

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014



Guía de Mercado

REINO UNIDO

Industria de la Moda y
Decoración



I. Contenido

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Información General.....	4
III. Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	5
3.3 Nivel de Competitividad	5
IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios	6
4.1 Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo.....	6
4.2 Intercambio comercial de servicios Reino Unido - Mundo	7
4.1 Intercambio Comercial Perú – Reino Unido	7
V. Acceso al Mercado	9
5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias	9
5.2 Otros impuestos aplicados al comercio.....	12
VI. Oportunidades Comerciales	12
6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales.....	12
6.2. Productos con Potencial Exportador	13
VII. Tendencias del Consumidor	15
VIII. Cultura de Negocios	16
IX. Links de interés.....	18
X. Eventos Comerciales	19
XI. Bibliografía.....	20

I. Resumen Ejecutivo

Reino Unido es una monarquía constitucional situada al noroeste de Europa con 64 millones de habitantes, constituida por Inglaterra, Gales, Escocia (juntos forman Gran Bretaña), Irlanda del Norte y las Islas Británicas. Es miembro de la Unión Europea, miembro permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas y miembro fundador de la NATO y de la *Commonwealth of Nations*.

Se espera que en 2013 el PBI haya crecido 1,4%, gracias al gasto de consumo principalmente, y se proyecta un crecimiento de 1,9% para 2014. Su tasa de desempleo fue 7.7% y su tasa de inflación excedió el objetivo de 2% del Banco Central con un 2.7% para 2013.

Los principales sectores de la economía son servicios y manufacturas. El sector servicios representa el 78,9% del PBI y emplea al 80,4% de la fuerza de trabajo. Durante la recesión, los servicios financieros, se vieron más afectados y la solvencia de cierto número de empresas financieras fue degradada. No obstante, este sector continúa dirigiendo la recuperación económica. El sector manufacturas es el segundo en importancia, representando el 20,5% del PBI y empleando al 18,2% de la fuerza de trabajo.

Las exportaciones de bienes de Reino Unido al mundo han crecido de manera sostenida en los últimos 5 años (11,2%), a excepción del año 2012. En 2013 estas ascendieron a US\$ 541 063 millones registrando un crecimiento de 14,3% con respecto al año anterior. Por otro lado, las importaciones han crecido a un ritmo menor (7,9% en promedio anual) en los últimos 5 años, y en 2013 registraron una caída de 5,3% respecto a 2012. Los mayores mercados de destino de las exportaciones de Reino Unido fueron Suiza (13%), Estados Unidos (11%), Alemania (8%), Holanda (7%) y Francia (6%); mientras que sus principales proveedores fueron Alemania (13%), China (8%), Holanda (8%), Estados Unidos (7%) y Francia (6%).

Las exportaciones británicas de servicios, en 2012, fueron US\$ 209 776 millones y sus importaciones ascendieron a US\$ 95 210 millones. Las mayores exportaciones se registraron en servicios financieros (28% del total / US\$ 57 998 millones) y otros servicios de negocios (41% / US\$ 85 491 millones). Estas mismas categorías fueron las de mayor monto de importación con 11% / US\$ 10 168 millones y 53% / US\$ 50 665 millones, respectivamente.

Las exportaciones peruanas a Reino Unido ascendieron a US\$ 570 millones en 2013 y han registrado un aumento de 24% en promedio anual en los últimos 5 años. Los envíos tradicionales representaron el 59% de las exportaciones y registraron una caída de 21,7% entre 2012 y 2013. Los principales sectores de exportación fueron el minero (89% de participación), siendo el oro y el estaño los más representativos; le siguen el sector pesquero y en el sector agrícola, ambos con 6% de participación.

Los envíos no tradicionales representaron el 41% del total y, a diferencia de los envíos tradicionales, aumentaron en 30,4% para el periodo 2012 – 2013. Las mayores niveles de exportación se dieron principalmente en el sector agropecuario (79%), químico (10%) y textil (8%); mientras que los envíos más dinámicos se registraron en el sector agropecuario (+41,5%), químico (+38,2%) y minería no metálica (+17,1%).

II. Información General



Reino Unido es una monarquía constitucional situada al noroeste de Europa, constituida por Inglaterra, Gales, Escocia, Irlanda del Norte y las Islas Británicas. Limita al norte y oeste con el Mar Atlántico, al este con el Mar del Norte, al sur con el Canal de la Mancha y al oeste con el Mar de Irlanda. Su capital es Londres, otras ciudades importantes son Birmingham, Glasgow, Liverpool, Leeds, Sheffield, Edimburgo, entre otras.

Reino Unido es miembro de la Unión Europea, miembro permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas y miembro fundador de la NATO¹ y de la *Commonwealth of Nations*²

El tamaño de su población es 64 millones de habitantes, aproximadamente, y crece a una tasa promedio de 0,54% anual. La edad media es 40,4 años; 39,2 para hombres y 41,6 para mujeres. Al 2013, gran parte de su población (41%) se encontraba entre los 25 y 54 años de edad.

La religión predominante es la cristiana (59,5%), que incluye anglicanos, católicos romanos, presbiterianos y metodistas. Otras religiones importantes son el Islam (4,4%) e Hinduismo (1,1%), y un 25,7% no practica ninguna religión.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro 1

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013*	2014*	Var.% 13/12
Crecimiento real del PBI (%)	1,7	1,1	0,2	1,4	1,9	-
PBI per cápita (US\$)	36 891	39 286	39 161	39 049	40 879	-0,3
Tasa de inflación (%)	3,3	4,5	2,8	2,7	2,3	-
Tasa de desempleo (%)	7,9	8,0	8,0	7,7	7,5	-

Fuente: FMI / (*) Proyectado

Elaboración: PROMPERU

La economía británica continúa expandiéndose lentamente. Se espera que el PBI haya crecido 1,4% en 2013 y se proyecta un crecimiento de 1,9% para 2014. El incremento en el gasto de consumo es el principal motor del crecimiento junto a un modesto soporte de las inversiones en los negocios.

