

# CÓMO HACER NEGOCIOS CON PERÚ - 2018

## 1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

### 1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

El Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Chile fue suscrito el 22 de agosto de 2006, en la ciudad de Lima y se encuentra vigente desde el 1º de marzo de 2009. Dicho Acuerdo constituye una ampliación del Acuerdo de Complementación Económica Nº 38 (ACE Nº 38) vigente desde 1998 y desarrollado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

La relación entre Chile y el Perú se sustenta en los siguientes instrumentos jurídicos : Acuerdo de Libre Comercio (Tercer Protocolo Adicional del ACE Nº38), Acuerdo para Evitar la Doble Tributación (2004), Convenio de Seguridad Social (2002) y el Protocolo adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, Perú y México), suscrito en febrero de 2014, el que complementa, mejora, actualiza y profundiza lo que ya estaba contenido en los Acuerdos Comerciales entre las naciones que forman este bloque (que se mantienen vigentes en todo aquello que no es modificado por el Protocolo en cuestión).

#### **Acuerdo de Libre Comercio (Tercer Protocolo Adicional del ACE Nº38).-**

El principal instrumento de vinculación entre Chile y Perú es el ACE 38, que fue suscrito en junio de 1998 y entró en vigencia en el mes de julio de dicho año. El Acuerdo estableció diversos cronogramas de desgravación, con diferentes plazos que van desde la liberalización inmediata hasta listas de desgravación que culminan el 2017. Algunos cronogramas fueron acelerados en el 2005 mediante el Segundo Protocolo Adicional. Un grupo importante de productos fue liberado de forma rápida – inmediata y en 5 años. Los productos exceptuados del programa de liberación son muy pocos y representan menos del 0,05%.

El 1º de marzo de 2009 entró en vigencia el Tercer Protocolo Adicional del ACE 38, denominado “Acuerdo de Libre Comercio entre Chile y Perú”, donde se recogieron los compromisos en materias de bienes y disciplinas comerciales, contenidos en el ACE 38, pero se amplió a los temas de inversiones, comercio de servicios y se estableció un nuevo mecanismo de solución de controversias.

#### **Protocolo adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico.-**

Finalmente, cabe señalar que el Protocolo adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (AP), en lo que respecta acceso a mercados, a la fecha de entrada en vigencia del Protocolo, quedarán con

arancel común 0 el 92% de los productos, los restantes eliminarán sus aranceles en períodos de 3 y 7 años.

Un porcentaje muy menor de productos, altamente sensibles, quedarán en calendarios de desgravación más largos, de hasta 17 años. El azúcar y algunos productos relacionados quedaron excluidos del trato preferencial.

Respecto del Protocolo para Chile, mantiene sus calendarios de desgravación de los Acuerdos bilaterales vigentes y, por ende, casi la totalidad de sus exportaciones a los tres países seguirán ingresando con arancel 0. En relación a Perú y Colombia, si bien nuestras exportaciones no pagan arancel actualmente, ciertos productos están sujetos al Sistema Andino de Franjas de Precios, por lo tanto, pagan arancel específico en ciertas circunstancias que amerita de acuerdo al Sistema.

Como resultado de la AP, no se aplican las Franjas de Precios a los siguientes productos, a partir de las fechas que se indican a continuación:

	Colombia	Perú
Carne Bovina	2014 - 2021	2020 - 2023
Carne Porcina	2016	2014
Carne Ave	2016 - 2029	2016 - 2018 2023
Leche en Polvo	2026	2025
Leche Condensada	2016	2025
Mantequilla	2022	2023
Queso	2026	2023 - 2025
Lacto-suero	2014	2014
Alimentos para Mascotas	2014 - 2023	2014

Fuente: DIRECON, Ministerio RR.EE. de Chile.

Perú posee 17 acuerdos comerciales vigentes con 52 países: OMC, Canadá, China, Corea del Sur, Costa Rica, Cuba, EE.UU, EFTA, Japón, MERCOSUR (ACE 59), México (ampliación del ACE 8), Singapur, Tailandia, UE, Panamá, Venezuela y con los países de la CAN (Colombia, Ecuador y Bolivia).

Por entrar en vigencia encontramos: Guatemala, la Alianza del Pacífico, Honduras y TPP. Todos estos tratados podrían ser plataforma para productos/servicios chilenos; desarrollo de negocios de reexportación y alianzas de cooperación peruano-chilenas para exportar a nuevos mercados.

En negociación o en carpeta se encuentran: El Salvador, Turquía, programa DHOHA para el desarrollo y Tisa (Acuerdo de Comercio de Servicios).

