

CÓMO HACER NEGOCIOS CON EL REINO UNIDO

1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

▪ Acuerdo de Cooperación Económica:

El Acuerdo Cooperación Económica y Comercial de Libre Comercio con la Unión Europea, del cual el Reino Unido es parte, está vigente desde febrero del año 2003 y otorga beneficios arancelarios a la gran mayoría de los productos chilenos que se envían o podrían enviarse al Reino Unido. Actualmente existen algunas excepciones como es el caso del aceite de oliva. Luego del referéndum del 23 de junio en que el Reino Unido tomó la decisión de salir de la Unión Europea, se desconoce el destino de los acuerdos entre Chile y este país, sin embargo, se espera que Reino Unido no deje de ser parte de la Unión Europea hasta 2019.

El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea (UE) y Chile ha sido un vehículo fundamental para profundizar los lazos comerciales entre las partes no sólo desde el punto de vista del flujo de bienes, servicios e inversiones, sino que además ha sido una importante herramienta para hacer un seguimiento oportuno de las relaciones bilaterales. En efecto, en el Acuerdo se ha ido liberalizando progresiva y recíprocamente el comercio de mercancías. En éste se abarcan materias de servicios, contratación pública, liberalización de las corrientes de inversión y de capital, así como la protección de los derechos de propiedad intelectual, la cooperación en la esfera de la competencia y la solución de diferencias. Además, contiene disposiciones sobre cuestiones aduaneras, normas y reglamentos técnicos.

A la fecha de suscripción del Acuerdo, la Comunidad estaba representada por 15 países. En mayo de 2004 se amplió en diez países, tras la incorporación de Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia y República Checa. A su vez, a partir del 1 de enero de 2007, Bulgaria y Rumania ingresaron a la UE, luego, a partir del 1 de julio de 2013 ingresó Croacia, por lo que actualmente el Acuerdo de Asociación involucra 28 países.

El 1 de febrero del 2013 se cumplieron 10 años de la firma del acuerdo comercial de Chile con Europa. Desde la introducción de este acuerdo en el año 2003, el comercio de bienes entre Chile y la Unión Europea ha mostrado una tendencia creciente, salvo durante los años recientes producto de la crisis financiera e inestabilidad global de los mercados financieros.

En efecto, el intercambio comercial con la UE durante el año 2015 totalizó US\$ 18.015 millones, mostrando una caída de 15,4% respecto a 2014, y con un déficit en la balanza comercial para Chile de US\$ 1.269 millones.¹

Para mayor información del Acuerdo de Cooperación Económica y Comercial de Libre Comercio con la Unión Europea visitar la página web de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON): www.direcon.gob.cl.

▪ **Convenio de Doble Tributación:**

Los convenios de esta naturaleza determinan cuáles son las rentas que van a ser gravadas en cada uno de los países firmantes. En sí mismos estos convenios no contemplan beneficios o rebajas a los gravámenes, proporcionan en cambio una mayor certidumbre jurídica respecto a la distribución de las cargas tributarias que un inversionista, por ejemplo, pagará en uno u otro de los países contratantes. Esta certeza constituye un importante incentivo e incide en el aumento de los flujos de negocios bilaterales. En el caso del convenio entre Chile y el Reino Unido, éste fue firmado por las autoridades competentes el 12 de Julio de 2003 en Londres y entró en vigor el 21 de diciembre de 2004. Se aplica con respecto a los impuestos sobre las rentas que se obtengan y a las cantidades que se paguen, abonen en cuenta, se pongan a disposición o se contabilicen como gasto. En resumidas cuentas, el convenio busca evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal con relación a los impuestos a la renta y sobre ganancias de capital.

Para mayor información acerca de los convenios de doble tributación visitar la página web del Servicio de Impuestos Internos (SII): www.sii.cl.

2. COMERCIO CON CHILE

▪ **Evolución del intercambio comercial Chile – Reino Unido:**

Durante el año 2015, las exportaciones desde Chile al Reino Unido alcanzaron un total de US\$ 673 millones de dólares, lo que representa una disminución de un 6,9% con respecto al año 2014.

Considerando todo tipo de productos, es decir incluidas exportaciones tradicionales y no-tradicionales, el Reino Unido se ubica como el destino número 22 para las exportaciones chilenas y octavo entre los destinos europeos. Sin considerar las exportaciones de cobre, el Reino Unido se ubica como el destino número 14 de las exportaciones de nuestro país.

Evolución Comercio Exterior entre Chile y el Reino Unido (2010 – 2015)

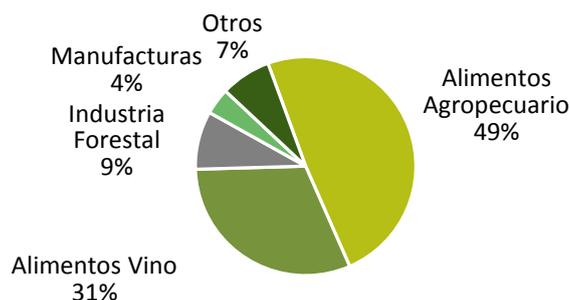
Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones (US\$ mm FOB)	644	725	715	690	723	673
Crecimiento (%)	5,8%	12,6%	-1,9%	-0,9%	4,8%	-6,9%
Importaciones (US\$ mm CIF)	980	1.358	892	1.467	847	541
Crecimiento (%)	-5,4%	38,6%	-34,3%	64,5%	-42,7%	-36,1%
Intercambio Comercial (US\$ mm)	1.624	2.084	1.604	2.173	1.563	1.214
Balanza Comercial (US\$ mm)	-336	-633	-180	-763	-117	132

¹ Fuente: Banco Central de Chile

Fuente: Banco Central.

Las exportaciones chilenas hacia el RU se concentran más que nada en alimentos y bebidas para consumo humano (más del 80% del total) y dentro de este grupo los principales productos son vino y fruta fresca (uvas, arándanos y manzanas principalmente); las carnes (especialmente de ave y cerdo) y las frutas deshidratadas (ciruelas secas y pasas). Entre los productos no alimenticios que se exportan al RU, se destacan papeles y cartones de distinto tipo, pulpa de madera y maderas aserradas, aglomeradas o laminadas.

Exportaciones Chilenas al Reino Unido por sector (2015)



Fuente: ProChile en base a datos entregados por el Banco Central.

Principales Productos Chilenos Exportados al Reino Unido (2015)

Nº	Tipo de producto	2015 (US\$ millones)	%
1	Vinos	210	31,2%
2	Fruta Fresca	230	34,1%
3	Otros Productos de papel y cartón	38	5,6%
4	Carnes procesadas y/o congeladas: Aves	29	4,3%
5	Deshidratados de Frutas y Hortalizas	35	5,2%
6	Productos del Mar	22	3,2%
7	Productos Forestales	20	2,9%
8	Jugos y Concentrados de Fruta	9	1,3%
9	Frutas y verduras congeladas	7	1,0%
10	Productos químicos	8	1,1%
Sub-Total		608	90,4%
Otros		65	9,6%
Total		673	100%

Fuente: ProChile en base a datos entregados por el Banco Central.

