



Ficha

PRODUCTO-DESTINO

Sector químico

Setiembre 2016



Contenido

Generalidades de los productos.....	2
Características del mercado	2
Intercambio comercial de Perú con el mundo	3
Biodiesel (NCM 3826.00).....	3
Alcohol etílico (NCM 2207.10)	4
Empresas importadoras de Perú.....	5
Proveedores	6
Precio unitario promedio	7
Arancel	8
Medidas no Arancelarias.....	8
Tributación	8
Etiquetado.....	9
Mercancías que requieren etiquetado especial.....	9
Canales de distribución	10
Almacenes Generales de Depósito	10
Principales puntos de ingreso	11
Precios de fletes internacionales	11
Logística y comercialización	12
Empresas de transporte internacional de mercadería entre Perú y Uruguay	13
Estrategias de negociación.....	14
Tips a tener en cuenta a la hora de exportar a Perú.....	15
Páginas Web de interés.....	16

Generalidades de los productos

3826.00 - Biodiesel y sus mezclas, sin aceites de petróleo o de mineral bituminoso o con un contenido inferior al 70% en peso de estos en aceites.

2207.10 -Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80 % vol.



Características del mercado¹

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.

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.

¹ Fuente: Uruguay XXI en base a datos de CIA World Factbook y del Ministerio de Relaciones Exteriores de Perú.

Intercambio comercial de Perú con el mundo

Biodiesel (NCM 3826.00)

Desde el año 2012 Perú realiza compras de biodiesel de forma ininterrumpida, pero debido a la disminución observada en el último año mostró tasas de crecimiento promedio negativas en el entorno del 13,5%.

Por su parte, en 2015 las importaciones de estos productos alcanzaron los US\$197 millones, lo que implicó una caída del 19,6% respecto al año previo.

Tabla N°1 – Importaciones peruanas por país de origen de los productos comprendidos en la sub-partida 3826.00. (Datos en millones de dólares). Años 2010-2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Part. (%) 2015
Argentina	0	0	207	200	246	167	84,6%
Indonesia	0	0	50,8	10,7	0	21,6	10,9%
España	0	0	0	0	0	8,7	4,4%
Ecuador	0	0	11,0	56,3	0	0	0,0%
Japón	0	0	0,01	0	0	0	0,0%
Total	0	0	305	278	246	197	100,0%

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

En 2015 los principales orígenes de estos productos fueron, en primer lugar, Argentina, con una participación del 84,6%. En segundo lugar le siguió Indonesia, representando el 10,9%, y por último España, con el 4,4%.

Mientras que no se registraron exportaciones de biodiesel por parte de Perú en los años bajo análisis.

Alcohol etílico (NCM 2207.10)

El comercio de alcohol etílico ha venido en aumento desde los últimos cinco años, mostrándose una tendencia positiva tanto para las exportaciones como para las importaciones.

El intercambio comercial del producto fue superavitario para todo el período y en el 2015 se constató un saldo de balanza comercial de US\$ 25,8 millones. Cabe destacar que en el período 2010-2015 el este mantuvo una tasa de crecimiento negativa del 4,4% promedio anual.

**Gráfico N° 1 – Intercambio Comercial de Alcohol Etílico entre Perú y el mundo.
Años 2010-2015 (Millones US\$).**



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

Tomando el período 2010-2015, el valor exportado no tuvo un ritmo continuo, sino que tendió a variar en cada año. En el período bajo análisis las exportaciones crecieron a un ritmo del 5,2% promedio anual mostrando signos de enlentecimiento desde el 2014 y registrando su valor máximo en el año 2013 donde se exportó por un monto de casi US\$ 100 millones.

En el 2015 las ventas externas de dicho producto cayeron un 23% respecto al año previo luego de que totalizaron los US\$ 47,4 millones en ese año.

**Tabla N°2 – Exportaciones por destino de los productos comprendidos en la partida
2207.10. (Datos en millones de dólares). Años 2010-2015.**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Part. (%) 2015
Países Bajos	16,2	17,8	37,7	70,4	31,8	23,3	49,1%
Colombia	10,6	6,1	25,3	15,3	11,3	13,5	28,6%
Ecuador	5,2	6,3	18,1	9,1	3,3	7,9	16,7%
Corea	0	0	0	0	0	2,7	5,6%
Bolivia	0	0	0	0	0	0	0,0%
Total	36,8	33,1	88,8	99,5	61,5	47,4	100,0%

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

Los principales destinos de exportación fueron, en primer lugar, los Países Bajos (49,1%), luego le siguieron Colombia (28,6%), Ecuador (16,7%) y por último Corea (5,6%).

