebidas gasificadas, etc y el Impuesto a la percepción (es un IGV adelantado) en caso de ser la primera vez que se realiza una importación, el mismo será de un 10% sobre el valor CIF de la mercadería. En las subsiguientes importaciones, pasará a pagar un 3,5%. Por esta razón es recomendable que en la primera oportunidad se importe por poco valor, ya que la misma estaría gravada con ese 10% inicial.

Dentro del **sector pesquero** podemos encontrar normas específicas aplicables a dicho sector. D.L Nº 25977 (22.12.92) Ley General de Pesca, posteriormente puesta en marcha por su reglamento D.S Nº 01-94-PE.

OPERACIONES EXONERADAS DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

a) venta en el país o importación de los bienes siguientes:

De las partidas arancelarias:

0301.10.00.00 Pescados, crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, excepto pescados

0307.99.90.90 destinados al procesamiento de harina y aceite de pescado.

DETRACCIONES SISTEMA DE PAGO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS (SPOT) CON EL GOBIERNO CENTRAL.-SECTOR PESCA

Los sujetos que se designen mediante resolución de Superintendencia de la SUNAT, deberán detraer del precio de venta de bienes, gravada con el IGV, un porcentaje cuyo monto máximo será fijado mediante decreto supremo refrendado por el ministro de Economía y Finanzas, del impuesto correspondiente y depositarlo en las cuentas corrientes que, para tal efecto, el banco de la Nación habilitara a nombre de cada uno de los proveedores de dichas operaciones.

La detracción al Sector Pesca se aplicará a la venta de recursos hidrobiológicos gravada con el IGV. Por hidrobiológico debemos interpretar todas las especies animales que desarrollan todo su ciclo vital en el medio acuático y son susceptibles de ser aprovechados por el hombre.

Etiquetado⁴

DECRETO SUPREMO Nº 040-2001-PE

Artículo primero La Norma Sanitaria para las Actividades Pesqueras y Acuícolas, en adelante denominada Norma Sanitaria, tiene por objetivo fundamental asegurar la producción y el comercio de pescado y productos pesqueros, sanos, seguros sanitariamente, adecuados para el consumo humano, apropiadamente etiquetados y/o rotulados, manipulados, procesados y almacenados en ambientes higiénicos, libres de cualquier otro factor o condición que signifique peligro para la salud de los consumidores.

Venta de pescado

Artículo 50.- La venta de pescado que efectúan los mayoristas se debe realizar de acuerdo con las siguientes condiciones y requisitos:

- a. El pescado fresco entero, eviscerado y descabezado debe ser vendido refrigerado con hielo y presentado en cajas, contenedores u otros recipientes. El pescado eviscerado, descabezado o en cualquier otra presentación comercial, al estado fresco, debe haber ingresado al mercado bajo esta condición.
- b. Los productos procesados frescos deben ser empacados y refrigerados con hielo y haber llegado en esa condición al mercado desde instalaciones debidamente autorizadas.

Artículo 51.- El pescado almacenado en cámaras frigoríficas debe estar identificado con el nombre del propietario y fecha de ingreso. No deben almacenarse en dichas cámaras, productos de origen animal o vegetal, para evitar la contaminación cruzada.

Los alimentos envasados no deberán describirse ni presentarse con una etiqueta o etiquetado en una forma que sea falsa, equívoca o engañosa, o susceptible de crear alguna impresión errónea respecto de su naturaleza en ningún aspecto. El etiquetado incluirá el nombre del alimento, lista de ingredientes, contenido, peso, nombre y dirección del fabricante, país de origen, fecha de vencimiento, instrucciones para su uso, entre otras.

Alimentos y Bebidas que no requieren de Registro Sanitario:

- Los alimentos y bebidas en estado natural, estén o no envasados para su comercialización, como granos, frutas, hortalizas, carnes y huevos, entre otros.
- Las muestras sin valor comercial.
- Los productos donados por entidades extranjeras para fines benéficos.

⁴ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a DIGESA

Canales de distribución⁵

En cuanto a la distribución del producto, la carne procesada podemos encontrarla en cualquier tienda pequeña de comestibles o en los supermercados; sin embargo, la carne congelada solo la podemos encontrar en los canales modernos o alguna tienda de congelados. Los frigoríficos que venden al por mayor a las grandes superficies cuentan con logística de cadena de frío y tienen ya unos clientes identificados; también los almacenes de cadena entre las grandes superficies se destacan Wong, Plaza Veja, Vivanda, Tottus y Metro.