3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR AL REINO UNIDO DE:

- Vino:

Importaciones de vinos por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Francia	1.343	31,1%
2	Italia	828	19,2%
3	Australia	352	8,2%
4	España	348	8,1%
5	Nueva Zelanda	308	7,1%
6	Chile	268	6,2%
7	EEUU	243	5,6%
8	Alemania	168	3,9%
9	Sudáfrica	147	3,4%
10	Argentina	91	2,1%
Sub-Total		4.102	95,0%
	Otros	218	5,0%
Total		4.320	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Arándanos:

Importaciones de arándanos por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Chile	55,4	25,7%
2	España	28,0	13,0%
3	Polonia	25,1	11,6%
4	Argentina	22,2	10,3%
5	Sudáfrica	18,5	8,6%
6	Perú	13,4	6,2%
7	Alemania	10,6	4,9%
8	Holanda	8,0	3,7%
9	Francia	7,1	3,3%
10	Estados Unidos	6,7	3,1%
Sub-Total		194,9	90,4%
Otros		20,7	9,6%
Total		215,6	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Uvas:

Importaciones de uvas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Sudáfrica	159,8	24,3%
2	España	102,8	15,6%
3	Chile	78,0	11,9%
4	Egipto	51,5	7,8%
5	Perú	49,8	7,6%
6	Grecia	36,3	5,5%
7	Italia	29,3	4,5%
8	Brasil	29,3	4,5%
9	Alemania	25,8	3,9%
10	EEUU	24,3	3,7%
Sub-Total		586,9	89,2%
Otros		70,9	10,8%
Total		657,8	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Pasas:

Importaciones de pasas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Turquía	142,7	65,1%
2	EEUU	24,8	11,3%
3	Chile	16,7	7,6%
4	Grecia	12,8	5,8%
5	China	7,0	3,2%
6	Sudáfrica	5,2	2,4%
7	Italia	2,8	1,3%
8	Francia	1,4	0,6%
9	Holanda	1,2	0,5%
10	Alemania	1,2	0,5%
Sub-Total		215,8	98,5%
Otros		3,4	1,5%
Total		219,1	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Manzanas:

Importaciones de manzanas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Francia	126,3	26,4%
2	Sudáfrica	104,9	21,9%
3	Nueva Zelanda	73,4	15,3%
4	Italia	42,6	8,9%
5	Chile	35,4	7,4%
6	Alemania	21,8	4,6%
7	Holanda	15,4	3,2%
8	España	15,3	3,2%
9	Bélgica	8,0	1,7%
10	EEUU	6,4	1,3%
Sub-Total		449,6	93,8%
Otros		29,6	6,2%
Total		479,2	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Paltas

Importaciones de paltas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Perú	36,1	22,4%
2	Chile	30,2	18,7%
3	Sudáfrica	22,9	14,2%
4	España	21,8	13,5%
5	Israel	16,3	10,1%
6	Holanda	13,5	8,4%
7	Alemania	7,4	4,6%
8	Colombia	2,6	1,6%
9	Francia	2,2	1,4%
10	República Dominicana	1,5	0,9%
Sub-Total		154,4	95,6%
Otros		7,1	4,4%
Total		161,5	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Guindas:

Importaciones de guindas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	España	23,8	38,4%
2	Chile	9,9	15,9%
3	EEUU	5,1	8,2%
4	Turquía	3,9	6,2%
5	Grecia	3,8	6,2%
6	Argentina	3,7	5,9%
7	Alemania	3,4	5,5%
8	Holanda	2,3	3,7%
9	Canadá	2,0	3,2%
10	Bulgaria	0,9	1,5%
Sub-Total		58,7	94,8%
Otros		3,2	5,2%
Total		62,0	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Kiwis:

Importaciones de kiwis por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Italia	14,9	31,6%
2	Chile	10,9	23,2%
3	Bélgica	5,9	12,6%
4	Alemania	5,4	11,5%
5	Grecia	3,4	7,2%
6	España	2,5	5,3%
7	Holanda	1,6	3,3%
8	Irlanda	1,1	2,2%
9	Francia	0,6	1,3%
10	Australia	0,2	0,4%
Sub-Total		46,3	98,7%
Otros		0,6	1,3%
Total		47,0	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Jugo de manzana

Importaciones de jugo de manzana por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Polonia	27,6	21,7%
2	Holanda	27,3	21,5%
3	Alemania	24,3	19,1%
4	Austria	13,3	10,5%
5	Turquía	7,1	5,6%
6	Chile	6,4	5,1%
7	España	6,1	4,8%
8	Irlanda	4,1	3,2%
9	Francia	3,5	2,8%
10	Italia	3,0	2,4%
Sub-Total		122,8	96,5%
Otros		4,4	3,5%
Total		127,2	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Ciruelas deshidratadas:

Importaciones de ciruelas deshidratadas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Francia	16,3	36,1%
2	Chile	15,1	33,6%
3	EEUU	7,1	15,8%
4	Alemania	2,5	5,6%
5	Turquía	2,4	5,2%
6	Holanda	0,6	1,2%
7	Moldavia	0,3	0,6%
8	Vietnam	0,2	0,5%
9	Honduras	0,1	0,2%
10	Perú	0,1	0,2%
Sub-Total		44,6	99,0%
Otros		0,5	1,0%
Total		45,1	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

- Frambuesas congeladas:

Importaciones de frambuesas congeladas por origen 2015

Nº	País	Monto (US\$ millones)	%
1	Polonia	10,8	31,5%
2	Serbia	9,7	28,3%
3	Holanda	4,3	12,6%
4	Bélgica	3,5	10,3%
5	Alemania	2,2	6,3%
6	Chile	1,0	3,0%
7	Dinamarca	0,9	2,5%
8	EEUU	0,8	2,4%
9	Irlanda	0,3	0,7%
10	Bulgaria	0,2	0,7%
Sub-Total		33,8	98,3%
Otros		0,6	1,7%
Total		34,4	100%

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs - valores CIF

4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

Vino: el Reino Unido es el tercer destino de exportación del vino chileno, luego de Estados Unidos y China. Así mismo las exportaciones de vino representan cerca de un 31% del valor total de los productos que ingresan al Reino Unido desde nuestro país.

El vino chileno cuenta con el reconocimiento de los consumidores, de periodistas y escritores especializados, y del “trade” (importadores, distribuidores, compradores de supermercado y restauradores). Ha logrado mantener una participación de mercado por sobre el 6%. Chile es el sexto proveedor de vino del Reino Unido; se ubica después de Francia, Italia, Australia, España y Nueva Zelanda y por sobre otros grandes países productores y exportadores como Estados Unidos, Alemania, Sudáfrica y Argentina.

El mercado de los vinos en el RU es sumamente competitivo pero aun así existen oportunidades para vinos que logren diferenciarse, como por ejemplo los vinos “fair trade”. Por otro lado se hace necesario mejorar el precio promedio del vino que llega al mercado británico. Promover vinos de niveles Premium a Ultra Premium.

Fruta fresca: si bien el consumidor final no reconoce necesariamente el origen de los productos, el “trade”, los grandes importadores y supermercados, saben por experiencia que los productores de fruta fresca en Chile son confiables y entregan productos de calidad. Esto no significa necesariamente que no haya otro grupo importante de países que ofrecen productos de alta calidad. Los importadores compran del país que corresponda de acuerdo a la producción estacional; es así como por ejemplo, de acuerdo al mes o período del año que se compran paltas desde Chile, Perú, Israel y Sudáfrica.