Las importaciones de los productos de la sub-partida han ido en aumento desde 2010 a 2015, mostrando tasas promedio de crecimiento de 37% anual. En el 2015 las compras externas alcanzaron los US\$ 21,6 millones lo que implicó un incremento superior al 200% en comparación al 2014.

Tabla N°3 – Importaciones peruanas por país de origen de los productos comprendidos en la sub-partida 2207.10. (Datos en millones de dólares). Años 2010-2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Part. (%) 2015
Estados Unidos	0,01	3,6	3,2	0,03	0,02	14,5	67,3%
Bolivia	3,3	2,7	4,8	4,6	4,03	5,3	24,7%
Ecuador	1,04	1,7	1,3	1,7	1,3	1,6	7,6%
Alemania	0,06	0,06	0,07	0,10	0,05	0,06	0,3%
Brasil	0,04	0,04	0,04	0,04	0	0,04	0,2%
Total	4,5	8,0	9,5	6,5	5,4	21,6	100%

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

En el último año, tuvieron origen principalmente de Estados Unidos, el cual representó el 67,3% de las mismas, luego le siguieron Bolivia con una participación del 24,7% y Ecuador con el 7,6%.

Empresas importadoras de Perú

La principal empresa importadora en Perú de los productos de la sub-partida 3826.00 es Petróleos del Peru S.A. con un 60,4%, siguiéndole Refinería la Pampilla S.A. con un 29,3%.

Tabla N° 4 – Listado de los principales importadores de los productos de la sub-partida 3826.00. Año 2015.

Importador	Part. % (2015)
PETROLEOS DEL PERU- PETROPERU SA	60,4%
REFINERIA LA PAMPILLA S.A.A	29,3%
REPSOL TRADING PERU S.A.C.	6,9%
PURE BIOFUELS DEL PERU S.A.C.	3,4%
INTERTEK TESTING SERVICES PERU S.A	0,0%
RHEINTEK PERU S.A.C.	0,0%
AQA QUIMICA SOCIEDAD ANONIMA	0,0%

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

Las importaciones de los productos comprendidos en la sub-partida 2207.10 son principalmente realizadas por Refinería la Pampilla S.A. con 59,49%, siguiéndole Peruquimicos S.A.C. con 11,90%.

Tabla Nº 5 – Listado de los principales importadores de los productos de la sub-partida 2207.10. Año 2015.

Importador	Part. % (2015)
REFINERIA LA PAMPILLA S.A.A	59,49%
PERUQUIMICOS S.A.C.	11,90%
ALKOHLER E.I.R.LTDA.	8,74%
SUCROALCOLERA DEL CHIRA S.A.	8,39%
UNIQUE S.A.	4,87%
CIA IMPORTS EXPORTS CABALLERO S.A.C.	1,10%
INTRADEVCO INDUSTRIAL S.A.	1,04%
ANDINA DISTRIBUCIONES E.I.R.L.	0,94%
COMERCIAL LAZO ROMO S.R.L	0,92%
IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ALTIPLANO	0,61%

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

Proveedores

Las siguientes tablas identifican los 10 principales proveedores de los productos analizados, ordenados, para la sub-partida 3826.00, de acuerdo a su participación en el año 2015 respecto al total importado. Y para la los productos comprendidos en la sub-partida 2207.10, en función de las principales empresas proveedoras, su país de origen y su respectiva marca.

