

Ficha PRODUCTO-DESTINO Cueros

Setiembre 2017



Contenido

Generalidades del producto.....	2
Características del mercado peruano	2
Características del sector	3
Intercambio comercial de Perú con el mundo	3
Intercambio comercial entre Perú y Uruguay	4
Empresas Importadoras de Perú.....	5
Precio promedio de referencia	5
Aranceles	5
Medidas no arancelarias	6
Tributación	7
Canales de distribución	9
Normativa	10
Principales puntos de ingreso	12
Precios de fletes internacionales	14
Estrategias de negociación.....	15
Normas de protocolo	16
A tener en cuenta.....	17
Principales instituciones de referencia	17

Generalidades del producto

4104.41.30.10 Cueros y pieles curtidos o «crust», de bovino (incluido el búfalo) o de equino, depilados, incluso divididos pero sin otra preparación. Cueros curtidos al cromo, en estado seco, con o sin teñido

Características del mercado peruano¹

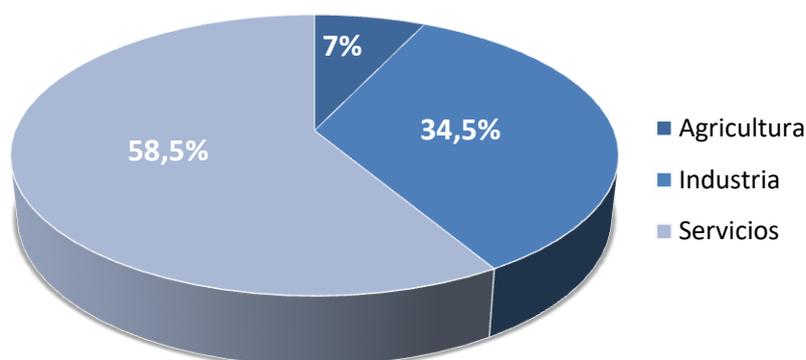
Perú ha logrado importantes avances en su desempeño macroeconómico durante los últimos años, con tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto muy dinámicas, tasas de cambio estables y una baja inflación.

En efecto, a lo largo de los últimos catorce años, la economía peruana tuvo la inflación promedio anual más baja en América Latina con 2,5%. A ello se suma el crecimiento anual del PIB de 5,8% en 2013 y de 2,4% en 2014, llegando a acumular un crecimiento promedio anual de 5,3% de manera constante desde el año 2000 hasta entonces, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática.

La economía peruana está basada, esencialmente, en la explotación, procesamiento y exportación de recursos naturales, sobre todo mineros, agrícolas y pesqueros. Es por ello que suele afirmarse que la economía de Perú refleja su variada geografía y se considera a Perú como un país mega-diverso, ya que cuenta con abundantes depósitos de minerales y ricos yacimientos de cobre, plata, oro, plomo, cinc, gas natural, petróleo y urea; además de los recursos pesqueros y acuícolas que también caracterizan a la producción nacional.

Al analizar la economía sectorialmente, en 2015 los servicios representaron más de la mitad del PBI, con un peso de 58,5%, siguiendo la tendencia mundial. Entretanto, el sector industrial, de especial relevancia para el país, ocupa el segundo puesto y explica el 34,5% del producto nacional. Finalmente, el sector agrícola alcanzó una participación de apenas 7% el pasado año.

**Gráfica Nº 1 – Producto Interno Bruto por industrias
Año 2015 (Participación %)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de CIA-The World Factbook.

¹ Fuente: “Guía de Negocios de Perú”, 2016. Véase [link](#).

Características del sector²

El sector de cuero y calzado está conformado por curtiembres, fábricas de calzado y de marroquinería, además de las diversas empresas que proveen a éstas.

Si bien Perú no se destaca como una potencia mundial en la producción y en la exportación de calzado, el país busca a paso firme hacerse de un nombre a nivel internacional en este rubro. Desde el año 2007, la exportación de calzado peruano viene creciendo a una tasa promedio anual de 11%. Los principales rubros de exportación son los calzados de cuero y textil.