Luego de la crisis y bajo la presión de las más importantes cadenas de supermercados, los importadores buscan hoy trabajar de manera más directa con los productores y tratan de evitar a las empresas que son solamente exportadoras. Si la fruta logra diferenciarse en calidad y mantenerse en precios competitivos respecto de su competencia, existirá mercado para estos productos.

Hay amenazas de algunos países productores que han mejorado su oferta y han sido activos en promoción; uno de estos es Perú.

Las prácticas sustentables, el fair trade y los productos orgánicos, se están volviendo cada vez más importantes en Reino Unido, llegando a ser prácticamente una exigencia para algunos importadores.

Otros productos agroindustriales: el Reino Unido ofrece oportunidades más allá del vino y la fruta fresca, específicamente en productos agroindustriales deshidratados como pasas y ciruelas secas, pero también en por ejemplo, berries liofilizados, berries infundidos u otros productos deshidratados con algún valor agregado, en donde se podría buscar impulsar más importaciones desde Chile.

Durante el último tiempo las importaciones de jugos concentrados han aumentado considerablemente. Por ejemplo en el caso del jugo de manzana, este aumento se debe probablemente por el aumento en el consumo y demanda de cidras.

Hoy al Reino Unido en general los productos agroindustriales que Chile exporta son utilizados principalmente como materias primas para la fabricación de otros alimentos, por lo que el consumidor final no reconoce el país de origen.

Mieles: En mieles, especialmente monoflorales, se puede esperar que haya oportunidades para nuevos productores. La popularidad que ha mostrado la miel de manuka, proveniente de Nueva Zelanda, por sus

propiedades para la salud, podría ser replicable en el caso de la miel de ulmo, que posee propiedades similares, sin embargo, la incertidumbre luego del Brexit puede generar ciertos riesgos.

Productos “Fair Trade”: siempre relacionado (pero no exclusivamente) con el área de alimentos y bebidas, sigue habiendo creciente interés por productos con certificación “fair trade”. Hoy desde Chile se importa vino, pasas, arándanos, miel certificada “fair trade”, pero en la medida que otros productores de otros alimentos y bebidas puedan certificarse y aumentar así la oferta chilena, más oportunidades se abrirán en el mercado británico.

Pisco: dado el creciente interés por la gastronomía peruana y su relación con el pisco, existen oportunidades para el pisco proveniente de Chile. Hoy existen seis marcas Chilenas presentes en el mercado. El RU presenta oportunidades para este tipo de productos, los bares y “bartenders” conocen y les gusta el pisco.

Innovación y emprendimiento: el RU presenta una gran oportunidad para el desarrollo de ideas innovadoras. Existe un gran número de incubadoras o centros de emprendimiento donde gente de distintas áreas comparten un espacio en el que desarrollan sus ideas y negocios. Por otro lado, las incubadoras presentes en el Reino Unido y las redes alrededor de ellas podrían ser utilizadas por emprendedores chilenos que quieran diversificar sus negocios.

Inversiones: existe un creciente interés de los británicos por conocer más sobre las oportunidades de inversión y de desarrollo de negocios en Latinoamérica. Los inversionistas y empresas británicas reconocen el crecimiento general de la región y dada la posición de Chile en cuanto a la excelencia de su economía, solidez y seriedad de sus instituciones, resulta ser una interesante alternativa dentro de la región.

Servicios: Algunos subsectores de la industria de servicios tienen oportunidades en Reino Unido, como los videojuegos o los servicios de efectos visuales. En esta misma línea también hay Start Ups que podrían entrar a este mercado.

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Se aplica el Acuerdo Cooperación Económica y Comercial de Libre Comercio con la Unión Europea de la cual el Reino Unido continúa siendo parte, por lo que la gran mayoría de los productos chilenos ingresan al Reino Unido con arancel 0 (cero). Considerando la próxima salida del Reino Unido de la Unión Europea, esta situación podría cambiar, sin embargo, esto dependerá de las negociaciones que se lleven a cabo, las cuales tomarán bastante tiempo.

Por su parte, como consecuencia del Acuerdo, Chile recibió cupos arancelarios para una canasta de productos, la cual se divide en cinco categorías. La primera incluye la carne bovina, carne porcina, carne ovina y la carne de ave; la segunda contempla los quesos, ajos, cereales, hongos preparados y cerezas preparadas; y la tercera abarca los productos correspondientes a confitería, chocolatería y galletería. Los productos incorporados en estas categorías se encuentran libres de arancel dentro del contingente otorgado, difiriendo la cuota otorgada y el crecimiento anual de ésta. En el caso de la primera categoría el volumen del contingente se incrementa un 10% anual, en tanto, el volumen de la segunda y la tercera categoría lo hacen en un 5% anual. En tanto, la cuarta categoría

considera la merluza y el salmón ahumado, productos que se encuentran sujetos a una eliminación gradual del arancel dentro de la cuota en diez tramos iguales; y por último se encuentra la quinta categoría que incluye únicamente al atún en conserva, mercancía afecta a un margen preferencial dentro de la cuota equivalente a un tercio del derecho “Nación Más Favorecida”, lo que implica un pago correspondiente a dos tercios del arancel.

Para revisar en detalle la lista completa de países con ventajas arancelarias por tipo de productos, se recomienda visitar el siguiente link:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

2. NORMATIVAS

En el 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. Estas normativas buscan regular la seguridad de las personas, animales y el medio ambiente. Las principales normas que aplican a la gran mayoría de los productos importados por la UE tienen relación con la protección de la salud de los consumidores, incluyendo requisitos sanitarios, fitosanitarios y técnicos. Aún hay incertidumbre en cuanto a cómo podrían cambiar estas regulaciones con el Brexit, sin embargo, este proceso tomará un par de años por lo que todavía seguirá vigente la regulación actual.

La responsabilidad de hacer cumplir la ley que rige al sector de alimentos es compartida entre el Gobierno central y los gobiernos locales. Mientras la legislación es función del Gobierno central, la ejecución de ella es responsabilidad primordialmente (pero no solamente) de las más de 400 autoridades locales en el Reino Unido, y más específicamente de los Oficiales de la Salud Ambiental (“Environmental Health Officers”, “EHOs”) y los Oficiales de Estándares del Comercio (“Trading Standards Officers”, “TSOs”).

Asimismo, la Agencia de Estándares de Alimentos (“The Food Standards Agency”, “FSA”²) es un departamento independiente del gobierno que posee gran autoridad en el cumplimiento de las normativas. Es responsable del apoyo a la ejecución de las 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 RU deben cumplir con principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa No. 178/2002³. Esta normativa busca garantizar la calidad de los alimentos destinados al consumo humano y de los animales. Además 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 No. 852/2004⁴, la cual establece los mismos estándares de sanidad y composición que los alimentos producidos en el Reino Unido u en otros estados miembros de la Unión Europea, normativa que podría cambiar luego del Brexit, pero no en el corto plazo.

² <http://www.food.gov.uk/>

³ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2002R0178:20090807:ES:PDF>

⁴ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0852:20090420:ES:PDF>

Alimentos de Origen Animal:

Los productos de origen animal que ingresen al RU deben cumplir con principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa No. 2002 / 99 / CE⁵. Esta normativa busca establecer las condiciones para la comercialización de los productos de origen animal y las restricciones aplicables a los productos procedentes de terceros países o regiones de éstos sometidos a restricciones zoonosológicas.