Tanto los pescados como la carne se esperan que crezcan, el reto es vencer a los competidores artesanales que venden los productos a un reducido precio. No se esperan cambios en la red de distribución pero si innovaciones en el embalaje con nuevos estilos y tamaños.

Principales puntos de ingreso⁶

Perú tiene como punto principal de ingreso el puerto del Callao, ubicado en la costa central del Perú, en el Pacífico sur-oriental, situado en Lima Metropolitana. Es el principal puerto del país en tráfico y capacidad de almacenaje.

El segundo puerto más importante es el de Chimbote, ubicado en la Provincia de Santa, Ancash.

Centrándonos en los productos estudiados podemos concluir que el 94,7% de la mercadería que exporta Uruguay hacia Perú se efectúa vía marítima, mientras que el porcentaje restante lo hace vía aérea.



⁵ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Euromonitor

⁶ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Proecuador

Precios de fletes internacionales

Los valores que se presentan a continuación son tarifas para cargas en general, estas deberán ser verificadas para cada caso en particular.

Marítimo

Los valores presentados a continuación corresponden a tarifas para **carga seca**, desde el puerto de Montevideo al puerto de Callao en Perú.

Tabla 17 - Precios de fletes marítimos desde Uruguay a Perú.

Puerto	Contenedores	Tarifa US\$
Callao	20 DV	1.200
	40 DV/HC	1.600

Costos sujetos a gastos locales de origen y destino.

Salidas semanales.

Tiempo de duración: 36 días aproximadamente.

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos brindados por MSC.

Aéreo

Los valores que se presentan a continuación son tarifas para **cargas en general**, que deberán ser verificadas para cada caso en particular.

Tabla 18 - Precios de fletes aéreos desde Uruguay a Perú.

Kg	Tarifa US\$
Mínimo	95
+100	2,55
+300	2,00
+500	1,85

Salidas diarias en aerolínea Avianca (Taca) en vuelos directos para pasajeros; y salidas jueves y domingos en vuelos con escala en Bogotá para cargas.

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos brindados por Newport Freight Forwarder.

Logística y comercialización

Desde que la mercadería llega al puerto hasta que sale del mismo demora aproximadamente una semana. Actualmente tienen un sistema nuevo que se llama “Proceso anticipado” que permite que la mercadería cuando llega al puerto se vaya directamente al depósito del importador para esperar ahí que se termine los documentos de liberación de la mercadería. Se puede comenzar este proceso cuando la mercadería salió de Uruguay, y lleva aproximadamente unos tres días. La **Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE**, es un instrumento estratégico para la facilitación del comercio exterior, administrado por el MINCETUR⁷. En referencia a la forma de ingreso a Perú identificamos en el transporte aéreo el Aeropuerto Jorge Chávez situado en la ciudad de Lima el cual es el más importante del país seguido por el Aeropuerto de Cusco al sur del país el cual sirve a vuelos nacionales y algunos internacionales (países limítrofes principalmente).

Para el transporte marítimo podemos destacar la infraestructura portuaria compuesta de 24 puertos de los cuales 19 son marítimos, 4 fluviales y uno lacustre; los más importantes son el puerto de Callao (puerto multimodal), Matarani (ubicado al sur del país contando con 3 terminales) y Paita (situado al norte del país en el cual se movilizan contenedores y carga en general).

Los documentos que se exigen a la hora de exportar hacia Perú son el conocimiento de embarque, factura comercial, declaración aduanera de exportación, lista de empaque y recibo de manejo en terminal.

Empresas de transporte internacional de mercadería entre Perú y Uruguay

Marítimo

Nombre de la empresa:	LOGISTICS INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDER
Dirección:	Tiburcio Gómez 1329, suite 205
Ciudad:	Montevideo, Uruguay
Teléfono:	(00598) 26244955

Nombre de la empresa:	COSMOS AGENCIA MARÍTIMA
Dirección:	D. Jr. Mariscal Miller 450 piso 9
Ciudad:	Callao, Perú
Teléfono:	(51 1) 714 4444

⁷ Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú

Aéreo

Nombre de la empresa:	LAN Airlines
Dirección:	José Ellauri 343
Ciudad:	Montevideo, Uruguay
Teléfono:	(+598) 2712 5555

Nombre de la empresa:	Avianca
Dirección:	WTC – Luis Alberto de Herrera 1248, Torre 2 Oficina 9.
Ciudad:	Montevideo, Uruguay
Teléfono:	(+598) 2628 1234

Ambiente de negocios⁸

Los peruanos tienen gran facilidad para relacionarse a la hora de los negocios con otros países, para ellos atender correctamente al extranjero es de suma relevancia no solo en el ámbito de negocios sino como costumbre social y de educación, asimismo espera ser tratado de igual manera en el exterior.