Tabla Nº6 – Proveedores de los productos de la sub-partida 3826.00. Año 2015

Proveedor	Part. % (2015)
OLEAGINOSA MORENO HNOS S.A.	18,2%
BUNGE AGRITRADE S.A.	17,5%
VICENTIN S.A.I.C.	7,3%
PETROLEOS DEL PERU- PETROPERU SA	6,5%
CARGILL S.A.C.I.	4,5%
ACEITERA GENERAL DEHEZA S.A.	4,1%
HACH COMPANY	3,9%
INTERTEK CALEB BRETT	3,7%
LDC ARGENTINA S.A.	3,4%
MOLINOS RIO DE LA PLATA S.A.	2,8%

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

**Tabla Nº 7 – Proveedores de los productos de la sub-partida 3826.00.
Año 2015.**

Empresa proveedora	País de origen	Marca
MUREX LLC	ESTADOS UNIDOS	S/M
RAIZEN NORTH AMERICA INC	ESTADOS UNIDOS	S/M
AVANTOR PERFORMANCE MATERIALS SA DE CV	ESTADOS UNIDOS	J.T.BAKER
MERCK KGAA	ALEMANIA	EMPARTA
		EMPROVE
		EMSURE
		LICHROSOLV
		MERCK
		SECCOSOLV
	FRANCIA	EMPROVE
		EMSURE
DIALCOOL EXPORTACAO INDUSTRIA E COMERCIO DE BEBIDA	BRASIL	S/M
PRODUCTOS QUIMICOS MONTERREY S.A. DE C.V.	MEXICO	FERMONT
SCHARLAB S.L.	ESPAÑA	SCHARLAB
		SCHARLAU
MARKEM-IMAJE	FRANCIA	MARKEM-IMAJE
APPLICHEM GMBH	ALEMANIA	APPLICHEM PANREAC ITW COM
SERVA ELECTROPHORESIS GMBH	ALEMANIA	SERVA ELECTROPHORESIS GMB

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

Precio unitario promedio

**Tabla Nº 8 – precio unitario promedio de referencia.
(Datos en dólares) Año 2015.**

NCM	Descripción	Precio unitario promedio (US\$)
3826.00	Biodiesel y sus mezclas, sin aceites de petróleo o de mineral bituminoso o con un contenido inferior al 70% en peso de estos en aceites.	0,68
2207.10	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80 % vol.	0,65

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

Arancel

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 N° 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.

En el caso del ingreso de productos de Uruguay a Perú, aproximadamente un 80% del universo arancelario (medido en la nomenclatura negociada) cuenta con una preferencia de 100% antes del 2015.

El acuerdo entre el MERCOSUR y Perú no comprende las mercancías elaboradas o provenientes de zonas francas o áreas aduaneras especiales de cualquier naturaleza.

Los productos analizados, los cuales se encuentran comprendidos en los NCM 3822.00.90, 3824.90.99 y 3204.19.90, no deberán pagar arancel de entrada al momento de ser importados en Perú (arancel 0%).

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.

Tributación

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 cancela o garantizada; fotocopia autenticada del documento de transporte; fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato, fotocopia autenticada del seguro del medio de transporte; Autorización especial de Zona Primaria; otros documentos que se requieran.

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.

Etiquetado

El etiquetado de los productos manufacturados de procedencia extranjera, se debe ajustar a lo establecido en la Ley N° 28405 “rotulado de productos industriales manufacturados”. La misma establece que el etiquetado debe indicar: País de fabricación; Fecha de vencimiento (en caso de productos perecederos) y condición del producto (usado, reconstruido o re-manufacturado, de ser el caso).

En el caso de incumplimiento del rotulado, la mercancía no podrá ser importada generando que la Autoridad Aduanera pueda ordenar reembarque de dicha mercadería.

El etiquetado de aquellas mercaderías de importación restringida, se rige por sus “leyes específicas”.

Mercancías que requieren etiquetado especial

En el caso de estas mercaderías, el plazo para obtener el permiso es de 15 días aproximadamente, estando a cargo del importador peruano. Encontramos:

- Insumos químicos y bienes fiscalizados, controlados por la Intendencia Nacional de Insumos Químicos y Bienes Fiscalizados – SUNAT www.sunat.gob.pe
- Medicamentos, cosméticos, productos sanitarios, instrumental médicos, controlados por la DIGEMID – Ministerio de Salud: www.digemid.minsa.gob.pe

Canales de distribución²

Los canales de ventas en Perú tienen características particulares que se definen a partir de las particularidades de los compradores. Estas características han hecho ineludible a las empresas a desarrollar distintas estrategias de colocación. Según las características específicas de los consumidores se pueden distinguir dos categorías:

- Compradores Modernos (cadenas)
- Compradores Tradicionales (minoristas)

En Lima, la mayor parte de las ventas se realizan a través del canal tradicional. El canal tradicional frente al canal moderno ha sido un tema de discusión especialmente en los últimos años. Grupos como Cencosud, Supermercados Peruanos y Falabella lideran el canal moderno actualmente, con un crecimiento sin precedentes.