Los productos deben cumplir con las reglas generales de higiene que se encuentran en la normativa No. 853/2004⁶, la cual establece normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal para garantizar un elevado nivel de seguridad alimentaria y de salud pública.

Adicionalmente los productos deben cumplir con la normativa No. 854/2004⁷, la cual define un marco comunitario para los controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano y fija las normas específicas para la carne fresca, los moluscos bivalvos, la leche y los productos lácteos.

Los productos provenientes de países no pertenecientes a la UE deberán contar con plantas y establecimientos, en donde fueron producidos, aprobados por la UE. En el siguiente sitio web se encuentra el listado de establecimientos autorizados por la UE por tipo de productos y sectores:

https://webgate.ec.europa.eu/sanco/traces/output/non_eu_listsPerCountry_en.htm# .

- **Normativas de Seguridad:**

Adicionalmente los productos no agrícolas que ingresan y se comercializan en el Reino Unido deben cumplir con requerimientos generales de seguridad que se encuentran establecidos en la normativa No. 2001 / 95 / CE⁸. Esta normativa establece requisitos adicionales para los productos, importadores y distribuidores, como por ejemplo informar al consumidor acerca de los potenciales riesgos que puede presentar un 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 del tipo y naturaleza de los productos. Por ejemplo, existen normativas relacionadas a los límites de 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 obtener mayor información respecto de los requisitos y normativas específicas de cada tipo de producto, se recomienda visitar el sitio web “Síntesis de la legislación de la UE”, que presenta los aspectos principales de la legislación comunitaria UE. La dirección del sitio web es la siguiente:

http://europa.eu/legislation_summaries/index_es.htm .

Esta será la legislación vigente hasta que no se haga efectiva la salida de Reino Unido de la Unión Europea, lo cual tomará bastante tiempo, por lo que el destino de la legislación futura es aún incierto.

- **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 alimentos se deben realizar

⁵ Reglamento puede ser revisado en: <https://www.boe.es/doue/2003/018/L00011-00020.pdf>

⁶ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0853:20100715:ES:PDF>

⁷ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0854:20100705:ES:PDF>

⁸ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV:I21253>

procedimientos especiales que se encuentran establecidos en la normativa No. 258 / 1997⁹. Algunos de estos procedimientos incluyen la realización de exámenes de seguridad alimentaria que son realizados por cada país.

3. CERTIFICACIONES

En el Reino Unido el organismo encargado de la certificación de la salud de los alimentos agrícolas es el “Department of Environment, Food and Rural Affairs¹⁰” (DEFRA). Aun cuando trabajan directamente sólo en Inglaterra, trabajan cercanamente con las administraciones de Escocia, Gales e Irlanda del Norte. La dirección del sitio web es la siguiente: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs>. El Servicio Agrícola Ganadero chileno (SAG) es reconocido por el Reino Unido como certificador.

El ente regulador de los servicios financieros británicos era la “Financial Services Authority” (FSA). Sin embargo, esta ha sido disuelta, y dos organismos han tomado su lugar: la “Financial Conduct Authority¹¹” (FCA), encargada de defender los intereses de los consumidores, y la “Prudential Regulation Authority¹²” (PRA), la cual depende del Bank of England y se encarga de regular el sector financiero como los bancos y grandes firmas financieras, entre otros. Ambas son entes independientes del Gobierno Británico y reciben sus fondos de las empresas que regulan. Sus sitios web son <http://www.fca.org.uk/> y <http://www.bankofengland.co.uk/pr/Pages/default.aspx>, respectivamente.

También existe la BRC (British Retail Consortium¹³) o asociación de Minoristas Británicos que justamente está formada por comerciantes al por menor que poseen pequeños comercios, hasta grandes cadenas comerciales especializadas y supermercados (representa el 90% de los comercios minoristas del RU).

Su función es velar por los intereses del comercio minorista y muchas de las empresas que exportan al Reino Unido deben cumplir la Norma BRC para comenzar su actividad. Sitio web <http://www.brcglobalstandards.com/>

4. ETIQUETADOS

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.

En el caso del Reino Unido, la responsabilidad del control del etiquetado recae en tres instituciones: “The Department for Environment, Food and Rural Affairs” (Defra), “Food Standards Agency¹⁴” (FSA) y el Departamento de Salud¹⁵. 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.

⁹ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1997R0258:20090120:EN:PDF>

¹⁰ <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs>

¹¹ <https://www.fca.org.uk/>

¹² <http://www.bankofengland.co.uk/pr/Pages/default.aspx>

¹³ http://www.brc.org.uk/brc_home.asp

¹⁴ <https://www.food.gov.uk/>

¹⁵ <https://www.gov.uk/government/organisations/department-of-health>

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 del contenido neto, país de origen, composición, empresa productora, fecha de vencimiento, preparación, etc. de los productos comercializados. Nuevas reglas de etiquetado están actualmente siendo discutidas en la Unión Europea. Si bien la ley no define los conceptos de marketing, tales como “fresco”, “puro”, “natural”, “vegetariano”, estos no pueden confundir al consumidor, para lo cual se han desarrollado guías de buenas prácticas que orientan en dicho sentido.

Las nuevas reglas en discusión podrían llegar a no afectar al Reino Unido por su futura salida de la Unión Europea.

Las falsedades en cuanto a la descripción, publicidad y presentación de los alimentos son un delito y existe 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 enmiendas.

Para obtener mayor información respecto de las normativas específicas de etiquetado y embalaje para cada tipo de producto, como por ejemplo los alimentos modificados genéticamente, los alimentos alergénicos, los alimentos para bebés o bebidas, se recomienda visitar el siguiente sitio web:

http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_en.htm

5. TRÁMITES ADUANEROS

Los trámites aduaneros existentes en el Reino Unido son los mismos que aplican para el resto de los países pertenecientes a la Unión Europea (UE). La UE es una unión aduanera, por lo que no existen barreras para el libre tránsito de los productos entre sus miembros. El gobierno británico deberá decidir como querrá cambiar estas condiciones durante su proceso de salida de la Unión Europea, junto con negociar las condiciones de comercio con la misma.

Todos los productos importados en la UE deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro, en este caso el RU. La declaración de ingreso de los productos se realiza mediante la presentación de los siguientes documentos:

- **Documento Único Administrativo (DUA) / “Single Administration Document” (SAD):**

El DUA es el documento común para efectuar la declaración de importación ante el “HM Revenue & Customs¹⁷” (aduana en el RU) en todos los Estados miembros, establecido en el Código Aduanero Comunitario publicado en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 (DO L-302 19/10/1992)¹⁸.

El DUA contiene información del producto que se importa, incluyendo la identificación de los participantes en la operación (importador, exportador, representante, etc.), el destino aduanero (despacho a libre práctica, despacho a consumo, importación temporal, tránsito, etc.), datos de identificación de las mercancías (código TARIC, peso, unidades), localización y embalaje, datos de los medios de transporte, país de origen, país de exportación y país de destino e información comercial y financiera (valor facturado, moneda de facturación, tipo de cambio, seguro, etc.).

El DUA puede ser presentado a través de un sistema en línea llamado CHIEF (“The Customs Handling of Import and Export Freight¹⁹”) o en las oficinas de aduanas designadas.