Fuente: Acuerdos Comerciales del Perú MINCETUR.

## 2. COMERCIO CON CHILE

Comercio Exterior (Miles US\$)	2014	2015	2016	2017	% Var. 17/16	Dif MUS\$ 17/16
Exportaciones fob	1.853.052	1.633.014	1.557.762	1.732.964	11%	175.202
Importaciones fob	1.497.978	1.048.732	948.259	880.849	-7%	-67.410
Importaciones cif	1.553.438	1.098.507	993.299	928.434	-7%	-64.865
Balanza Comercial	355.074	584.282	609.503	852.115	40%	242.612
Intercambio Comercial	3.406.490	2.731.521	2.551.061	2.661.398	4%	110.337

*Elaboración Subdepto. Información Comercial, con cifras del Banco Central al 08/01/2018*

Las exportaciones chilenas durante el 2017 alcanzaron los USD 1.732 millones, apreciándose un aumento de un 11% en comparación a igual período de 2016, en que las exportaciones alcanzaron US\$1.557 millones.

A su vez, el intercambio comercial tuvo una variación positiva de un 4 %, llegando a los USD 2.661 millones, producto del repunte de las exportaciones.

## 3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A PERÚ

Nuestro país exportó más de USD 1.732 millones al Perú durante 2017. El componente servicios alcanzó los 224 millones con un 0% de incremento en relación con 2016. En relación con las importaciones desde nuestro país, éstas llegaron a USD 1.201 millones en 2017, lo que nos ubica como el 8° país en general y en 4° lugar como país proveedor de bienes importados al Perú dentro del contexto APEC.

**Fuente:** SUNAT 2018

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

A pesar de los vaivenes políticos y casos judiciales, la economía peruana sigue creando puestos de trabajo y atrayendo a inversionistas de todo el orbe. Las grandes obras de reconstrucción en infraestructura comenzarán a ser licitadas en 2018, y el desarrollo de los Juegos Panamericanos Lima 2019 va conformando una potente demanda en servicios de toda índole con la necesidad imperativa de contar con mano de obra especializada. El proceso de formalización del empleo y bancarización de la población son procesos que el gobierno fomenta mediante el emprendimiento asociativo e individual, principalmente en el sector comercio y servicios.

En este contexto económico y social, los sectores que presentan oportunidades son:

**Servicios:** El *portafolio* de inversiones “Reconstrucción-Minería-Panamericanos” necesita obligadamente la disposición de servicios extranjeros en infraestructura, conectividad (Telefonía e Internet), ingeniería, TIC’S, arquitectura y relacionados a grandes obras civiles. El mercado peruano necesita especialistas para proyectos específicos. El Estado peruano va a ser el principal demandante de servicios en el próximo lustro.

**Minería:** Los servicios a la minería podrían desarrollar grandes oportunidades dentro de los 24 proyectos que se implementarán entre 2016 y 2019. Los proyectos mineros contemplan también la construcción de nuevas ciudades, aeropuertos e infraestructura con la tecnología y capacidad instalada para iniciar operaciones. Las expectativas de inversión se estiman en USD 11,959 millones.

**Construcción:** El sector construcción cerró el 2017 con una cifra que bordea el 5% después de sufrir altos y bajo durante 2015 y 2016.

El INEI informó que la expansión mayor se obtuvo en el último trimestre con un 9% de crecimiento.

Este comportamiento positivo, dijo, se ve reflejado en el mayor consumo interno de cemento (6.59%) y el gasto de inversión en obras públicas (42.35%).

El otorgamiento de créditos hipotecarios llegó a una tasa de 3000 créditos mensuales en promedio durante 2017 tanto para el Fondo Mi Vivienda como del sistema financiero.

Según el INEI, el resultado positivo en este sector es producto de la continuidad de obras de construcción en unidades mineras, edificios de oficinas, centros comerciales, ampliación de centros universitarios, hoteles, condominios y edificios de vivienda multifamiliar.

**Fuente:** INEI 2018

**Juegos Panamericanos Lima 2019:** El desarrollo de los Juegos Panamericanos 2019 en Lima implica la construcción, remodelación y habilitación de instalaciones deportivas y hoteleras en distintas zonas de la ciudad. La administración del evento deportivo cuenta con un presupuesto de USD 900 millones y se presenta como una excelente oportunidad para empresas constructoras y de servicios en general; a modo de ejemplo, Besco S.A.(Besalco) adjudicó la construcción de la Villa Olímpica por USD 96 millones.