Uno de los factores que impulsan el crecimiento es el constante contacto que buscan los productores peruanos con posibles compradores internacionales a través de diversas ferias internacionales, entre ellas Perú Moda. Perú posee buena calidad de cuero y calzado, y recién se está forjando una buena imagen del país respecto a la misma.

Intercambio comercial de Perú con el mundo³

Las exportaciones de Perú del producto analizado se muestran esporádicas, y muy particulares. En 2016 se dirigieron a dos mercados, algo inédito dentro del período analizado. Dos empresas participaron en las ventas externas de este producto desde el país andino en 2016, que alcanzaron los US\$ 20 mil.

**Tabla N° 1- Exportaciones peruanas de cueros (4104.41)
Años 2012-2016 (Miles de US\$)**

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	6	0	25	0	20
Canadá	0	0	0	0	12
Chile	0	0	25	0	8
Venezuela	6	0	0	0	0

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map

En tanto, las importaciones han presentado montos marcadamente superiores a los de las exportaciones. Pese a esto, las mismas muestran una tendencia a la baja desde 2013, pico máximo de importaciones dentro del período analizado, cuando rondaron los US\$ 4 millones.

Las compras externas de este producto tienen un alto contenido regional; los cuatro proveedores del producto en 2016 fueron países sudamericanos, dentro de los cuales Uruguay presentó una participación de 3%, producto de US\$ 39 mil importados en Perú desde nuestro país.

² Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Euromonitor International.

³ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

**Tabla Nº 1- Importaciones peruanas de cueros (4104.41)
Años 2012-2016 (Miles de US\$)**

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	3.724	4.077	2.879	2.373	1.254
Argentina	3.287	3.574	2.548	1.791	796
Brasil	173	267	248	410	272
Chile	81	105	67	144	147
Uruguay	137	111	0	0	39
Bolivia	17	15	0	1	0
Otros	30	5	16	26	0

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Trade Map

Intercambio comercial entre Perú y Uruguay

En cuanto al intercambio Uruguay – Perú podemos observar que Uruguay exporta el producto hacia Perú pero no lleva a cabo importaciones del mismo.

Las exportaciones uruguayas del producto a Perú muestran un flujo relativamente activo en el período 2012 – 2016. Las mismas tuvieron su punto máximo en 2013, cuando alcanzaron un total de US\$ 31 mil, pero en 2014 las exportaciones se detuvieron. Ya en 2015, se reactivó el comercio con un total de US\$ 16 mil. En el último año, las ventas de estos productos mostraron una retracción con respecto a 2015, y pese a que una sola empresa participó en estas ventas, dentro del período 3 empresas registraron exportaciones a ese destino.

**Tabla Nº 3 - Exportaciones uruguayas de cueros a Perú (NCM 4104.41)
Años 2012-2016 – Datos en US\$**

Destino	2012	2013	2015	2016
Perú	13.958	30.678	15.851	9.272

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

Empresas Importadoras de Perú

Tabla Nº 4 - Principales empresas peruanas importadoras de cuero (Código 4104.41)

IMPORTADOR	PAIS ORIGEN	Total
CALZADO PAEZ S.A.C.	Brasil	190.814
CURTIEMBRE LA PISQUENA SA	Argentina	670.281
FORESTA INTERNACIONAL S.R.L.	Argentina	5.304
	Brasil	75.285
GR LEATHER & BUSSINES E.I.R.L.	Argentina	13.719
INGENIERIA DEL CALZADO S.A.C.	Chile	59.003
INVERSIONES CASTELFRANCO S.A.C.	Chile	68.907
JUAN LENG DELGADO S.A.C.	Argentina	106.198
	Chile	11.747
RENZO COSTA S.A.C.	Brasil	5.976
SAAVEDRA FERNANDEZ JAIME LEONCIO	Uruguay	39.444
WELLCO PERUANA S.A.	Chile	6.975
Total general		1.253.653

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction.

Precio promedio de referencia

Tabla Nº 5 - Precios promedios de referencia 2016 (Datos en US\$)

NCM	Descripción	Unidad de medida	CIF UNIT U\$S
4104.41	Cueros curtidos al cromo, en estado seco, con o sin teñido	Pies cuadrados	2,8

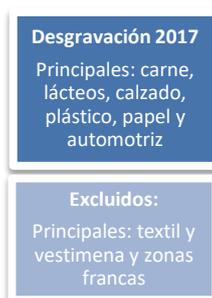
Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a Penta Transaction.