La tasa de desempleo fue 7,7% en 2013, se espera que disminuya a 7,5% en 2014. Aun así, dicha tasa es una de las más altas en muchos años. El programa de austeridad británico ha llevado a la pérdida de 500 000 puestos de trabajos en el sector público entre 2011 y 2015.

¹ *North Atlantic Treaty Organization*. Alianza militar intergubernamental basada en el Tratado del Atlántico Norte firmada el 4 de abril de 1949.

² Organización compuesta por 53 países independientes que, con la excepción de Mozambique, comparten lazos históricos con el Reino Unido. Su principal objetivo es la cooperación internacional en el ámbito político y económico.

La tasa de inflación ha excedido el objetivo de 2% del Banco Central. Esta fue de 2,7% para 2013, se espera que sea 2,3% en 2014. La subida de los precios administrativos así como los efectos de las políticas tomadas por el gobierno, ponen presión sobre los precios.

La divisa oficial de Reino Unido es la libra esterlina. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	0,601025 GBP
Dólar Estadounidense		Libra Esterlina
1 USD = 0,601025 GBP	↔	1 GBP = 1.66385 USD
1.00 PEN	=	0,214266 GBP
Nuevo Sol Peruano		Libra Esterlina
1 PEN = 214266 GBP	↔	1 GBP = 4,66711 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos³

El sector servicios representa el 78,9% del PBI y emplea 80,4% de la fuerza de trabajo. Los servicios financieros, se vieron más afectados durante la recesión. La solvencia de cierto número de empresas financieras ha sido degradada y la proporción de préstamos en mora es alta. No obstante, el sector continúa dirigiendo la recuperación económica.

Reino Unido es el mayor productor de petróleo en la Unión Europea (que no incluye a Noruega), así también es un exportador importante de gas natural. Se proyecta que la producción de gas y aceite haya caído entre 3% y 6% en 2013 y que, gracias a las inversiones que se esperan para 2014, se incremente al equivalente de 2 millones de barriles de aceite por día en 2017.

El sector manufacturas es el segundo en importancia, representa el 20,5% del PBI y emplea al 18,2% de la fuerza de trabajo. No obstante, la mayoría de empresas del sector tienden a utilizar alta tecnología y menos mano de obra intensiva, por lo que el empleo en el sector está cayendo.

Por otro lado, en el sector de la agricultura, el país es totalmente autosuficiente en la mayoría de productos básicos y sus granjas tienden a ser más grandes que el promedio de la Unión Europea. Este sector representa el 0,7% del PBI y emplea al 1,4% de la fuerza laboral.

3.3 Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 189 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Reino Unido y para otros países similares.

³ Euromonitor / The CIA World Factbook

Cuadro 2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2014

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2014							
Criterios	Reino Unido	Perú	Alemania	Colombia	Canadá	Chile	Rusia
Facilidad de hacer negocios	10	42	21	43	19	34	92
Apertura de un negocio	28	63	111	79	2	22	88
Manejo permiso de construcción	27	117	12	24	116	101	178
Acceso a electricidad	74	79	3	101	145	43	117
Registro de propiedades	68	22	81	53	55	55	17
Obtención de crédito	1	28	28	73	28	55	109
Protección de los inversores	10	16	98	6	4	34	115
Pago de impuestos	14	73	89	104	8	38	56
Comercio transfronterizo	16	55	14	94	45	40	157
Cumplimiento de contratos	56	105	5	155	58	64	10
Cierre de una empresa	7	110	13	25	9	102	55

Fuente: Doing Business 2014

Elaboración: PROMPERU

El Perú se encuentra en la posición 42° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Reino Unido se encuentra en la posición 10°. Cabe recalcar que para 2014, Perú disminuyó 3 posiciones con respecto al ranking DB2013 y Reino Unido aumentó 1 posición. El descenso peruano se debe básicamente a una baja en las posiciones de “Manejo de permisos de construcción” (bajo 20 posiciones), “Comercio transfronterizo” (bajo 6 posiciones) y a la “Obtención de crédito” (bajo 6 posiciones). Por otro lado, el aumento en Reino Unido se debe a las mejoras en “Registro de propiedad” (mejoró 3 posiciones), “Pago de impuestos” (mejoró 3 posiciones) y al “Cumplimiento de contratos” y “Cierre de una empresa” (aumentó 1 posición en ambos).

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo

Las exportaciones de bienes de Reino Unido al mundo han crecido de manera sostenida en los últimos 5 años (11,2%) a excepción del año 2012. En 2013 estas ascendieron a US\$ 541 063 millones registrando un crecimiento de 14,3% con respecto al año anterior. Por otro lado, las importaciones han crecido a un ritmo menor (7,9% en promedio anual) en los últimos 5 años, y en 2013 registraron una caída de 5,3% respecto a 2012.

Cuadro 3: Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo

Millones de US\$

Información Comercial de Reino Unido							
Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	Var.% Prom. 13/09	Var% 13/12
Exportaciones	353 327	415 849	505 796	473 216	541 063	11,2	14,3
Importaciones	483 156	590 578	676 855	691 280	654 867	7,9	-5,3
Balanza comercial	-129 829	-174 729	-171 059	-218 064	-113 804	-	-
Intercambio comercial	836 483	1 006 427	1 182 651	1 164 497	1 195 929	9,3	2,7

Fuente: GTA

Elaboración: PROMPERU

Según cifras del *Global Trade Atlas*, los principales envíos de exportación de bienes de Reino Unido al mundo, en 2013, se dieron a Suiza (13%), Estados Unidos (11%), Alemania (8%), Holanda (7%) y Francia (6%). Mientras, sus principales proveedores fueron Alemania (13%), China (8%), Holanda (8%), Estados Unidos (7%) y Francia (6%). Cabe señalar que Reino Unido posee mercados diversificados, tanto de exportación como importación, pues ninguno de ellos tiene una gran participación en su intercambio comercial mundial, lo que hace su economía más resistente a situaciones económicas difíciles que alguno de estos pueda presentar.