En cuanto a los canales de distribución tradicionales, en el interior del país bodegas y mercados continúan liderando la cima, reflejando más del 90% de las ventas; y en el caso de la capital, un 70%.

Almacenes Generales de Depósito³

Los Almacenes Generales de Depósito se instituyen como sociedades anónimas. Su objeto social primordial es el desarrollo de la actividad de almacenamiento de bienes, estando autorizados a llevar a cabo las operaciones y servicios indicados a continuación:

- a) Recibir bienes en almacenamiento.
- b) Emitir Certificados de Depósito y Warrants de acuerdo a las disposiciones de la Ley de Títulos Valores (Ley N° 27287) y las disposiciones emitidas por la Superintendencia.
- c) Establecerse y operar como Depósito Aduanero Autorizado, debiendo cumplir previo a ello con los requisitos legales exigidos por las normas especiales sobre la materia.
- d) Inspección de prendas agrícolas o industriales.
- e) Inventario de Bienes.
- f) Servicio de pesaje.
- g) Transporte o distribución de bienes por cuenta de sus clientes.
- h) Manipuleo de carga.
- i) Otros servicios relacionados a la actividad de almacenamiento.

Los establecimientos de esta naturaleza que se encuentran bajo la vigilancia de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP de la República del Perú se con la denominación de Almacenes Generales de Depósito son: **Alma Perú S.A, Cía. Almacenera S.A CASA, Depósitos S.A y Almacenes Financieros S.A.**

² Fuente: ACAI - [Acción Comercial Análisis Integral](#) y Euromonitor.

³ *Reglamento de los Almacenes Generales de Depósito, Resolución SBS N°040-2002:* <https://www.depsa.com.pe/legislacion/regalmgendep.pdf>

Principales puntos de ingreso

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. Este puerto centra las operaciones de harina de pescado y productos agrícolas. Otro puerto importante es el de Tacna.



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 N° - 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 12 - 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 MINCETUR⁴. 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.

⁴ Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú

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

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

Marítimo y aéreo

Nombre de la empresa:	NEWPORT FREIGHT FORWARDER S.A
Dirección:	Aeropuerto Internacional de Carrasco, Of 119
Ciudad:	Canelones, Uruguay
Teléfono:	(00598) 26041582

Estrategias de negociación

- 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.
- 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.

Tips a tener en cuenta a la hora de exportar a Perú⁵

El perfil del comprador es exigente y racional. Más que la formalidad, valora la sinceridad, los modales, el trato directo y la palabra empeñada.

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”. Exige productos de calidad. Puede relativizar la marca comercial por una calidad duradera.

El importador peruano generalmente ya tiene contratos suscritos con sus clientes locales, por lo que es de suma importancia cumplir con la fecha de entrega pactada.

Para fines del pago, recurre más a la transferencia bancaria (depósito en cuenta), que a una carta de crédito.

Se siente más cómodo con precio en término CIF, de todas formas el peruano no es cerrado.

No suele contratar seguro por el transporte de la mercancía. Salvo, grandes volúmenes, carga refrigerada, perecedera.

Da valor a la comunicación electrónica. Suele solicitar un contrato de compraventa por escrito.

Incumplimiento contractual: para solución de controversias, prefiere el Arbitraje (CCL).

El protocolo es importante; la primera impresión también. La entrega de la tarjeta personal es realmente un protocolo.

El peruano, por su amabilidad, gusta de dar obsequios al extranjero y recibirlos como una caja de vino, whisky o música.

La vestimenta suele ser más formal que informal, aunque se recomienda indagar el "dress code" para cada ocasión.

⁵ Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a “Oportunidades de Negocio en el Perú”, Cámara de Comercio Lima (CCL) y “Cómo negociar con éxito en 50 países”- Olegario Llamazares García-Lomas 3ª Edición.

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