Aranceles

En el año 2006 entró en vigencia el Acuerdo de Libre Comercio entre el MERCOSUR y Perú. El ACE 58 (denominación del Mercado Común del Sur, según la terminología de ALADI) 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. Aproximadamente, un 80% del universo arancelario cuenta con una preferencia del 100% hasta 2015 en lo que respecta al ingreso de productos uruguayos a Perú.

Figura Nº 1 - Programa de Liberación Comercial entre Uruguay y Perú



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI.

De todos modos, es sumamente relevante precisar que el acuerdo entre el Mercosur y Perú no comprende las mercancías elaboradas o provenientes de zonas francas o áreas aduaneras especiales de cualquier naturaleza.

La importación de mercancías al territorio peruano se encuentra sujeta al pago de aranceles de importación, cuyas tasas Ad Valorem vigentes son de 0%, 6% y 11%, respectivamente. Asimismo, se aplica el Impuesto General a las Ventas, con una tasa del 18% en la importación de bienes.

Adicionalmente, dependiendo del tipo de mercadería, su importación podría estar sujeta al pago del Impuesto Selectivo al Consumo, de Derechos Antidumping (aplicables cuando las mercancías importadas tengan condición de discriminación de precios que causen daño o amenaza de daño a una rama de producción nacional) o de Derechos Compensatorios (se aplican cuando las mercancías importadas gozan de un subsidio en el país de origen y al producirse la importación cause o amenace un daño a la producción nacional).

Medidas no arancelarias⁴

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..

De cualquier modo, existe una lista de ciertos productos que el gobierno peruano ha prohibido de ingresar al país, a saber:

⁴ Fuente: "Perfil comercial de Perú", Gerencia de Investigación de Mercados de Dominicana Exporta y Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, 2012.

Impresos, textos cartográficos, geográficos y cuadernos, así como diskettes, videocasetes y cualquier material en el cual aparezca el territorio nacional diferente al de los límites del Perú.

Bebidas que tengan la denominación de Pisco u otra que incluya esa palabra.

Productos pirotécnicos denominados "rascapié", "cohete", "cohetecillo", "rata blanca" y similares.

Vehículos automotores usados de peso bruto mayor a 3 toneladas y motores, partes, piezas y repuestos usados para uso automotor.

Tributación

En Perú, los principales tributos recaen sobre las rentas, la producción y el consumo, la circulación del dinero y el patrimonio. Existen, además, otras contribuciones al Seguro Social de Salud y al Sistema Nacional de Pensiones.

La administración y recaudación de los tributos le compete a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y, en algunos casos, a las municipalidades correspondientes.

Los principales tributos existentes en la actualidad en Perú son los detallados en la siguiente tabla:

Tabla Nº 2 – Principales tributos en Perú

Tributos directos	Tributos indirectos	Tributos municipales
Impuesto a la Renta	Impuesto General a las Ventas	Impuesto Predial
Impuesto Temporal a los Activos Netos	Impuesto Selectivo al Consumo	Impuesto de Alcabala
Impuesto a las Transacciones Financieras		Impuesto a la Propiedad Vehicular

Fuente: Extraído de “Guía de Negocios e Inversión en el Perú 2015/2016”, pág. 143, Ministerio de Relaciones Exteriores, ProInversión y EY, 2015.

Impuesto a la Renta (IR)

El IR grava la renta neta y se determina anualmente. El ejercicio físico comienza el 1 de enero de cada año y termina el 31 de diciembre. Las declaraciones juradas para las sociedades, sucursales y personas naturales, por lo general deben ser presentadas antes del 31 de marzo del año siguiente. En el ejercicio 2015-2016 la tasa del IR es de 28%.

Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN)

El ITAN equivale al 0,4% del valor total de activos netos que excedan S/. 1.000.000 (nuevos soles) determinados al 31 de diciembre del ejercicio anterior. Las compañías en etapa pre-operativa se encuentran excluidas de este impuesto. Además, el ITAN constituye crédito contra el Impuesto a la Renta, pues si al término del ejercicio no ha sido aplicado íntegramente se puede solicitar su devolución.

Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF)

Como regla general, se impone una tasa del 0,005% a los depósitos y retiros en cuentas de instituciones financieras en el Perú. Cabe precisar que cualquier pago realizado que exceda la suma de S/. 3.500 (nuevos soles) o US\$ 1.000 debe ser necesariamente efectuado por los siguientes medios de pago: depósitos en cuentas, giros, transferencias de fondos, órdenes de pago, tarjetas de débito o de crédito expedidas en el país o cheques “no negociables”.

Impuesto General a las Ventas (IGV)

El IGV grava la venta de bienes, la prestación y utilización de servicios y la implantación de bienes con una tasa del 18%, que ya incluye el 2% del Impuesto de Promoción Municipal. La Ley del IGV sigue el sistema de débito/crédito, en virtud del cual el IGV de la venta es compensado contra el IGV pagado en las compras, no encontrándose sujeto a plazos de prescripción o caducidad.

Por último, es sumamente relevante señalar que las compañías y personas naturales que sean titulares de concesiones mineras, por un lado, y los inversionistas que hayan suscrito contratos de licencia o de servicios a los que se refiere la Ley Orgánica de Hidrocarburos, por otro, podrán acceder a la devolución definitiva del IGV, siempre que se encuentren en la fase de exploración.

Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)

Es el impuesto al consumo de bienes específicos, tales como combustibles, cigarros, cerveza, licores, bebidas gasificadas, entre otros. Se aplica bajo tres sistemas: (i) específico, que involucra un monto fijo en nuevos soles por unidad de medida; (ii) al valor, que se aplica sobre la base de un porcentaje sobre el precio de venta; y (iii) precio de venta, aplicado sobre la base de un porcentaje sobre el precio sugerido al público.

Impuesto Predial

Se trata de un tributo municipal de periodicidad anual que grava el valor de los predios urbanos o rústicos, considerándose predios a los terrenos, las edificaciones e instalaciones fijas y permanentes. La tasa del impuesto es progresiva acumulativa, variando entre 0,2%, 0,6% y 1,0%, dependiendo del valor del predio. Este impuesto es de cargo de la persona natural o jurídica que al 1 de enero de cada año resulte propietaria del predio gravado.

Impuesto de Alcabala

Este tributo grava las transferencias de inmuebles urbanos o rústicos a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma o modalidad, inclusive las ventas con reserva de dominio. La base imponible es el valor de enajenación del inmueble, aplicándose una tasa de 3% que queda a cargo del comprador.

Impuesto al Patrimonio Vehicular

Se refiere a un tributo de periodicidad anual y grava la propiedad de los vehículos en general fabricados en el país o importados, con una antigüedad no mayor a 3 años, computada a partir de la primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular. La base imponible se constituye por el valor original de adquisición, importación o de ingreso al patrimonio, contando con una tasa aplicable de 1%.

Canales de distribución⁵

Los canales de ventas en Perú tienen características particulares definidas a partir de las peculiaridades de los compradores, que han obligado a las empresas a desarrollar diferentes estrategias de posicionamiento. En este sentido, podemos distinguir los compradores modernos, que prefieren las grandes cadenas de tiendas y supermercados; de los compradores tradicionales, que demuestran predilección por las tiendas minoristas.

Los consumidores peruanos que se definen como compradores modernos se caracterizan por la falta de tiempo para efectuar sus compras, lo que determina una baja frecuencia en las mismas y que estén determinadas por la racionalidad. Además, el comprador moderno posee un elevado nivel de acceso a la información respecto del producto que desea o necesita adquirir en forma previa a la compra. Esto último está estrechamente vinculado con el comportamiento de baja fidelidad a una marca o producto en particular, puesto que prevalecen los valores del producto al momento de la elección.

⁵ Fuente: Acción Comercial Análisis Integral ([ACAI](#)) y Euromonitor International.

Por su parte, el consumidor tradicional mantiene el precio como el elemento cardinal que determina su decisión, por lo que tampoco presenta gran fidelidad a una marca o producto. A diferencia del consumidor moderno, este efectúa sus compras con mayor asiduidad, incluso diariamente.