4.2 Intercambio comercial de servicios Reino Unido - Mundo

Cuadro 4: Intercambio Comercial de servicios Reino Unido – Mundo

Millones de US\$

Información Comercial de Reino Unido							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% Prom. 12/08	Var% 12/11
Exportaciones	209 919	197 025	203 006	221 677	209 776	0,0	-5,4
Importaciones	98 576	92 082	92 379	97 738	95 210	-0,9	-2,6
Balanza comercial	111 343	104 943	110 626	123 940	114 567	-	-
Intercambio comercial	308 495	289 107	295 385	319 415	304 986	-0,3	-4,5

Fuente: UNCTAD

Elaboración: PROMPERU

Las exportaciones de servicios⁴ de Reino Unido sobrepasan en más del doble al monto de sus importaciones desde hace varios años. En 2012, las mayores exportaciones se registraron en servicios financieros (28% del total / US\$ 57 998 millones) y otros servicios de negocios⁵ (41% / US\$ 85 491 millones). Estas mismas categorías fueron las de mayor importación con 11% / US\$ 10 168 millones y 53% / US\$ 50 665 millones, respectivamente. Asimismo, las exportaciones más dinámicas se dieron en seguros (US\$ 18 825 millones / +15,1%) y comunicaciones (US\$11 695 millones / +12,9%), mientras que las importaciones más dinámicas se dieron en servicios de *hardware*, *software* e información (+3,9% / US\$ 6 649 millones) y otros servicios de negocios (+4,6% / US\$ 50 665 millones).

4.1 Intercambio Comercial Perú – Reino Unido

Cuadro 4: Intercambio Comercial Perú – Reino Unido

Millones de US\$

Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	Var.% Prom. 13/09
Exportaciones	241	304	425	610	570	24,0
Importaciones	136	183	252	311	327	24,6
Balanza Comercial	106	121	173	299	243	N/A
Intercambio Comercial	377	487	677	921	897	24,2

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

Los envíos tradicionales representaron el 59% de las exportaciones y registraron una caída de 21,7% entre 2012 y 2013. Los principales sectores de exportación fueron el minero (89% de participación), siendo el oro y el estaño los más representativos; le siguen en importancia el sector pesquero y el agrícola, ambos con 6% de participación.

⁴Según la UNTACD, se consideran dentro de "servicios": comunicaciones, construcción, seguros, servicios financieros, servicios de computación e información, royalties y tarifas de licencias, servicios personales, culturales y recreacionales, servicios de gobiernos y otros servicios de negocios.

⁵ Se considera dentro de "otros servicios de negocios" los retail y servicios profesionales (I+D, consultorías, servicios publicitarios, de contaduría, etc.).

Los envíos no tradicionales representaron 41% de las exportaciones y, a diferencia de los envíos tradicionales, aumentaron en 30,4% entre 2012 – 2013. Las exportaciones se dieron principalmente en el sector agropecuario (79%), químico (10%) y textil (8%), mientras que los envíos más dinámicos se registraron en el sector agropecuario (+41,5%), químico (+38,2%) y minería no metálica (+17,1%).

Cuadro 5

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2012	2013	Var.% 13/12
TRADICIONAL	432	338	-21,7
<i>Minero</i>	383	300	-21,8
Oro	317	287	-9,5
Estaño	66	12	-81,6
Metales Menores	0,57	0,98	74,0
<i>Pesquero</i>	28	20	-30,4
Harina De Pescado	27	18,56	-30,8
Aceite De Pescado	2	1	-22,4
<i>Petróleo Y Gas Natural</i>	0	0	-81,4
Petróleo, Derivados	0,13	0,02	-81,4
<i>Agrícolas</i>	21	19	-8,1
Café	19	18	-8,2
Lanas	0,86	0,92	6,3
Coca Y Derivados	0,61	0,45	-26,7
NO TRADICIONAL	178	232	30,4
Agropecuario	129	182	41,5
Químico	17	23	38,2
Textil	21	19	-12,4
Pesquero	4	3	-15,8
Varios (Inc. Joyería)	3,04	1,68	-44,7
Minería No Metálica	1	1	17,1
Metal-Mecánico	0,41	0,49	18,7
Maderas Y Papeles	1	0,43	-57,9
Siderometalúrgico	1	0,35	-69,9
Pieles Y Cueros	0,04	0,03	-17,2
TOTAL GENERAL	610	570	-6,5

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

Los productos no tradicionales que más se exportaron a Reino Unido en 2013 fueron espárragos frescos (22%) y uvas frescas (16%). Las exportaciones de quinua destacan por su crecimiento sostenido desde hace 5 años, su crecimiento en el último año fue de 245,6%.

Cuadro N° 6

Reino Unido: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	Var. % Prom. 13/09	Var.% 13/12	% Part. 2013
0709200000	Espárragos, Frescos O Refrigerados	18	20	23	29	51	29,1	74,8	22%
0806100000	Uvas Frescas	13	14	18	29	36	30,1	22,1	16%
0805201000	Mandarinas Frescas O Secas	8	12	16	19	21	25,2	9,7	9%
0804502000	Mangos Y Mangostanes, Frescos O Secos	4	5	8	10	12	30,9	16,4	5%
0804400000	Aguacates (Paltas), Frescas O Secas	6	6	11	9	11	17,6	15,4	5%
2817001000	Óxido De Cinc (Blanco O Flor De Cinc)	3	6	7	6	7	22,1	17,7	3%
0708100000	Arvejas (Guisantes, Chicharos) Frescas O Refrigeradas	2	2	3	4	6	39,8	60,9	3%
0805202000	Tangelo (Citrus Reticulata X Citrus Paradisis)	1	2	3	4	5	34,5	30,9	2%
1804001200	Manteca de cacao	7	8	2	1	5	-10,9	245,6	2%
1008509000	Quinua	0,08	0,01	0,05	0,51	5	171,4	792,4	2%
	Resto	50	69	81	65	74	10,3	13,5	32%
TOTAL		113	145	172	178	232	19,8	30,4	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias⁶