**Agropecuaria:** El sector creció un 78% en las exportaciones tradicionales y un 238% las no tradicionales. Líder en producción de arándanos y espárragos, las cifras de aumento de cultivo y producción van acompañadas de un aumento en la Productividad Laboral (PL) en un 40.5% y una disminución de la informalidad laboral en un 2,9%. El Perú se está convirtiendo en una potencia agropecuaria y agroalimentaria, lo que implica necesariamente la especialización del sector. Este escenario podría ser una importante oportunidad para ofrecer el *know-how* en servicios de tecnología que posee nuestro país.

## 2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

### 1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Las relaciones económicas y comerciales entre Chile y Perú se rigen por el Acuerdo de Libre Comercio (ALC) Chile - Perú, suscrito el 22 de agosto de 2006 y vigente desde el 1 de marzo de 2009.

En el marco del ALC, se ha alcanzado una liberalización del 99,6% de los ítems exportados al Perú y del 99,6% de los bienes importados desde Perú, quedando pendiente una lista (24 bienes) a desgravarse dentro del plazo de 18 años (aún pendiente) donde el 100% del comercio se encontrará desgravado.

La relación bilateral también considera, entre otros, un acuerdo de doble tributación el cual está plenamente vigente.

Más información en:

[http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel\\_vigente\\_menugroup.seam?cid=2729](http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel_vigente_menugroup.seam?cid=2729)

### 2. NORMATIVAS

El Acuerdo de Libre Comercio mejora y amplía las disciplinas comerciales, incorpora temas de inversiones y de comercio transfronterizo de servicios y establece un sistema más efectivo de solución de controversias comerciales. Además, contiene cláusulas evolutivas para negociar en el corto plazo, servicios financieros, compras públicas, tratamiento de zonas francas y turismo, entre otros.

Texto del Acuerdo

En esta sección podrá revisar el texto oficial del ACE entre Chile y Perú.

[Acuerdo de Libre Comercio Chile - Perú PDF \(5,4 Mb\) Parte I](#)

[Acuerdo de Libre Comercio Chile - Perú PDF \(4,1 Mb\) Parte II](#)

### 3. CERTIFICACIONES

Para obtener estos beneficios, el exportador debe cumplir con las **normas de origen** que se establecen en cada acuerdo comercial vigente.

En el caso de Perú debe completarse el siguiente formulario: <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2014/09/02-Formulario-Aladi-con-instrucciones-editable.pdf>.

#### 4. ETIQUETADOS

En el siguiente link se encuentra las normas especificaciones técnicas para la mayoría de los productos y etiquetados que el Perú considera como requisitos para ingresar al país:

<http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/vpaisR/peru>

#### 5. TRÁMITES ADUANEROS

La autoridad Aduanera en el Perú es la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria). <HTTP://WWW.SUNAT.GOB.PE/LEGISLACION/PROCEDIM/DESPACHO/>

También se puede ver información de la Alianza del Pacífico:

[https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/04/legislacion\\_aduanera\\_AP.pdf](https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/04/legislacion_aduanera_AP.pdf)

## 3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

### 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El mercado peruano está compuesto por un sector formal y uno informal. La cifra de informalidad a nivel de empresas es cercana al 60% y el sector laboral informal representa el 73% de la masa laboral. El gobierno entrante tiene planes para revertir la situación y avanzar en la formalidad de las empresas, independientes y trabajadores dependientes.

Aunque los resultados del censo 2017 están aún en proceso, la estructura etaria del Perú mantiene la condición de país joven, con una mayoría de población en condición de empleabilidad (PEA > 50%).

El **portafolio** de inversiones “Reconstrucción-Minería-Panamericanos” genera expectativas en la creación de empleos formales, con una proyección superior a 55.000 plazas en forma directa e indirecta.

Por su parte, el gobierno tendrá que destrabar la mayoría de mega proyectos (USD 10.000 millones) para incentivar la inversión y el desarrollo de obras que demanden servicios en todas las disciplinas.

Con 33 millones de habitantes, Perú es una economía estable con tasas de crecimiento entre 3,8 - 4,5% anual. Posee una moneda estable, el nuevo sol peruano (S/.) que es utilizada en paralelo con el dólar, divisa que es recibida en la mayoría de los comercios del país.

Los grandes sectores económicos del Perú son:

- Minería
- Hidrocarburos
- Pesca
- Agro y Agroalimentario

## 2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor peruano está considerando en su elección de compra, factores distintos a precio. Servicio post venta, garantía, innovación e incluso cuidado del medio ambiente, son nuevos atributos que van ganando terreno a la hora de decidir una compra.