En Lima, el 70% de las ventas se realizan a través del canal tradicional, con un marcado liderazgo del mercado de comercios como Cencosud, Supermercados Peruanos y Falabella. En el interior del país, esta predominancia del canal tradicional es aún superior, pues asciende al 90%, predominando las ventas en las llamadas bodegas y mercados.

En Perú, el canal de ventas moderno viene presentando un fuerte y creciente desarrollo, sobre todo, por la incorporación del crédito como medio de pago. De todos modos, los establecimientos que se encuadran en este medio de comercialización se han consolidado en especial respecto de los productos de alto nivel, como por ejemplo, las llamadas tiendas por departamento y las farmacias. En contrapartida, en lo concerniente a productos de primera necesidad, su presencia no es aún tan determinante.

Por su parte, el canal tradicional no ha presentado una disminución del número de puntos de venta frente a la importancia creciente del canal de ventas moderno, sino que, por el contrario, preserva su presencia en la comercialización de bienes de primera necesidad o de consumo inmediato, que constituye su principal fortaleza. Por tal motivo, el gran número de puntos de venta y los bajos precios contribuyen a asegurar su participación en el comercio total dentro del mercado peruano.

Normativa⁶

Al momento de entablar relaciones comerciales con Perú es sumamente relevante tener en cuenta la normativa referente al establecimiento de empresas en el país. Entre los tipos societarios más utilizados por los extranjeros para instalarse en Perú están las Sociedades Anónimas, sean cerradas o abiertas, las Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada y las Sucursales, definidos todos en la Ley N° 26.887 o Ley General de Sociedades.

Para las Sociedades Anónimas (S.A.) en general se requiere un mínimo de dos accionistas, siendo que el número de participantes se ve limitado a 20 en el caso de las Sociedades Anónimas Cerradas (S.A.C.) y, en cambio, en las Sociedades Anónimas Abiertas (S.A.A.) se extiende el número de accionistas admitidos a más de 750. De todos modos, en cualquiera de los tres casos, la responsabilidad de los accionistas está limitada al valor de las acciones que poseen.

Por su parte, las Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) están organizadas con un mínimo de 2 y un máximo de 20 socios participantes, quienes se caracterizan por no responder personalmente por las obligaciones sociales.

⁶ Fuente: "Guía de Negocios e Inversión en el Perú 2015/2016", Ministerio de Relaciones Exteriores, ProInversión y EY, 2015.

Por último, para las Sucursales se requiere un acuerdo de constitución efectuado por la sociedad matriz que debe ser legalizado por el consulado peruano y certificado por el Ministerio de Relaciones Exteriores en Perú o, en su defecto, apostillado antes de ser inscripto en los Registros Públicos. De acuerdo con la legislación vigente en la materia, luego de cumplido este procedimiento, las sucursales de sociedades extranjeras pueden transformarse en una sociedad constituida en Perú bajo cualquier tipo societario existente en el país.

Para ello, las empresas extranjeras que deseen establecer empresas nuevas o sucursales en el país deben cumplir ciertas formalidades administrativas, como la inscripción ante el Registro Único de Contribuyentes (RUC), que se obtiene ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), órgano administrador de impuestos en Perú. A tales efectos, es necesario presentar los siguientes documentos:

- Testimonio de constitución social (debidamente inscrito ante la Superintendencia Nacional de Registros Públicos – SUNARP).
- Recibo de agua o luz que acredite el domicilio fiscal.
- Formato de inscripción de RUC de la SUNAT.
- Documento de identidad del representante legal.
- Título de propiedad o contrato de alquiler del lugar donde realizará su actividad comercial.

Además, si el trámite lo realiza un tercero, deberá presentar una carta poder simple otorgada por el representante legal con firma legalizada ante notario y su documento de identidad para que tenga validez.

Principales puntos de ingreso

Perú es un país líder o "hub regional" por su ubicación central en la costa occidental de Sudamérica, posibilitando su proyección como núcleo productivo y comercial regional.