El arancel de 2013 comprende 9 376 líneas a nivel de 8 dígitos: alrededor de una cuarta parte de todas las líneas arancelarias están libres de derechos. El promedio aritmético de los tipos arancelarios NMF aplicados, incluidos los equivalentes *ad valorem* (EAV) de los tipos arancelarios no *ad valorem*, fue de 6,5%. En promedio, los tipos no *ad valorem* siguen dando lugar a una protección más alta que los tipos *ad valorem*. El promedio de los EAV de los tipos arancelarios no *ad valorem* es del 24,5%, en comparación con el 4,8% en el caso de los derechos *ad valorem*.

En 2013, los aranceles de la Unión Europea para las frutas, hortalizas y plantas, fue en promedio, 13,3%; café, té, cacao y sus preparaciones, 11,6%; cereales y sus preparaciones, 18,1%; semillas oleaginosas, grasas, aceites y sus productos, 7,5%; bebidas, líquidos alcohólicos y tabaco, 14,2%; pescado y productos de la pesca, 11,9%; minerales y metales, 2%; textiles, 6,6% y vestimenta, 11,6%.

Cuadro N° 7

Reino Unido: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	0709200000	Espárragos, Frescos o Refrigerados	1	México (14%), España (2,6%) Italia (2%)	6,7%	0%
2	0806100000	Uvas Frescas	7	Sudáfrica (18,9%) Chile (16,9%) España (15,7%)	9,40%	0%
3	0804502000	Mangos Y Mangostanes, Frescos O Secos	3	Brasil (22,8%) Pakistán (17,9%) Holanda (11,1%)	0%	0%
4	0805201000	Mandarinas (Incluidas Las Tangerinas Y Satsumas) Frescas O Secas	3	España (49,3%) Sudáfrica (17,2%) Marruecos (6%)	12,5%	0%
5	0804400000	Aguacates (Paltas) , Frescas O Secas	5	Sudáfrica (23%) Chile (16,3%) España (14,9%)	0%	0%
6	2817001000	Óxido De Cinc (Blanco O Flor De Cinc)	14	Holanda (39,2%) Alemania (24,9%) España (12,3%)	5,5%	0%
7	0708100000	Arvejas (Guisantes, Chicharos) (Pisum Sativum) Frescas O Refrigeradas	3	Guatemala (31,7%) Kenya (24%) Zimbabwe (7,1%)	4,5%	0%
8	0805202000	Tangelo (Citrus Reticulata X Citrus Paradisis)	3	España (49,4%) Sudáfrica (17,2%) Marruecos (6%)	12,5%	0%
9	1804001200	Manteca de cacao	13	Holanda (32%) Indonesia (13,9%) Malasia (10,5%)	7,7%	0%
10	1008509000	Quinua	5	Estados Unidos 34%) Bolivia (17,7%) Holanda (13,5%)	1,6%	0%

Fuente: SUNAT / Trademap/ www.acuerdoscomerciales.gob.pe

Elaboración: PROMPERU

⁶ Examen de políticas comerciales Unión Europea. OMC

Medidas No Arancelarias⁷

En Reino Unido, existen diversas normativas, comunes a todos los países miembros de la UE, que regulan los distintos productos y varían de acuerdo al origen y las especificaciones de cada uno de ellos. La responsabilidad de hacer cumplir la ley que rige al sector de alimentos es compartida entre el Gobierno Central y los gobiernos locales. El Gobierno Central se encarga de la legislación, mientras la ejecución de ella es responsabilidad primordialmente de las más de 400 autoridades locales en el Reino Unido y específicamente, de los oficiales de la salud ambiental (“Environmental Health Officers” o EHOs) y los oficiales de Estándares del Comercio (“Trading Standards Officers”, o TOSs).

Asimismo, la Agencia de Estándares de Alimentos (“The Food Standards Agency”, FSA) posee gran autoridad en el cumplimiento de las normativas. Es responsable del apoyo a la ejecución de normativas, de dar asesoría, consejo y auditoría, tanto respecto de las actividades de las autoridades locales como de los controles de calidad.

Normativas de Control Sanitario

Alimentos de origen no animal

Los productos de origen no animal que ingresen al Reino Unido deben cumplir con los principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa No. 178/2002⁸. Esta busca garantizar la calidad de los alimentos destinados al consumo humano y de los animales. Exige al importador elaborar un sistema para conocer la trazabilidad de los productos en todas las etapas, incluyendo producción, transformación y distribución.

Adicionalmente, los productos deben cumplir con las reglas generales de higiene que se encuentran en la normativa N° 825/2004⁹, la cual establece los mismos estándares de sanidad y composición que los alimentos producidos en Reino Unido u otro estado miembro de la Unión Europea.

Alimentos de origen animal

Los productos de origen animal que ingresen al Reino Unido deben cumplir con principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa N° 2002/99/CE¹⁰. Esta normativa establece las condiciones para la comercialización de productos de origen animal y las restricciones aplicables a los productos procedentes de terceros países o regiones de estos sometidos a restricciones zoonosológicas. Los productos deben cumplir con las reglas generales de higiene que se encuentran en la normativa N° 853/2004¹¹.