El **shopper** peruano va de compras alrededor de 300 veces al año, mientras que el 87% de los consumidores acude a más de siete canales en el sector retail, siendo el **dinero en efectivo** aún su medio de pago favorito.

Los peruanos salen de compras más veces al año, pero adquieren menos unidades, tendencia que es contraria a la de los demás países de América Latina, donde los consumidores hacen menos salidas, pero compran mayores volúmenes por vez. En ese sentido, se conserva la característica de ser más **relacional**. El consumidor busca relación, proximidad y conveniencia con los vendedores, por eso sus compras son casi diarias.

Los consumidores peruanos están cada día más propensos a realizar transacciones vía internet y dejar la desconfianza de operar virtualmente. Un estudio reciente de GFK (12/2017) refleja que un 18% de los cibernautas compra por internet en los segmentos A y B (ABC1) y en el rango etario entre 18-39 años.

El informe técnico Evolución de la pobreza monetaria 2009-2014, elaborado por el [Instituto Nacional de Estadística e Informática](#) (INEI) revela que el principal gasto de consumo de los hogares peruanos estuvo destinado a alimentos, en cifras el **40,7%** del gasto per cápita.

Le sigue el alquiler de vivienda y combustible con 18%, transportes y comunicaciones con 11,5%, esparcimiento, diversión y cultura con 8,6%; cuidados de la salud con 8,1% (S/. 52), vestido y calzado con 4,5%, otros gastos acumulan 4,4% y muebles y enseres con 4,2%.

El sueldo mínimo en el Perú es de **S. / 850** (\$ 170.000 pesos chilenos aproximadamente).

## 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

En el Perú, las PYMES representan el 99,5% del total de empresas del país, son responsables del 49% de la producción nacional y producen el 49% del PBI nacional. Según estadísticas del ENAHO, son las PYMES las que concentran el 60% de los empleos totales, siendo la microempresa la que más empleos genera: 53% de la PEA (Población Económicamente Activa) ocupada a nivel nacional (el restante 7% pertenece a la pequeña empresa). En la última década, el sector PYME ha sido el más dinámico en relación a la creación de nuevos puestos de trabajo creciendo a tasas de 9% anual mientras que la gran empresa creció a tasas de 2% anual.

Las microempresas son dirigidas por hombres (60-62%), con crecimiento sostenido de la presencia de mujeres: de ser el 26,1% en 1984, pasaron a ser cerca del 40% en 2015. En todo el Perú, la situación es similar. La edad promedio es 54 años, cifra que se explica por la menor demanda de asalariados de 45 y más años en el mercado, además de las reducciones de personal de las medianas y grandes empresas, que contribuyen a que las personas de más edad tengan que trabajar en microempresas para poder mantenerse. El nivel de educación es variado, pero con un componente no universitario del 70%.

Las grandes empresas peruanas son controladas por familias (Brescia, Rodríguez Pastor, Benavides, Hochschild, Belmont, Rodríguez-Rodríguez, entre otras), que, junto a las multinacionales, el sector público y empresarios independientes conforman el sector formal de la economía peruana.

El sector informal en las PYMES representa cerca del 70-72%. La mayoría de estas empresas se dedican al comercio y servicios; Al 70% de los trabajadores se les paga **a trato**, en dinero en efectivo y no cuentan con prestaciones sociales ni seguro médico.

#### 4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

- Las Relaciones Públicas y el conocimiento directo entre las partes son, a la hora de hacer negocios, un factor que los peruanos valoran de su contraparte extranjera. El desarrollo de instancias de camaradería (almuerzos, cóctel y cenas) son excelentes oportunidades para hacer negocios.
- En general, los ejecutivos y empresarios están muy informados acerca de la actualidad de nuestro país y del modelo económico-institucional chileno.
- En la oferta de servicios, es vital demostrar al cliente peruano cuanto va a **ahorrar** o cuánto va a ser la **utilidad** si contrata los servicios. La innovación o mejoras **per se** no le significa garantías ni constituye un factor relevante en la decisión de compra.
- Para hacer campaña de promoción y marketing, hay que considerar la terminología y algunas diferencias semánticas que son propias de cada país.
- Para concertar reuniones con empresas, es aconsejable enviar previamente un correo electrónico reforzado luego con un llamado telefónico. Existe una alta tasa de no respuesta a e-mails, por lo que una llamada telefónica, con la debida cortesía y amabilidad, es bien recibida por las empresas y ejecutivos.
- Es prudente que los empresarios chilenos consideren plazos superiores a un año para poder ingresar al mercado peruano.