Sus costas hacia el Océano Pacífico lo conectan con los países de la APEC, el mercado más dinámico del mundo. Además, a través del río Amazonas y de Brasil se vincula con el Océano Atlántico; y la cordillera de los Andes, que atraviesa al país, lo une con Ecuador, Colombia, Bolivia, Venezuela, Chile y Argentina.

Asimismo, se están consolidando diversos puertos, aeropuertos y un sistema de carreteras, de modo que Perú está preparado para servir como eficiente puente de conexión entre los mercados de América del Sur, Asia y Estados Unidos, principalmente.



Puertos

Puerto de Callao

El Puerto de Callao es sin dudas el principal puerto del país y, además, el más importante del Pacífico sudamericano. Anualmente, mueve alrededor de 32 millones de toneladas de carga, lo que representa el 75% del total de la carga nacional, siendo mayoritariamente carga contenerizada.

Puerto de Matarani

La segunda terminal más importante es la de Matarani, ubicada en el sureño departamento de Arequipa. Se trata del puerto más moderno y mejor equipado del país, debido a las numerosas inversiones que ha recibido, por lo que su capacidad de transporte de cargas viene en aumento, constatándose un 3% más en cargas a granel y un 34% más en cargas en contenedores durante el último año.

Puerto de Salaverry

El Puerto de Salaverry, ubicado en el departamento de Libertad, se posiciona como el tercero en orden de relevancia, ya que moviliza poco más de 2,5 millones de toneladas, sobre todo, en cargas a granel.

Puerto de Paita

El Puerto de Paita, localizado en Piura, se basa primordialmente en el transporte de cargas contenerizadas, pues representaron más de las tres cuartas partes de su movimiento total.

Otros puertos de relevancia del país, aunque con menor caudal de transporte de cargas, son el Puerto de Tacna, el Puerto General San Martín, el Puerto de Iquitos, el Puerto de Ilo y, por último, el Puerto de Yurimaguas.

Aeropuertos

Aeropuerto Internacional de Lima

Fue inaugurado a finales de 1965 y hoy en día es la principal terminal aérea de Perú, concentrando la gran mayoría de vuelos del país. Localizado el 16 km al noreste de la capital peruana, opera con destinos en toda América y algunas localidades de Europa, por lo que más de 17.5 millones de pasajeros lo transitaron en 2015.

Aeropuerto de Cusco

Inaugurado un año antes que el Aeropuerto de Lima, el de Cusco es el segundo del país en términos de importancia. Situado en el centro histórico de la ciudad homónima, opera, esencialmente, con destinos nacionales y vuelos internacionales a Bolivia y Colombia, habiendo sido transitado por más de 3.2 millones de pasajeros el pasado año.

Aeropuerto de Chiclayo

Tras ser inaugurado a principios de 1956, el Aeropuerto de Chiclayo es uno de los más antiguos del país y, ubicado a 2 km del centro de la ciudad, sirve como principal punto de conexión entre el norte peruano y el resto del territorio, operando con vuelos domésticos y, además ofrece vuelos internacionales a Panamá. Asimismo, su importancia está dada por la infraestructura y los servicios con los que cuenta, por lo que es utilizado como sustituto del Aeropuerto de Lima en casos de mal tiempo u otros inconvenientes.

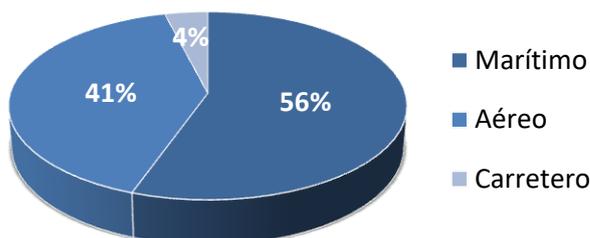
Aeropuerto de Arequipa

Siendo uno de los más recientes aeropuertos peruanos, inaugurado en el año 1979, el Aeropuerto de Arequipa, situado a 8 km al noroeste del centro de la ciudad, se posiciona como una de las principales terminales aéreas, pues a pesar de operar tan solo con vuelos nacionales, lo transitan cerca de 1,3 millones de pasajeros al año.

Otros aeropuertos de destaque en el país, aunque con menor cantidad de vuelos y capacidad de transporte de pasajeros y cargas, son el Aeropuerto de Iquitos, el Aeropuerto de Piura y, por último, el Aeropuerto de Trujillo.