Adicionalmente, los productos deben cumplir con la normativa N° 854/2004¹², la que define un marco comunitario para los controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

⁷ Cómo hacer negocios con Reino Unido. ProChile

⁸ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2002R0178:20090807:ES:PDF>

⁹ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0852:20090420:ES:PDF>

¹⁰ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:018:0011:0020:IT:PDF>

¹¹ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0853:20100715:ES:PDF>

¹² Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0854:20100705:ES:PDF>

Los productos no pertenecientes a la UE deberán contar con información sobre las plantas y el establecimiento, en donde fueron producidos, aprobados por la UE. Para ver el listado de establecimientos autorizados por la UE por tipo de producto y sector, ver en: https://webgate.ec.europa.eu/sanco/traces/output/non_eu_listsPerCountry_en.htm#

Normativas de seguridad

Los productos no agrícolas que ingresan y se comercializan en el Reino Unido deben cumplir con los requerimientos generales de seguridad que se encuentran establecidos en la norma N° 2001/95/CE¹³, que establece requisitos adicionales para los productos, importadores y distribuidores, como por ejemplo informar al consumidor acerca de los potenciales riesgos que puede presentar n producto.

Otras normativas

Existen, dependiendo del tipo de productos, variadas normativas y requisitos que los productos que se comercializan en el Reino Unido deben cumplir. Estos varían dependiendo de la naturaleza y tipo de producto. Por ejemplo, normativas relacionadas a límites contaminantes y de residuos de plaguicidas, regulaciones para la preparación de alimentos, certificados sanitarios, certificados fitosanitarios, controles, normativas para los organismos genéticamente modificados, etc.

Para mayor información acerca de requisitos y normativas específicas de cada tipo de producto, visitar el sitio web de “Síntesis de la legislación de la UE”, que presenta los aspectos principales de la legislación comunitaria de la UE: http://europa.eu/legislation_summaries/index_es.htm

Alimentos nuevos o “novel foods”

Los productos alimenticios e ingredientes que no ingresaron antes del año 1997 a la Unión Europea son considerados “Novel Foods” o nuevos alimentos. Para el ingreso de estos se debe realizar procedimientos especiales que se encuentran establecidos en la normativa N° 258/1997¹⁴. Algunos de estos procedimientos incluyen la realización de exámenes de seguridad alimentaria que son realizados por cada país.

Certificaciones

El organismo encargado de la certificación de la salud de los alimentos agrícolas es el “Department of Enviroment, Food and Rural Affairs” (DEFRA)¹⁵. Aun cuando trabajan directamente sólo en Inglaterra, trabajan cercanamente con las administraciones de Escocia, Gales e Irlanda del Norte.

Etiquetado y envasado

Las leyes que regulan el etiquetado de los productos que se comercializan dentro del Reino Unido están armonizadas a nivel europeo. Estas normas establecen ciertos requisitos para el etiquetado en el Reino Unido, especialmente de los alimentos, donde las etiquetas son una fuente muy útil de información para el consumidor final.

¹³ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:011:0004:0004:EN:PDF>

¹⁴ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1997R0258:20090120:EN:PDF>

¹⁵ Pag web: <http://www.defra.gov.uk/>

En Reino Unido, la responsabilidad del control del etiquetado recae en tres instituciones “The Department for Environment, Food and Rural Affairs” (DEFRA), “Food Standards Agency” (FSA) y el Departamento de Salud. La DEFRA es responsable de la regulación del etiquetado principalmente para productos poco seguros y de la coordinación de la política de etiquetados en el Gobierno. La FSA es responsable de la legislación sobre etiquetados respecto de productos, principalmente seguros, y el Departamento de Salud es responsable de la política relacionada con los aspectos nutritivos que deben estar presentes en el etiquetado de los productos.

La norma general que establece las regulaciones sobre etiquetado, presentación y publicidad está contenida en directiva 2000/13/EC¹⁶. Entre sus principales reglas está la necesidad de incluir información respecto al contenido neto, país de origen, composición, empresa productora, fecha de vencimiento, preparación, etc., de los productos comercializados. Las falsedades en cuanto a la descripción, publicidad y presentación de los alimentos es un delito y existen una serie de leyes que protegen a los consumidores de etiquetados deshonestos o erróneos, entre ellas, la regulación general es la “General Labelling – food labelling regulations” de 1996 y sus enmiendas.

Para mayor información sobre normativas específicas de etiquetado y embalaje para cada tipo de producto ver en: http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_en.htm

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio

En la UE, el impuesto sobre el valor añadido (IVA) se aplica tanto a los bienes y servicios nacionales como a los importados. En el caso de los bienes importados, el IVA se impone sobre el valor en aduana más los derechos, otras cargas, y gastos accesorios. Por lo general, el IVA sobre las importaciones debe pagarse en el momento del despacho de aduana. Las mercancías se consideran importaciones a los efectos del IVA si llegan de fuera de la UE (en el sentido de la Directiva del IVA) o a través de otro país de la UE sin que hayan sido despachadas a libre práctica.

Las mercancías importadas se despachan a libre práctica una vez pagados los derechos aplicables y cumplidas las formalidades aduaneras.

Para Reino Unido, el IVA equivale a 20%, y ciertos productos cuentan con una tasa de 0%. Ver más en: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Perú cuenta actualmente con un Acuerdo Comercial con la Unión Europea el cual entró en vigencia en marzo de 2013. Este acuerdo forma parte de una estrategia comercial integral que busca convertir al Perú en un país exportador, consolidando más mercados para sus productos, desarrollando una oferta

¹⁶ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:109:0029:0042:EN:PDF>

exportable competitiva y promoviendo el comercio y la inversión para brindar mayores oportunidades económicas y mejores niveles de vida, así como certidumbre, estabilidad y seguridad jurídica para el comercio y las inversiones.

Gracias al mismo, se ha obtenido acceso preferencial para el 99,3% de los productos agrícolas y el 100% de los productos industriales. Los productos de interés del Perú como espárragos, paltas, café, frutos del género *capsicum*, alcachofas, entre otros, ingresan al mercado europeo libre de aranceles desde la entrada en vigencia del acuerdo.