#### 5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

- Visitar el Perú y conocer de la idiosincrasia de su gente es un paso esencial para ir conociendo su forma de hacer negocios.
- Los viajes de prospección son importantes para empezar, sin embargo es preciso tener continuidad en los esfuerzos comerciales.

- Una vez que se toma la decisión de hacer negocios y eventualmente establecerse comercialmente en el Perú, es fundamental asesorarse con un buen estudio de Abogados que, aunque implica gastos, resulta más económico que arriesgarse, sin tomar las debidas precauciones legales, en un negocio que eventualmente podría involucrar pérdidas.
- Participar en ferias y eventos promocionales es una herramienta para hacer redes de contacto que funcionan muy bien si son aprovechadas en forma oportuna. Las redes de empresarios y altos ejecutivos son canales que pueden derivar en buenos negocios ya que las recomendaciones son -al igual que en Chile- un factor crítico de toma de decisiones.
- Adaptar los **precios a la realidad del mercado de destino** es tan importante cómo buscar oportunidades. Es una prioridad y conlleva a reestructurar costos e intentar desarrollar economías de escala y hacer los procesos más eficientes.
- **Esfuerzos en Perú y Colombia en forma simultánea:** no es recomendable para empresas pequeñas ya que demanda altos gastos. Es mejor concentrarse primero en un país y avanzar cuando ya se logró consolidar una posición en el mercado o cuando se firmó un contrato importante que permitirá invertir recursos en las acciones en el otro país.
- **No suponer que son los únicos;** si bien, la oferta chilena por lo general es innovadora, la competencia es cada día más fuerte en todos los ámbitos. Por lo tanto, resulta indispensable informarse como está conformado el mercado y de los sus actuales competidores.
- **Si su cliente es el sector público,** es preciso considerar 2 aspectos. Primero, es fundamental conocer la normativa de contrataciones públicas del Estado peruano y, lo más importante, es mantener la experiencia que la empresa posee en Chile y otros países. Para ello tiene 2 opciones:
  - ✓ Abrir una sucursal en el país
  - ✓ Asociarse con una empresa peruana o extranjera residente para postular a licitaciones como consorcio

Es estos 2 casos es posible postular a contrataciones públicas. **Nunca** se debe crear una empresa nueva para postular a licitaciones públicas. Dado que una empresa nueva no podrá acreditar experiencia en el país y no calificarán para ser proveedores del Estado.

## 6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

El atuendo formal es siempre requerido para hombres y mujeres, a excepción del rubro minero-industrial (servicios de ingeniería-planta). Es preciso hablar más lento ya que es posible que no entiendan nuestro lenguaje o confundan la intención de lo expresado. También es deseable que no ocupen chilenismos en exceso.

Es posible que por el tráfico vehicular de Lima tenga retraso en reuniones; es muy bien visto avisar el retraso y mejor aún el ser puntual. Deben tomarse las precauciones a las horas punta (7:30-9:30) y (16:30-19:00). El trato al hacer negocios es por lo general por su nombre. Sin embargo, para altos ejecutivos, autoridades y personas mayores es necesario utilizar **usted** o **Señor (Apellido)**.

En el Perú se recibe a los extranjeros con mucho interés y amabilidad.

## 4. INFORMACIÓN ADICIONAL

### 1. ORGANISMOS RELEVANTES

- Cámara de Comercio Peruano-Chilena <http://www.camaraperuchile.org/>
- Comex Perú <http://www.comexperu.org.pe/>
- Cámara de Comercio de Lima <http://www.camaralima.org.pe/principal>
- Alianza del Pacífico <https://alianzapacifico.net>
- Sociedad Nacional de Industrias <http://www.sni.org.pe/>
- Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas <http://www.confiep.org.pe/>
- Proinversión <http://www.proinversion.gob.pe/>

### 2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

#### **Mistura Feria Gastronómica del Perú**

Fecha: En proceso

Lugar: Lima

<http://mistura.pe/>

#### **Expo Mina 2018**

Fecha: 12 al 14 de septiembre 2018

Lugar: Lima

<https://www.expominaperu.com/>

#### **Tecno Salud 2018**

Fecha: 13-15 septiembre

Lugar: Arequipa

<http://www.tecnosalud.com.pe/>

**Expo Alimentaria Perú 2018**

Fecha: 26 al 28 de septiembre

Lugar: Lima

<http://www.expoalimentariaperu.com/>

**El calendario de todas las ferias 2018 es posible obtenerlo en:**

- <https://www.nferias.com/peru/>
- <http://www.portalferias.com/ferias-peru/p22/>