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

¹⁷ <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs>

¹⁸ Reglamento puede ser revisado en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:31992R2913&from=ES>

Adicionalmente, y en conjunto con el DUA se deben presentar otros documentos dependiendo del tipo de operación y el carácter de las mercancías importadas, algunos de los documentos más importantes son:

- Prueba de origen, normalmente utilizada para aplicar preferencias arancelarias.
- Certificado de la naturaleza específica del producto.
- Documento de transporte.
- Factura comercial.
- Declaración del valor en aduana.
- Lista de carga.
- Otros: dependiendo del producto se puede necesitar también certificados de inspección (sanitaria, veterinaria y fitosanitaria), licencias de importación, documentos que justifiquen la solicitud de inclusión en un contingente arancelario, documentos requeridos a efectos de los impuestos especiales y documentos que justifiquen una solicitud de exención del IVA, entre otros documentos.

Para obtener mayor información respecto de los requisitos específicos de importación para cada producto incluyendo documentos, aranceles y otros impuestos, se recomienda visitar el sitio web de Export Helpdesk, que es un servicio prestado por la Unión Europea para facilitar el acceso a los mercados. Las direcciones son las siguientes:

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html; http://ec.europa.eu/taxation_customs/index_en.htm

- **Trámites para la Introducción de Muestras**

Para realizar el envío de muestras de productos al Reino Unido para ser utilizados para la prospección de mercados, exposición en ferias, muestras para importadores, etc., las muestras deben ser ingresadas bajo la modalidad "Temporary Admissions" y su factura comercial no puede tener valor comercial. Estas muestras no pueden ser comercializadas una vez dentro del país y deben contar, dependiendo del tipo de producto, con todos los documentos y certificados necesarios.

- **Productos Prohibidos o Bajo Licencias Específicas**

Existen algunos productos que cuentan con prohibición para ingresar a los países de la UE o que necesitan una licencia de importación específica y ciertas condiciones para ser importados. Algunos de estos productos son: armas de fuego, acero, textiles de Corea del Norte, municiones, estupefacientes, fuegos artificiales, medicamentos, entre otros.

¹⁹ <https://www.gov.uk/guidance/chief-trader-import-and-export-processing-system>

3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

Siendo una de las mayores economías en el mundo, el Reino Unido representa muchas oportunidades de inversión. Prácticas flexibles de negocios combinadas con una fuerza de trabajo muy capacitada, ofrecen las condiciones económicas para tener éxito en los negocios en Reino Unido. Hacer negocios en el Reino Unido, sin embargo, involucra entender la diversidad y las características únicas de los británicos y de su cultura de negocios. Son una nación isla, orgullosa de su historia e independencia, lo que puede resultar desalentador para quienes no tengan experiencia haciendo negocios con los británicos.

Pese a que la cultura británica es abierta, hay comportamientos y temas que es conveniente evitar:

- **Comportamientos que se recomienda evitar:**

- Saludar a extraños con un beso.
- Gestos como un golpe en la espalda o abrazos.
- Hacer preguntas personales como “cuánta plata ganas?” o “por qué te divorciaste?”.

- **Temas de conversación a evitar:**

- El conflicto histórico en Irlanda del Norte.
- Religión.
- La monarquía y la familia real.
- Política partidista.
- La Unión Europea, Bruselas y el Euro.
- Medio Oriente.
- Preguntas personales acerca de origen étnico, religión u ocupación.
- Sistema de clases.
- Raza e inmigración.
- Edad.
- Niños.
- Apariencia o peso.
- Dinero.
- Crimen.
- Críticas o quejas en general.

Se debe ser consiente también de que hay muchos temas que están reguladas en el ambiente de negocios, bajo leyes laborales y que están diseñadas para prevenir discriminación.

- **Comunicación en los negocios:**

EL primer saludo suele ser un apretón de manos y esto no se espera repetir para reuniones posteriores. Por ejemplo, los colegas de trabajo no se saludan con la mano todos los días.

Es recomendable iniciar las conversaciones con temas neutrales como el clima o algo que se dé según las circunstancias, como pedir recomendaciones sobre dónde comer o algo por el estilo. La conversación debe seguir de manera natural, siguiendo el hilo de la persona a la cual se le está hablando, pidiendo permiso si se quiere tocar algún tema sensible y evitando ser sarcástico o negativo.

En general, la gente suele ser más amigable en el norte de Inglaterra, con algunas excepciones.

Las conversaciones son en Inglés, muy poca gente habla otro idioma y si lo hacen, siempre prefieren el inglés.

- **Etiqueta en los negocios**

La puntualidad es valorada por los ingleses, si se organiza una reunión, es esperable que la gente llegue a la hora o incluso un poco antes.

Dar regalos no es común en Inglaterra, sin embargo, la reciprocidad es bien recibida. Si ya se ha hecho un regalo, es esperable que se envíe uno de vuelta.

En cuanto al código de vestuario, es preferible vestirse de forma clásica (tanto hombres como mujeres), con colores sobrios, favoreciendo el azul o el negro. Cuando hay dudas sobre que usar, siempre es preferible ocupar ropa formal.

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Principales Indicadores Económicos del Reino Unido

Indicador	2015
Total Población	65,1 millones
PIB (PPP) (2015)	US\$ 2.679 miles de millones
% Total Mundo (2015)	2,4%
PIB (PPP) per cápita (2015)	US\$ 41.200
Crecimiento PIB	2,2%
Total Exportaciones de bienes y servicios	US\$ 780 miles de millones
Exportaciones de bienes	US\$ 435 miles de millones
Total Importaciones de bienes y servicios	US\$ 839 miles de millones
Importaciones de bienes	US\$ 628 miles de millones
Inflación	0%
Desempleo	5,4%
Tasa de Interés	0,5%
Tipo de Cambio (al 09 de septiembre 2016)	1 GBP= 1,33US\$

Fuentes: UK National Statistics, International Monetary Fund, Her Majesty Revenues and Customs.

- El Reino Unido es la novena economía del mundo y la tercera de Europa a Paridad de Poder Adquisitivo (PPA ó PPP - Purchasing Power Parity)²⁰.
- Paulatinamente ha cambiado la base de su economía desde el sector industrial al de los servicios.
- Es la segunda economía financiera más grande del mundo, sólo superada por Estados Unidos. La bolsa de Londres ("London Stock Exchange") es la segunda plaza financiera mundial tras Nueva York.
- En cuanto a la industria (20% del PIB aproximadamente), las principales actividades son la maquinaria, el material de transporte (vehículos, ferrocarriles y aeronáutica) y los productos químicos²¹.