Los aranceles preferenciales aplicados para distintos productos de la oferta exportable peruana pueden ser ubicados en la página web del SIICEX (www.siicex.gob.pe), en la sección de aranceles preferenciales.

6.2. Productos con Potencial Exportador

Sector Textil

Cuadro N° 8

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2013 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'610990	Camisetas De Punto De Las Demás Materias Textiles.	ESTRELLA	681	0%	Turquía (21,8%) China (16,7%) Bélgica (12,3%)
'620443	Vestidos De Fibras Sintéticas Para Mujeres O Niñas	ESTRELLA	609	0%	China (34,3%) Rumanía (16,8%) India (10,9%)
'620640	Camisas, Blusas Y Blusas Camiseras De Fibras Sintéticas O Artificiales	ESTRELLA	535	0%	Rumanía (21,2%) China (17,1%) India (14,7%)
'610510	Camisas De Punto De Algodón, Para Hombres O Niños	ESTRELLA	409	0%	Bangladesh (18,6%) China (14,2%) Italia (10,7%)
'611011	Suéteres Jerseys, Pullovers, Cardiganes, Chalecos Y Artículos Similares, De Punto	ESTRELLA	327	0%	China (31,5%) Italia (14%) Turquía (7,3%)
'610462	Pantalones , Pantalones Con Peto Y Pantalones Cortos De Punto De Algodón	ESTRELLA	319	0%	Bangladesh (19,7%) Turquía (18,7%) China (817%)
'610443	Vestidos, De Punto De Fibras Sintéticas, Para Mujeres O Niñas	PROMETEDOR	283	0%	China (36,5%) Rumanía (10,7%) Turquía (8,4%)
'610463	Pantalones, Pantalones Con Peto Y Pantalones Cortos De Punto De Fibras	PROMETEDOR	177	0%	China (30,6%) Turquía (14,4%) Bangladesh (8%)
'610442	Vestidos De Algodón, Para Mujeres O Niñas, De Algodón.	PROMETEDOR	163	0%	China (29,1%) India (11%) Turquía (10,7%)
'610620	Camisas, Blusas, Blusas Camiseras Y Polos, De Punto De Fibras Sintéticas	PROMETEDOR	162	0%	Turquía (28,4%) China (12,5%) Moldova (8,9%)

Fuente: Trademap / SUNAT

Elaboración: PROMPERU

Las ventas del mercado de prendas de vestir de Reino Unido registraron un crecimiento marginal de 0,8% en volumen y 3,7% en valor en 2013. No obstante, Reino Unido es uno de los mercados con el gasto per cápita en prendas de vestir más alto de la región. Este equivalió a US\$ 1 020 por persona en 2013.

Debido a la situación económica, el mercado se polarizó profundamente en 2012, lo que llevó a los consumidores a preferir o comprar prendas premium o económicas. Asimismo, los consumidores empezaron a adquirir prendas versátiles que pudieran ser usadas para múltiples ocasiones. Las empresas por su parte, están empezando a utilizar el internet para mejorar sus ventas, implementando nuevas tecnologías para generar más tráfico y volver las transacciones más fáciles.

Se espera que este mercado registre un buen crecimiento (1,7% en volumen y 0,4% en valor, entre 2012 y 2017) debido a la gran inversión en promoción y visibilidad en los medios de comunicación. Los nuevos portafolios de productos y la contención de la crisis de la Euro Zona contribuirán con el crecimiento de las ventas.

Sector artículos de decoración y regalo

Cuadro N° 9

Sector artículos de decoración y regalos					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2013 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'950300	Triciclos, Patinetes, Coches De Pedal Y Juguetes Similares Con Ruedas; Coches Y Sillas De	ESTRELLA	2 399	0%	China (68,8%) República Checa (8,9%) Hong Kong (3,8%)
'570330	Alfombras Y Demás Revestimientos Para El Suelo De Las Demás Materias Textiles sintéticas o artificiales	ESTRELLA	528	0%	Bélgica (50,8%) Holanda (32,7%) China (3,2%)
'630260	Ropa De Tocado O De Cocina, De Tejido De Toalla Con Bucles, De Algodón	ESTRELLA	254	0%	India (34,2%) Pakistán (20,6%) China (14,9%)
'630231	Las Demás Ropas De Cama, De Algodón	ESTRELLA	215	0%	Pakistán (35,6%) China (18,2%) India (11,9%)
'702000	Las Demás Manufacturas De Vidrio	ESTRELLA	151	0%	China (67,4%) Irlanda (10,9%) Estados Unidos (5,2%)
'630221	Las Demás Ropas De Cama, Estampadas De Algodón	PROMETEDOR	83	0%	Pakistán (22,7%) China (22,4%) Italia (10,4%)
'441900	Artículos De Mesa O De Cocina De Madera	PROMETEDOR	62	0%	China (60,7%) Tailandia (10,5%) Polonia (4%)
'570490	Las Demás Alfombras Y Demás Revestimientos Para El Suelo, De Fielto	PROMETEDOR	59	0%	Bélgica (66,1%) Francia (13,6%) Holanda (11,5%)
'701328	Artículos De Vidrio Para Servicio De Mesa, Cocina, Tocado, Baño, Oficina	PROMETEDOR	59	0%	Francia (22,9%) Turquía (17,8%) China (16,1%)
'570500	Las Demás Alfombras Y Revestimientos Para El Suelo De Materias Textiles	PROMETEDOR	57	0%	India (30,5%) China (13,7%) Polonia (12,7%)

Fuente: Trademap / SUNAT

Elaboración: PROMPERU

El mercado de artículos de decoración, accesorios para el hogar y jardín de Reino Unido equivalió en 2012 a 14 896 millones de euros, mostrando un modesto crecimiento de 1% en valor con respecto al año anterior. La recesión ha afectado severamente el gasto de consumidor. Las compras se dan principalmente en artículos de bajo precio.