Como se observa en la siguiente gráfica, las mercaderías uruguayas que ingresan a Perú lo hicieron en el año 2015, primordialmente, valiéndose del medio de transporte marítimo, dado que explica más de la mitad del total. Le sigue de cerca el transporte aéreo, representativo del 41% y, finalmente, encontramos el transporte carretero con un peso de apenas 4% en el total.

**Gráfica N° 10 – Medios de transporte de las mercaderías uruguayas que ingresan a Perú
Año 2015 (Participación %)**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transaction.

En particular, los bienes uruguayos exportados al mercado peruano han ingresado, fundamentalmente, a través de los puertos de Callao, Tacna y Paita, superando los US\$ 130 millones en el año 2015.

**Tabla N° 3 – Principales aduanas de ingreso de mercaderías desde Uruguay hacia Perú
Año 2015 (Datos en US\$)**

Aduana	Valor CIF
Callao	136.677.393
Tacna	176.089
Paita	116.773
Total	136.970.254

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transaction.

Precios de fletes internacionales

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

Marítimo

Tabla N° – Fletes marítimos hacia diversos puertos de Perú desde Montevideo

Puerto	Contenedores	
	20'	40'
Callao	1075	1625
Paita	1200	1900

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de CMA-CGM Uruguay.

Aéreo

Tabla N° – Fletes aéreos hacia Lima desde Montevideo

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

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

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

Estrategias de negociación⁷

Si bien el tamaño del mercado es reducido, es importante considerar que en las zonas fronterizas la práctica del contrabando es generalizada.

Los canales de comercialización en Perú aún se encuentran en un proceso de reestructuración, conviven las pequeñas y tradicionales tiendas con grandes supermercados y cadenas internacionales que se están instalando en el país.

De todos modos, la forma de introducir productos extranjeros al país es a través de importadores y/o distribuidores, debido a las dificultades logísticas y comerciales que se deben afrontar en el mercado peruano. En efecto, al tratar con empresas públicas o con la Administración, la legislación peruana establece la obligatoriedad de contar con un agente local.

Durante las negociaciones con una contraparte peruana conviene mantener el mismo equipo de negociación, ya que ellos consideran que la negociación se realiza con las personas más que con las empresas que estas representan.

En las presentaciones es sumamente positivo utilizar argumentos emocionales para enfatizar en los beneficios del acuerdo; no debe abrumarse con demasiados datos o cifras estadísticas.

En cada reunión hay que estar preparado para negociar todos los aspectos del acuerdo en forma simultánea, y no de forma secuencial o uno a uno. Además, en la cultura de negocios peruana se utiliza mucho el regateo, motivo por el cual es aconsejable dejar cierto margen de negociación y estar preparado para llegar hasta el último precio.

⁷ Fuente: "Cómo negociar con éxito en 50 países", Olegario Llamazares García-Lomas, 3ª Edición, 2008.

Por todo ello, el ritmo de negociación acostumbra a ser lento, especialmente en acuerdos complejos, lo que indica que será necesario dedicar mucho tiempo y visitar varias veces el país.

En lo que atañe a la moneda en que se efectúan las negociaciones y las transacciones con el exterior, es habitual el uso del dólar, en lugar de la moneda local, debido a que la economía peruana está sumamente dolarizada.