²⁰ <http://www.imf.org/external/index.htm>

- La minería siempre ha representado un sector importante en la economía. Las tradicionales minas de carbón situadas en Yorkshire, Gales, Escocia y Lancashire han suministrado a las centrales térmicas británicas la energía necesaria para el desarrollo económico. Aunque en la actualidad su peso específico es menor, siguen siendo parte fundamental de la economía.
- La agricultura (1% del PIB aproximadamente) es altamente mecanizada, sus principales producciones son de cereales, aceites vegetales y papas. La ganadería es también significativa, sobre todo la ovina y la bovina, siendo un gran productor europeo de leche y sus derivados.²²
- El Reino Unido ocupa el lugar número 10 en el mundo y quinto en Europa en términos de exportaciones (aproximadamente 2,4% del total de exportaciones mundiales). Considerando las importaciones ocupa el lugar número 5 en el mundo y segundo en Europa (aproximadamente 3,4% del total de exportaciones mundiales).²³
- Es el segundo mayor exportador de servicios del mundo. Los servicios son el sector económico que más aporta al Producto Interno Bruto con un 80% aproximado, destacando entre ellos la banca y servicios financieros, los servicios de seguros y reaseguros.²⁴
- De acuerdo al Doing Business 2016²⁵, el RU se encuentra en el lugar número 6 de las mejores economías para hacer negocios.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

- El consumidor británico se caracteriza por tener un alto nivel de vida, ser bastante sofisticado y estar bien informado sobre las opciones y beneficios del mercado.
 - El total de hogares en el Reino Unido es de aproximadamente 27 millones.
 - Tres de cada cuatro británicos es mayor de 20 años. La mayor parte de la población está concentrada en los 40 y 50 años de edad.
 - El ingreso de la unidad familiar en términos reales ha disminuido en los últimos años, esto debido principalmente a las altas tasas de inflación y el moderado crecimiento de la economía. El consumo por hogar semanal promedio fue de US\$ 875 en el año 2014.
 - El uso de internet para realizar compras o pagar servicios ha aumentado significativamente durante los últimos años. Los británicos suelen utilizar sitios de compra, como por ejemplo Amazon y realizan la gran mayoría de pagos de servicios a través de internet. Los supermercados han invertido fuertemente en plataformas para que sus clientes realicen sus compras por internet.
- **Composición de los Hogares del Reino Unido:**

En el Reino Unido hay aproximadamente 27 millones de hogares, número que representa un aumento del 2,2% entre el año 2012 y el 2015. Este crecimiento se ha concentrado en los últimos años principalmente debido a la

²¹ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

²² <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

²³ <http://www.imf.org/external/index.htm>

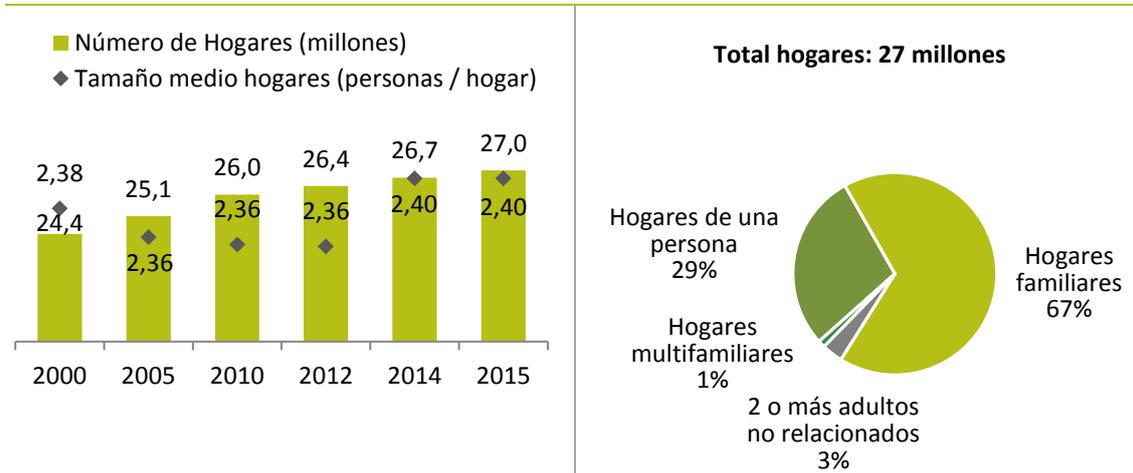
²⁴ <http://www.imf.org/external/index.htm>

²⁵ <http://espanol.doingbusiness.org/>

inmigración desde países que se han incorporado a la Unión Europea, lo que ha significado la creación de un mayor número de hogares.

El número promedio de personas que constituyen los hogares británicos, varió de 2,36 personas el 2012, a 2,4 personas el 2015.

Composición de los Hogares en el Reino Unido (2000 – 2012)



Fuente: Office for National Statistics.

La proporción de hogares familiares (de más de una persona) ha disminuido de 67,8% el año 2000 a un 67,03% el 2015. Por otro lado, los hogares constituidos por sólo una persona constituían el año 2000 un 28,5% del total, porcentaje que permaneció en el mismo nivel el 2015.

Actualmente los hogares con una o dos personas representan el 64% del total de los hogares del Reino Unido. Durante el último tiempo la proporción de los hogares con cuatro personas o más han disminuido desde 20,8% en el 2000 a 20% en el 2015.

▪ **Consumo y Gasto de los Hogares del Reino Unido:**

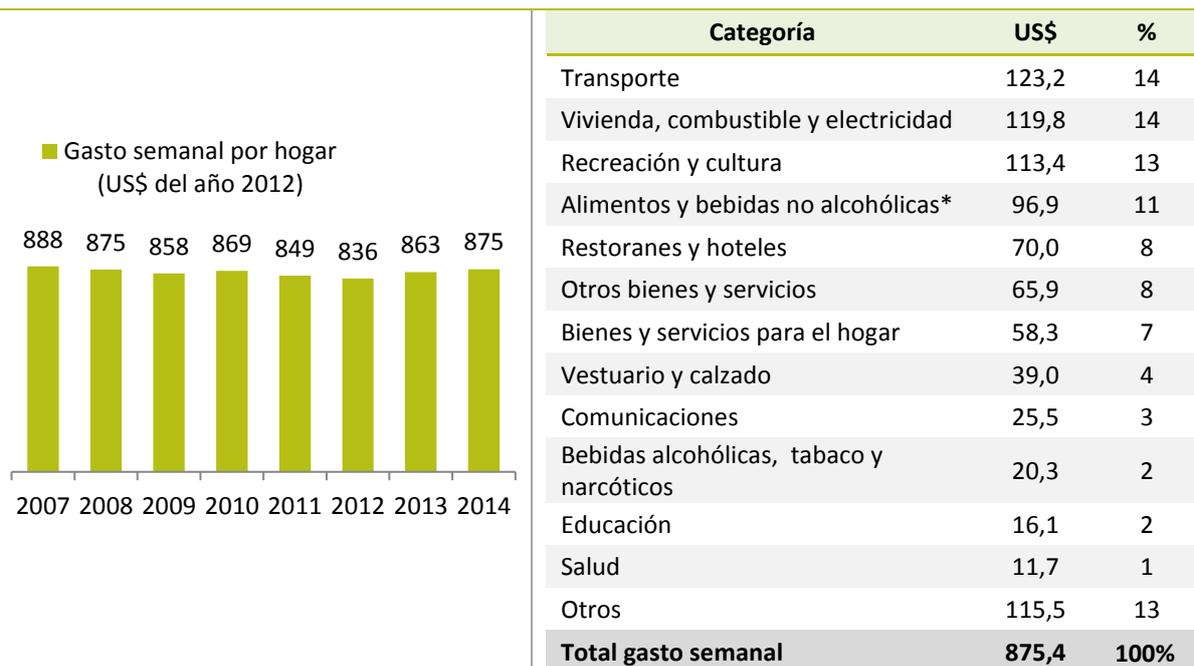
El gasto semanal en los hogares británicos durante el año 2014 fue de £ 531 (US\$ 875) por hogar, lo que representó un aumento de £ 23,90 (US\$ 39,37) en comparación al gasto del año 2012, en que el gasto llegó a su nivel más bajo desde 2007.