La baja confianza del consumidor sigue afectando el gasto en artículos considerados no esenciales, tales como muebles y artículos para jardín. Por otro lado, los artículos esenciales y productos que necesitan ser reemplazados periódicamente, como textiles para el hogar y colchones, han registrado un ligero crecimiento en 2012. Los accesorios para dormitorio fueron la categoría de mejor desempeño entre los accesorios y decoración para el hogar, esta alcanzó los 3 000 millones de euros en 2012. Se proyecta que entre 2012 y 2017, las ventas en valor de la categoría de decoración, accesorios para el hogar y jardín crezcan, 0,1% en promedio anual.

Sector Joyería

Cuadro N°10

Sector Joyería					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2013 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'711311	Joyas De Plata Incluso Revestidos O Chapados De Otros Metales Precioso	PROMETEDOR	426	0%	Dinamarca (23,3%) Alemania (14,4%) Tailandia (14,1%)

Fuente: Trademap / SUNAT

Elaboración: PROMPERU

El valor de las ventas del sector joyería en Reino Unido declinó 1% entre 2012 y 2013, para alcanzar los 3 billones de euros, y el volumen de ventas registró una caída de 3%. La declinación se dio principalmente en la categoría de joyas reales, mientras que la bisutería mostró un mejor desempeño con un aumento en valor de ventas (1,7%) y una menor caída en volumen. Los compradores están migrando a la compra de bisutería como consecuencia de la situación económica.

Las ventas de anillos ocuparon la mayor parte de las ventas de joyería real con un 43% de participación en 2013. En este producto, la venta de anillos de compromiso y matrimonio ocuparon la mayor proporción de las ventas, especialmente debido a que los compradores están dispuestos a pagar precios más altos por este tipo de bienes. Dado el precio del oro, se ha dado un incremento en la compra de plata, la que es considerada como la segunda mejor opción.

Se proyecta que las ventas del sector joyería disminuyan 0,1% en volumen y 0,9% en valor promedio anual entre 2013 y 2018. Se espera que las ventas de bisutería tengan un desempeño positivo tanto en valor (0,6% de crecimiento promedio anual) como en cantidad (0,4% de crecimiento promedio anual) para el periodo, mientras que la joyería real declinaría 4,3% en volumen y 1,2% en valor.

VII. Tendencias del Consumidor

Muchas mujeres en Reino Unido tienen un enfoque ecléctico de la moda y suelen combinar las prendas de moda de temporada, como las de las tiendas Zara, Mango, Topshop, Primark y H&M; con ropa de

diseñador y prendas antiguas. Las tiendas minoristas como Marks & Spencer tienden a ser más favorecidas por los consumidores de mayor edad.

Las mujeres británicas, sobre todo las jóvenes, tienden a ser completamente consientes de la moda, para algunas esto se ha convertido incluso en una obsesión. En una encuesta realizada en 2012 vía internet por Very.co.uk, entre las mujeres de 18 y 25 años de edad, se encontró que en promedio ellas piensan en moda 91 veces al día. Además, el 10% de respondientes admitió que pensaba en la moda más que en otra cosa y casi la tercera parte admitió que veía páginas web de moda en un día promedio.

La moda retro es popular en Reino Unido. Los consumidores buscan cada vez más prendas basadas en diseños del pasado y sus precios van en aumento. No obstante, para diseñadores como Collete Costello, el mercado está llegando a saturarse y pronto decaería a raíz de la venta de prendas usadas y de mala calidad con la etiqueta “vintage” que malogran la reputación del mercado.

Por otro lado, las prendas certificadas como de “comercio justo” tienen un mercado pequeño pero creciente debido a la conciencia sobre temas éticos asociados con las prendas de bajo costo.

En el mercado de joyería, el alto precio del oro ha hecho que los consumidores opten por las joyas de plata. No obstante, las ventas de joyas de lujo han continuado estables, pues el segmento de mayor poder adquisitivo del país, concentrado en Londres y en el sudeste de Reino Unido, no se ha visto afectado por la recesión. Otros metales como platino y aleaciones son cada vez menos preferidos. Asimismo, los productos de mayor acogida en el consumidor británico son los aretes y collares, si se trata de bisutería; y anillos y collares, si se trata de joyas reales.

En el mercado de accesorios para el hogar, los manufactureros y vendedores minoristas están empezando a adaptarse a las condiciones económicas y del mercado explotando el potencial de la estrategia multicanal y diversificando su oferta. Esta incluye productos de menor precio y duración, según demanda el consumidor. Dentro del sector, los consumidores están solicitando más accesorios y muebles de dormitorio gracias a la atención que los medios han puesto en la importancia de una buena noche de sueño para el bienestar general.

VIII. Cultura de Negocios¹⁷

Los principios fundamentales de la cultura empresarial en el Reino Unido son la cortesía, la disciplina y la puntualidad.

El primer contacto

La norma es un firme apretón de manos, no hay distinciones con respecto al género en el Reino Unido. Se debe mantener contacto visual durante el saludo para evitar que se prolongue. Los británicos pueden parecer algo rígidos y formales al principio.

¹⁷ www.santandertrade.com

La puntualidad es importante en situación de negocios. En la mayoría de los casos, la gente con la que se tiene una reunión llegará a tiempo. Se debe realizar una llamada de llegar tan sólo 5 minutos más tarde de lo acordado.

Cómo presentarse

La mayoría de la gente utiliza títulos de cortesía como Señor, Señora o Señorita y su primer apellido. Se debe esperar a ser invitado antes de emplear el nombre de pila. Los británicos menores de 35 años suelen hacer este cambio más rápidamente que las personas de más edad.

Las relaciones de negocios

Los británicos pueden ser muy formales y a veces prefieren trabajar con gente y empresas a las que conocen o que son conocidas por sus socios. Las generaciones más jóvenes son bastante diferentes; no necesitan relaciones a largo plazo antes de hacer negocios con otras personas y no precisan de un intermediario para hacer presentaciones empresariales.