Normas de protocolo⁸

- La forma de saludo habitual es el apretón de manos tanto en la presentación como en la despedida, sean hombres o mujeres. Los abrazos, las palmadas o los besos se utilizan cuando ya se mantiene una relación de amistad.
- En general, el trato es formal y se utiliza el apellido precedido de Señor o Señora, según corresponda. Los nombres propios solo se emplean cuando las personas se conocen hace algún tiempo. Además, es bastante habitual el uso de títulos profesionales.
- Los peruanos no son extremadamente rigurosos en cuanto a la puntualidad, al contrario, hay que prever retrasos en las citas y no mostrar enfado por ello. Para evitar estos trastornos, es conveniente establecer previamente las reuniones con una hora de inicio y una hora de término del encuentro.
- Está bastante extendida la costumbre de los desayunos de trabajo, especialmente cuando se trata con grandes empresas o con la Administración. Los almuerzos son igualmente aceptados para tratar sobre negocios. En cambio, las reuniones de este tipo durante la cena no son corrientes.
- Lima es considerada por muchos como la capital gastronómica de América Latina, debido a la gran variedad de restaurantes de comida tradicional peruana, cocina contemporánea novoandina y cocina internacional. Por ello, es habitual que en reuniones de negocios donde se incluya una comida, se invite a degustar algún plato o dulce característico de Perú.
- En las primeras reuniones no se acostumbra a ofrecer regalos. De todos modos, si se decide entregar alguno, una bebida de calidad o música folclórica serán muy apreciados por la contraparte peruana.
- Las vacaciones en Perú suelen tener lugar en los meses de enero y febrero, por lo que no es recomendable planear visitas de negocios al país en esas fechas.

⁸ Fuente: Ídem.

A tener en cuenta

Es importante tener en cuenta que los horarios de las oficinas, instituciones públicas e instituciones bancarias peruanas varían mucho, incluso de una época del año a otra.

Los organismos públicos trabajan de lunes a viernes de 9 a 17 horas en los meses de invierno; en cambio, durante los meses de calor, el horario de atención es de 8 a 15 horas. Por su parte, los bancos mantienen un horario partido de atención al público que va desde las 9 a las 13 horas en el turno matutino, y durante la tarde, desde las 15 a las 18 horas.

En cambio, los locales comerciales en general suelen cumplir un horario de 9 a 18 horas de lunes a viernes o de lunes a sábado y, en particular, los supermercados abren de lunes a domingo entre las 9 y las 21 horas.

Por último, es menester señalar que entre Perú y Uruguay existe una diferencia horaria de dos horas menos en Perú que en nuestro país.

Principales instituciones de referencia

Prensa local

- Diario de Economía y Negocios de Perú Gestión: www.gestion.pe
- Diario El Comercio de Perú: www.elcomercio.pe

Organismos

- Agencia de Promoción de la Inversión Privada – Perú-ProInversión: www.proinversion.gob.pe
- Banco Central de Reserva del Perú: www.bcrp.gob.pe
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PromPerú: www.promperu.gob.pe
- Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas: www.digemid.minsa.gob.pe
- Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria: www.digesa.minsa.gob.pe
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual: www.indecopi.gob.pe
- Instituto Nacional de Estadística e Informática: www.inei.gob.pe
- Instituto Nacional de la Calidad: www.inacal.gob.pe
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: www.mincetur.gob.pe
- Ministerio de Economía y Finanzas: www.mef.gob.pe
- Ministerio de Relaciones Exteriores: www.rree.gob.pe

- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – Siicex: www.siicex.gob.pe
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT: www.sunat.gob.pe

Otros

- Asociación de Empresas Promotoras del Mercado de Capitales – ProCapitales: www.procapitales.org
- Asociación de Exportadores del Perú: www.adexperu.org.pe
- Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios: www.aspec.org.pe
- Asociación Peruana de Empresas e Investigación de Mercados: www.apeim.com.pe
- Cámara de Comercio de Lima: www.camaralima.org.pe
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico: www.capece.org.pe
- Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas: www.confiep.org.pe
- Información Turística – Peru Tourism: www.peru-turismo.com
- Instituto Peruano de Economía: www.ipe.org.pe
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú – ComexPerú: www.comexperu.org.pe
- Sociedad Nacional de Industrias: www.sni.org.pe

Datos de contacto de la Cámara Binacional de Comercio e Integración Peruano-Uruguaya

Teléfono: +51 965 858 042

Web: www.camaraperuanouruguay.pe

E-mail: info@camaraperuanouruguay.com

Datos de contacto de la Embajada de Perú en Montevideo

Dirección: Obligado, 1384

Teléfonos: +598 2 707 6862 / 2 707 1420 / 2 707 2834

E-mail: embamontevideo@embaperu.org.uy

Datos de contacto de la Embajada de Uruguay en Lima

Dirección: José D. Anchorena, 084

Teléfonos: +00511 719 2550

E-mail: uruinca@americateln.net.com.pe