El gasto en transporte representa un 14% del gasto total, seguido por el gasto en vivienda, combustible y electricidad, con un 14%. Más del 50% del gasto semanal de los hogares está concentrado en las primeras 4 categorías:

- Vivienda, combustible y electricidad,
- Transporte,
- Recreación y cultura,
- Alimentos y bebidas no alcohólicas (de consumo en el hogar).

La categoría de alimentos y bebidas no alcohólicas ha representado alrededor de un 11% del gasto semanal de los hogares durante los últimos años, ubicándose como la cuarta categoría con mayor gasto.

Gasto semanal en los hogares del RU 2007 – 2014



Fuente: Office for National Statistics.

*Consumo en el hogar.

3. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

Difícilmente se puede hablar de una estrategia especial para negociar un acuerdo, negocio o venta con los británicos. Es importante que el vendedor tenga su oferta clara y un producto de calidad que cumpla con los requerimientos mínimos en relación a salubridad, etiquetado y otros (en el caso de alimentos) y normas específicas de seguridad, materiales; certificaciones como la BRC (“British Retail Consortium”²⁶) facilitan las posibilidades de acceder al mercado.

Es también muy importante que el vendedor cuente con material promocional que le permita dar a conocer e introducir los productos o la empresa. Por ejemplo un sitio web de calidad, catálogos y tarjetas de presentación (todo en inglés) le permitirá al cliente interiorizarse y conocer más de la oferta y su calidad.

En general en la cultura británica se valora el tiempo de las personas, lo que implica que muchas veces si no hay algo de potencial interés por un producto específico, los importadores no aceptarán una reunión solo para conversar o informarse de manera general de la oferta.

Vale mencionar que si bien los británicos son dados a evasivas, muchas veces al momento de conversar de negocios serán directos en lo que consideran interesante o como una posibilidad real de seguir adelante, o igualmente en decir que un producto determinado no es de su interés. De encontrarse con evasivas, es importante saber reconocerlas e interpretarlas de manera de no malentender que hay un interés que no es tal; corresponde en esos casos aclarar el punto.

Si existiera un interés real por parte del importador y quisiera hacer un pedido, en la mayoría de los casos, bastará solo su palabra o lo que manifieste verbalmente, ya que en el RU la palabra tiene mucho valor y es respetada.

²⁶ Normativa establecida por la Asociación de Minoristas Británicos

4. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

El Reino Unido se encuentra entre los países que más inversión extranjera directa atrae del mundo. El RU no prohíbe ningún tipo de inversión en el sector privado y no hay condiciones o restricciones impuestas a la inversión.

- **UK Trade & Investment**

La entidad gubernamental de comercio e inversión británica “UK Trade & Investment” apoya a las compañías extranjeras que buscan establecerse, expandirse y abrir oficinas en el Reino Unido, y a aquellas empresas británicas que buscan internacionalizarse. Provee un servicio integrado de asesoría con información actualizada de inteligencia de mercado, incluyendo factores regulatorios, oportunidades de negocios, factores de locación, etc. Para mayor información ingresar al siguiente sitio web: www.ukti.gov.uk

- **Registro e Inicio de una Empresa**

Para registrar una empresa en el Reino Unido existe un proceso que permite la creación de una empresa en línea y el cual no posee reglas discriminatorias para los extranjeros. Para el registro se requieren ciertos documentos tales como el “Memorándum de Asociación” (declaración legal firmada por los accionistas acordando formar la compañía) y el “Artículo de Asociación” (reglamento acerca de cómo se opera la empresa acordado por los accionistas y directores) los que deben ser completados en la “Companies House” para el caso de Inglaterra, Escocia y Gales y con la “Companies Registry” para el caso de Irlanda del Norte. Para mayor información ingresar al siguiente sitio web: <http://www.companieshouse.gov.uk/>

Una nueva empresa comienza a existir desde que el Registro de Empresas emite un certificado de incorporación, cuyo costo estándar es de £ 12 (US\$ 20 aproximados). La asesoría sobre qué tipo de empresa es la más conveniente y los diferentes precios del registro de las diversas formas legales que puede adoptar una empresa se pueden encontrar en el sitio web de “Companies House” señalado anteriormente.

Para establecer un negocio en el Reino Unido se debe abrir una cuenta corporativa en un banco (conocida como “Business Bank Account”) para lo que se solicita una prueba de identidad (pasaporte), un plan de negocios y una garantía de una empresa matriz. En el Reino Unido hay más de 500 bancos extranjeros. Para revisar cuales son dichos bancos, se recomienda visitar la página web de la Asociación de Bancos: www.bba.org.uk

- **Visas**

Para ingresar al Reino Unido, con un propósito distinto al turismo, se necesita una VISA, en caso de no ser nacional de un país perteneciente a la Unión Europea. Se debe postular a una VISA a través de internet en la página oficial de la “UK Border Agency”. Para mayor información ingresar al siguiente sitio web: <https://www.gov.uk/government/organisations/uk-visas-and-immigration>

- **Financiamiento para Iniciar un Negocio**

El acceso a capital para financiar un nuevo negocio en el Reino Unido es muy amplio y variado, entre las distintas alternativas se encuentran las siguientes:

- a) **Capitales de Riesgo (“Venture Capital”):** El RU tiene uno de los mercados más profundos de capital invertido en operaciones de riesgo del mundo. Existen distintos fondos para cada tipo de industria, por ejemplo, en la industria de las tecnologías: Accel, Balderton, DFJ Esprit, entre otros. Para mayor información, se recomienda visitar la página web de la Asociación de “Venture Capital”: <http://www.bvca.co.uk/>

b) Inversionistas Ángeles (“Angel Investment”): En el RU existe un gran número de “Angel Investors”, individuos que entregan capital para iniciar negocios usualmente a cambio de una participación accionaria. Para mayor información, se recomienda visitar la “British Business Angels Association”: <http://www.ukbusinessangelsassociation.org.uk/>

c) Financiamiento colectivo (“Crowdfunding”): Estas plataformas para levantar financiamiento son más específicas, por lo general están orientados a productos o proyectos específicos y no a empresas. Alguno de estos son: Crowdcube (www.crowdcube.com), Seedrs (www.seedrs.com) y Kickstarter (www.kickstarter.com). Existen algunas restricciones para participar de este tipo de fondos por lo que se recomienda revisar sus sitios web.

d) Instituciones Gubernamentales: El gobierno del RU tiene distintos programas para informar acerca de las oportunidades de financiamiento y acceso a capital. Para mayor información ingresar a los siguiente sitios web:

- <http://www.ukti.gov.uk/investintheuk/globalentrepreneursprogramme.html>
- <https://www.gov.uk/business-finance-explained>

e) Sistema Legal en el Reino Unido

El sistema legal británico es considerado uno de los más pro-negocios. El Banco Mundial lo califica como el cuarto a nivel mundial tomando en consideración la facilidad de firmar contratos, flexibilidad laboral, regulaciones para comenzar un negocio, regulaciones para cerrar un negocio, para registrar derechos de propiedad intelectual y la protección general de los negocios. Los asunto claves sobre los que se debe buscar asesoría legal son los siguientes: Estructura legal de la empresa, leyes sociales, seguros, términos de los contratos, protección de propiedad intelectual, regulaciones, salud y seguridad, bienes raíces y requisitos medioambientales. Las organizaciones relevantes y pertinentes para los asuntos legales de un negocio en el Reino Unido son:

- Inglaterra y Gales: <http://www.lawsociety.org.uk/>
- Escocia: <http://www.lawscot.org.uk/>
- Irlanda del Norte: <http://www.lawsoc-ni.org/>

f) Contratación pública

La selección de potenciales abastecedores de la administración británica se hace en base a un proceso transparente y competitivo. Los concursos públicos que superan las £ 100.000 libras esterlinas se publican en el Suplemento del Diario Oficial de la Unión Europea (DOS). En el caso de los procesos más importantes de contratación pública en Europa, se pueden descargar los formularios, solicitudes e información de la siguiente página web (http://www.simap.europa.eu/index_es.htm).