No obstante, la construcción de redes y relaciones suele ser la clave para unos negocios fructíferos a largo plazo.

La mayoría de los británicos pretenden mantener relaciones a largo plazo con gente con la que hace negocios y ser precavidos si les da la sensación de que usted se marcha tras un trato rápido.

Regalos

Se puede llevar un pequeño regalo en la primera cita.

Comunicación de negocios

Los británicos poseen una interesante mezcla de estilos de comunicación en los que se unen el entendimiento y la comunicación directa. Mucha gente de negocios de más edad o aquellos de las 'clases altas' confían en el empleo del protocolo establecido.

El correo electrónico se haya mucho más extendido, aunque el estilo de comunicación sigue siendo más formal, al menos al principio, que en otros muchos países. La mayoría de los británicos no emplean el *slang* o las abreviaturas y se formarán una opinión negativa si la comunicación aparenta ser muy familiar. Hay que responder rápidamente a la correspondencia. Ejecutivos británicos comunican más por carta y fax que por teléfono, pero el Internet es ampliamente utilizado y el correo electrónico es común.

Código de etiqueta

El traje conservador es la norma tanto para hombres como para mujeres en la cultura empresarial británica, donde predominan los colores más oscuros. Algunas firmas británicas han introducido el concepto de 'vestir informal' los viernes con su código de 'elegancia informal', aunque no es universal.

Tarjetas de visita

Se intercambian tarjetas de visita durante la introducción inicial sin ningún ritual formal. Es probable que las tarjetas se guarden tras una rápida ojeada.

IX. Links de interés

- **Portal del Gobierno del Reino Unido**
www.ukonline.gov.uk
- **Estadísticas del Reino Unido**
www.statistics.gov.uk
- **Cámara de Comercio Británica**
<http://www.britishchambers.org.uk/>
- **UK Trade & Investment**
<https://www.uktradeinvest.gov.uk>
- **Guía para empezar a exportar a Reino Unido, Aduanas Reino Unido**
<https://www.gov.uk/starting-to-import>
- **Guía para el importador y exportador, Aduanas Reino Unido**
http://customs.hmrc.gov.uk/channelsPortalWebApp/channelsPortalWebApp.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pagelImport_ShowContent&propertyType=document&resetCT=true&id=HMCE_PROD_008051
- **Sistema de control de importaciones, Aduanas Reino Unido**
http://customs.hmrc.gov.uk/channelsPortalWebApp/channelsPortalWebApp.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pagelImport_ShowContent&propertyType=document&resetCT=true&id=HMCE_PROD1_029288
- **Aranceles, Aduanas Reino Unido**
http://customs.hmrc.gov.uk/channelsPortalWebApp/channelsPortalWebApp.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pagelImport_ShowContent&propertyType=document&resetCT=true&id=HMCE_CL_001196
- **Examen de políticas comerciales de la Unión Europea 2013, OMC**
https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?Query=%28+%40Symbol%3d+wt%2ftpr*+or+press%2ftprb%2f*+%29+and+%28+%40Title%3d+%28eu+or+%28european+communitit%29+or+%28european+union%29%29+not+%28%28to+eu%29+or+%28the+eu%29%29%29&Language=SPANISH&Context=FomerScriptedSearch&languageUIChanged=true
- **British Fashion Council**
<http://britishfashioncouncil.com/content.aspx?CategoryID=1745>
- **UK Fashion and Textile Association**
<http://www.ukft.org/>
- **British Jewellers Association (BJA)**
<http://www.bja.org.uk/>
- **Painting and decorating association**
<http://www.paintingdecoratingassociation.co.uk/main/index.php?content=home>

X. Eventos Comerciales



Fashion, Embroidery and Stitch

Marzo 20 – 23, 2014

Feria de moda, bordado y costura.

Birmingham, Reino Unido – National Exhibition Centre



F&A show

Octubre 5 – Noviembre 1, 2014

Feria de ideas, diseños e innovaciones en el mundo de la costura y artes textiles, así como suministros necesarios para proyectos de costura.

Birmingham, Reino Unido – NEC Birmingham, National Exhibition Centre



Giving and Living 2015

Enero 11 – 14, 2015

Feria de decoración, hogar, regalos y turismo

St Mary Exeter, Reino Unido – Westpoint Exhibition Centre

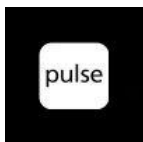


Ideal Home Show London 2015

Marzo 20 – Abril 5, 2015

Feria del hogar que presenta artículos de decoración y diseño de interiores en Londres.

Londres, Reino Unido – Earls Court

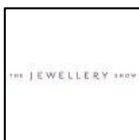


Pulse

Mayo 11 – 13, 2014

Feria de joyería y productos de moda.

Londres, Reino Unido – Earls Court



The Jewellery Show 2015

Febrero 1 – 5, 2015

Exposición internacional de joyería, diamantes, piedras preciosas y platería

Birmingham, Reino Unido – NEC Birmingham – National Exhibition Centre

XI. Bibliografía

- **Trademap**
www.trademap.org
- **Euromonitor International**
www.euromonitor.com
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**
www.sunat.gob.pe
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **CIA, The World Factbook**
www.cia.gov
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Global Trade**
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Banco Mundial**
www.worldbank.org/

- **XE**
www.xe.com
- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **UNCTAD**
www.unctad.org
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **ProChile**
<http://www.prochile.gob.cl>
- **ProEcuador**
<http://www.proecuador.gob.ec/>
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **NFerias**
<http://www.nferias.com/>
- **El Comercio**
www.elcomercio.pe
- **Ferias info**
www.feriasinfo.es
- **Organización Mundial del Comercio**
www.wto.org
- **Europa, Summaries of EU Legislation**
www.europa.eu
- **Acceso al Derecho de la Unión Europea**
www.eur-lex.europa.eu
- **Santander Trade**
www.santandertrade.com