Los peruanos no son rigurosos en relación a la puntualidad, hay que prever retrasos en las citas y no mostrarse enfadado por eso, lo que se conoce como “la hora peruana” (retraso de 30 minutos).

Propicia la confianza en los negocios, sostenida en la buena fe comercial. Afianza una relación comercial que puede prolongarse por años. Lealtad en los negocios en base a una sana “costumbre comercial”. Como varias culturas latinoamericanas suelen comenzar con un regateo el cual se inicia con una petición exagerada ya que pueden tener posiciones duras.

El empresario peruano en general habla de todos los temas sin reticencia, se puede conversar de política nacional e internacional, de su gastronomía, su cultura o lugares de interés en Perú ya que son muy orgullosos de su país, éstos temas pueden ser tratados antes o después de las negociaciones.

Las citas de negocios suelen ser de 9 a 12 hs y las tarjetas de presentación se intercambian antes de la reunión y deben ser leídas en el momento.

El empresario peruano suele vestirse de saco y corbata, la forma es muy importante ya que lo consideran como algo sustancial para complementar la negociación.

⁸ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Proecuador y “Cómo negociar con éxito en 50 países”- Olegario Llamazares García-Lomas 3ª Edición.

Ferias internacionales

Las ferias internacionales son uno de los elementos de mercadotecnia más completos para la promoción de las empresas y sus productos en el exterior. Esta herramienta no solo permite a las empresas exponer sus productos, encontrar a los principales actores de su sector y medir la actuación de su competencia; sino que también hace posible que las empresas conozcan las principales novedades de su sector y actualicen sus conocimientos a través de seminarios y talleres realizados en el marco de la feria. Las alternativas de participación varían de acuerdo a la estrategia y grado de inversión de las empresas, pudiendo realizar una visita de prospección, o bien, participar en forma de expositor.

Participar de ferias internacionales es una oportunidad única para tener contacto directo con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión, dando a conocer una marca frente a miles de visitantes. Constituye uno de los elementos fundamentales para la promoción de una empresa y sus productos o servicios en el exterior, al tiempo que fomenta la concreción de negocios y el acceso directo a información sobre el sector.

- **Exporalimentaria**
Fecha: 28/9-30/9/2016
Lugar: Lima, Perú
Tema: Alimentos y bebidas
<http://www.expoalimentariaperu.com/>

- **Expo Pesca Perú 2017**
Fecha: 9/11-11/11-2017
Lugar: Lima, Perú
Tema: Pesca y agricultura
<http://www.thaiscorp.com/expopesca/>

Páginas web de interés

- Banco Central De Reserva Del Perú (BCRP), www.bcrp.gob.pe
- Ministerio De Comercio Exterior y Turismo - (MINCETUR). www.mincetur.gob.pe
- Ministerio De Economía Y Finanzas Del Perú, www.mef.gob.pe
- Cámara De Comercio De Lima – CCL, www.camaralima.org.pe
- Sociedad De Comercio Exterior Del Perú - (COMEX), www.comexperu.org.pe
- Superintendencia Nacional De Administración Tributaria Del Perú – SUNAT, www.sunat.gob.pe
- Situación Arancelaria, Acuerdos Comerciales – Desgravaciones, Estadísticas De Importación Y Exportación, Acceso Mercado: www.aduanet.gob.pe
- Instituto Nacional De Defensa De La Competencia Y De La Protección De La Propiedad Intelectual (INDECOPI), www.indecopi.gob.pe
- Servicio Nacional De Sanidad Agraria (SENASA) www.senasa.gob.pe
- Dirección General De Salud Ambiental (DIGESA), www.digesa.minsa.gob.pe
- Sociedad Nacional De Industrias (SNI), www.sni.org.pe
- Instituto Nacional De Estadística e Informática (INEI) www.inei.gob.pe