Para concursos de menor monto existe la “Government Commerce” (<https://www.gov.uk/tendering-for-public-sector-contracts>).

Sobre concursos públicos a continuación una lista de sitios web con información relacionada:

- “Tenders UK”: Es gratis ver los resúmenes de las bases, pero se debe pagar para verlas completas. Ver en: www.tendersdirect.co.uk
- “Tenders”: Portal de búsqueda para concursos públicos. Ver en: www.tenders.co.uk

5. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

- En cuanto al estilo de comunicación británico éste consta de una mezcla interesante entre lo suave y directo que pueden ser, además no emplean el lenguaje de manera efusiva, tienden a usar términos como “tal vez”, “posiblemente” y “podría ser”.
- Los británicos pueden tener un trato menos rígido con las personas que conocen hace más tiempo, pero aun así son reservados.
- En cuanto a la comunicación escrita, específicamente a la hora de escribir e-mails, también se deberá conservar un estilo formal, por lo menos al inicio, sin embargo la mayoría de los británicos nunca utilizará modismos (“slang”) o abreviaciones y verán negativamente que la otra parte las emplee.
- La mayoría de los británicos buscarán establecer relaciones comerciales duraderas, no ven la necesidad de conocer previamente a la persona con la que hacen negocios ni tampoco de un intermediario que los presente. Como en todos los mercados establecer relaciones cercanas con nuestras contrapartes y la aplicación del “networking” serán factores claves para una relación comercial exitosa que perdure en el tiempo.
- Se debe respetar la puntualidad, en caso de atraso (incluso 5 minutos) es indispensable una llamada telefónica para dar aviso y ofrecer disculpas.
- Si las personas que participan en una reunión tienen el mismo nivel jerárquico en sus respectivas organizaciones, la negociación se realizará de igual a igual, sin embargo, si los participantes tienen distintos niveles de responsabilidad, la persona que tenga el cargo más alto será quien haga mayor uso de la palabra.
- La previa definición de una agenda es necesaria a la hora de sostener reuniones con contrapartes británicas, posterior a la reunión se recomienda enviar un resumen de lo conversado y las decisiones tomadas, además de las próximas acciones a seguir.
- En cuanto a las presentaciones realizadas para apoyar la propuesta/oferta, esta debe ser sin exagerar los hechos, además se debe mostrar un buen nivel de preparación y de calidad de las presentaciones “powerpoint” o impresas. Se debe estar preparado para fundamentar lo dicho con datos concretos y comprobables, ya que estos son claves para la toma de decisiones.
- Hay que tener en cuenta la diversidad cultural del Reino Unido que está formado por cuatro países: Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte, los que no sólo se distinguen geográficamente sino que también se distinguen en identidad y en su férreo sentido de nacionalismo. En este sentido los términos “Inglés” (“English”) y “Británico” (“British”) no son lo mismo, el primero se refiere a Inglaterra y el segundo a Gran Bretaña. Los escoceses son llamados “Scots”. Si se confunden estos términos pueden llegar a ofenderse tanto los galeses como irlandeses y escoceses, no así los ingleses.
- En los negocios y en general en la sociedad británica, no existen grandes diferencias de género, por lo que el saludo generalizado es el de mano. La forma de referirse a otros es usando los títulos Mr., Mrs., Ms. o Miss y el apellido, sólo si se nos indica expresamente podremos usar los nombres de pila para hablarle a nuestra contraparte.
- En situaciones formales y en ambientes de negocios se debe seguir un protocolo estructurado a la hora de las presentaciones, por ejemplo se deben presentar las personas jóvenes a las mayores, o de un status menor al de uno mayor.
- Como es usual, el intercambio de tarjetas de presentación se realiza durante la primera presentación entre las personas. Estas tarjetas pueden ser dejadas de lado inmediatamente, lo que no significa que no hayan sido tomadas en cuenta.

- A pesar de que los ingleses son conocidos por su puntualidad, en las reuniones informales se toleran atrasos de 10 a 15 minutos, sin embargo para reuniones de negocios o reservas en un restaurant por ejemplo, siempre se debe respetar la hora fijada. Por lo general la persona que extiende la invitación es quien paga la cuenta, lo que probablemente será retribuido en un futuro cercano.

4. INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

Principales Organismo en el Reino Unido

Organismo	Sector	Sitio Web
Gobierno del Reino Unido	Todo tipo de información	www.gov.uk
DEFRA: Department of Environment, Food and Rural Affairs	Alimentos	https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs
Food Standards Agency	Alimentos	www.food.gov.uk
UKTI: UK Trade and Investment	Inversiones RU	www.ukti.gov.uk
Invest North Ireland	Inversiones Irlanda del Norte	http://invest.investni.com
Scottish Development International	Inversiones Escocia	www.sdi.co.uk
Department for Business Innovation & Skills	Innovación	www.gov.uk/government/organisations/department-for-business-innovation-skills
HM Revenue & Customs	Departamento de impuestos y aduanas	www.hmrc.gov.uk
Prudential Regulation Authority (PRA)	Servicios financieros	http://www.bankofengland.co.uk/pru/Pages/default.aspx
Financial Conduct Authority	Servicios financieros	http://www.fca.org.uk/
Companies House	Registro de compañías	www.companieshouse.gov.uk
UK Border Agency	Visas	www.ukba.homeoffice.gov.uk
Sitio Web de la Comunidad Europea	Unión Europea	europa.eu/index_es.htm
The National Archives Reino Unido	Asuntos legales	www.legislation.gov.uk

Law Society	Asuntos legales	www.lawsociety.org.uk
Síntesis de la legislación de la UE	Asuntos legales	http://europa.eu/legislation_summaries/index_es.htm

2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

Evento	Fecha	Sitio Web	Rubro
The International Food & Drink Event	19-22 de marzo, 2017	www.ife.co.uk	Alimentos
Foodex	16-18 de abril, 2018	www.foodex.co.uk	Procesamiento y empaquetamiento de alimentos
Natural and Organic Products	2-3 de abril, 2017	www.naturalproducts.co.uk	Alimentos orgánicos
London Wine Fair	22-24 de mayo, 2017	www.londonwinefair.com	Vino
The London Produce	8-10 de junio, 2016	www.londonproduceshow.co.uk	Alimentos
Imbibe Live	4-5 de julio, 2016	live.imbibe.com	Bebidas alcohólicas
London Design Festival	15-25 de septiembre 2016	www.londondesignfestival.com	Diseño
Design Junction	22-25 de septiembre, 2016	www.thedesignjunction.co.uk	Diseño
Timber Expo, Sustainable Construction & Innovation	18-20 de octubre, 2016	www.timber-expo.co.uk	Forestal