

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Guía Multisectorial de Mercado:

INDIA



Contenido

1.	RESUMEN EJECUTIVO	3
2.	INFORMACIÓN GENERAL	3
3.	SITUACIÓN ECONÓMICA Y DE COYUNTURA	3
3.1	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	3
3.2	Evolución de los Principales Sectores Económicos	3
3.3	Nivel de Competitividad	4
4.	COMERCIO EXTERIOR DE BIENES	4
4.1	Intercambio Comercial de Bienes India – Mundo	4
4.2	Intercambio Comercial Perú – India	4
5.	ACCESO AL MERCADO	5
a.	Medidas Arancelarias	5
c.	Otros impuestos aplicados al comercio	6
6.	OPORTUNIDADES COMERCIALES	6
a.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	6
b.	Productos con Potencial Exportador	6
7.	TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR	8
8.	CULTURA DE NEGOCIOS	8
9.	LINKS DE INTERÉS	8
10.	EVENTOS COMERCIALES	8
11.	BIBLIOGRAFÍA	8

1. Resumen Ejecutivo

La República de la India está situada en el sur de Asia. Es el séptimo país más extenso y el segundo más poblado del mundo, con 1 295 millones de habitantes. La religión predominante es el Hinduismo, practicado por el 81% de la población. Su capital es Nueva Delhi, su moneda es la Rupia y su idioma oficial es el hindi, aunque el inglés es muy utilizado por la población.

El sector servicios representa el 52% del PBI, agricultura el 18% y el sector manufacturas el 30%. El sector servicios emplea 29% de la población, mientras que la agricultura es el primer sector en brindar empleo a la población (50% de la fuerza de trabajo).

El 2015, los envíos peruanos hacia el mercado indio aumentaron en más de 111% respecto a 2014. Este crecimiento se debió principalmente a una subida en los envíos tradicionales, principalmente minerales como oro y cobre.

2. Información General



India está situada en Asia del sur. Limita al norte con China, Nepal y Bután; al sur con el Océano Índico; al oeste con el Mar Arábigo y Pakistán; y al este con el Golfo de Bengala, Bangladesh y Birmania. Su capital es Nueva Delhi y sus idiomas oficiales: Hindi (50% de la población del país), pero el inglés es muy utilizado por la población.

El país está dividido en 28 estados y 7 territorios de la unión¹. Cada estado se divide en distritos administrativos, estos en *tehsils* y finalmente, en aldeas. Las ciudades más importantes son: Bihar, Bengala, Manipur, Bombay (la capital financiera), Calcuta, Madras, Chennai y Bangalore.

El tamaño de la población es de 1 295 millones de habitantes, que crece a una tasa de 1,22%, siendo el segundo país más poblado del mundo. Un 40,7% de la población se encuentra entre los 25 y 54 años de edad y un 28%, entre 0 y 14 años.

3. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro 1

Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015
Crecimiento real del PBI (%)	6,3	5,1	6,9	7,3	7,3
PBI per cápita (US\$)	1 547	1 477	1 489	1 608	1 821
Tasa de inflación (%)	8,4	10,2	10,0	5,9	5,4
Tasa de desempleo (%)	-	-	8,8	7,3	7,1

Fuente: FMI Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

Tras un año fiscal satisfactorio, la tasa de crecimiento de India experimentó un aumento notable (7,3%) durante 2015. Según estimaciones, esto podría reforzarse en los próximos años, lo que convertiría a India en la economía más dinámica del mundo. Sin embargo, estos resultados deben ser tomados con precaución, ya que el método de cálculo del PIB los inflaría. Aun así, India ha resistido mejor que otros países emergentes la ralentización económica global.

La moneda oficial de la India es la Rupia (INR), a continuación se muestra el tipo de cambio entre esta moneda y el dólar americano, así como como con el sol peruano (18/04/2016):

1,00 USD	=	66,5095 INR
US Dollar	↔	Rupia India
1.00 PEN	=	20,2719 INR
Sol Peruano	↔	Rupia India

Fuente: XE.com Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

Cuarta potencia agrícola del mundo, este sector representa el 18% del PIB hindú y emplea a 50% de la población activa. Los principales cultivos son trigo, mijo, arroz, maíz, caña de azúcar, té, patata y algodón. Además, es el segundo mayor productor de ganado bovino, tercero de ganado ovino y cuarto en términos de producción pesquera.

El sector industrial emplea a la quinta parte de la población activa y aporta poco menos de un tercio del PBI. La producción textil tiene un importante rol dentro de este sector, mientras que la industria química representa, el segundo sector industrial.

El sector servicios es el más dinámico de la economía india. Contribuye a 52% del PIB y emplea a 29% de la población activa. El rápido crecimiento del sector del software estimula las exportaciones de servicios y ha ayudado a modernizar la economía india.

¹ Nombre usado para agrupar a un conjunto de estados.

3.3 Nivel de Competitividad

De acuerdo a la clasificación *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 189 economías), India ocupa el puesto Nro. 130. A continuación se muestra las posiciones por temas, y un comparativo con Perú y otras economías similares:

Cuadro 2: Ranking de Facilidad para hacer Negocios 2016

Criterios	India	Perú	China	Tailandia	Indonesia
Facilidad de hacer negocios	130	50	84	49	109
Apertura de un negocio	155	97	136	96	173
Manejo permiso de construcción	183	48	176	39	107
Acceso a electricidad	70	64	92	11	46
Registro de propiedades	138	35	43	57	131
Obtención de crédito	42	15	79	97	70
Protección de los inversores	8	49	134	36	88
Pago de impuestos	157	50	132	70	148
Comercio transfronterizo	133	88	96	56	105
Cumplimiento de contratos	178	69	7	57	170
Insolvencia	136	74	55	49	77

Fuente: Doing Business 2016. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

Respecto a 2015, India subió cuatro posiciones, lo cual se debió a la mayor facilidad de obtención de electricidad (+29 posiciones) y a una mejora en el proceso de apertura de negocios (+9 posiciones).

4. Comercio Exterior de Bienes

4.1 Intercambio Comercial de Bienes India – Mundo

India se está abriendo de manera progresiva al mercado internacional. Los últimos acuerdos libre comercio que ha firmado son con Corea del Sur y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, y ha iniciado negociaciones con algunos de sus principales socios comerciales: UE, MERCOSUR, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

La balanza comercial de India es estructuralmente deficitaria, pues importa cerca de 80% de fuentes de energía. En el último año se benefició de la caída del precio mundial de hidrocarburos, por lo que el déficit comercial se contrajo ligeramente, a pesar de la caída en las exportaciones de mercancías.

Cuadro 3: Intercambio Comercial de Bienes India – Mundo

Millones de US\$

Indicador	2011	2012	2013	2014	2015*	Var. Prom. 15/11	Var. 15/14
Exportaciones	301,483	289,565	336,611	317,545	264,021	-3.3%	-16.9%
Importaciones	462,403	488,976	466,046	459,369	390,659	-4.1%	-15.0%
Balanza Comercial	-160,920	-199,412	-129,434	-141,825	-126,638	-	-
Intercambio Comercial	763,886	778,541	802,657	776,914	654,680	-3.8%	-15.7%

Fuente: TRADEMAP

(*)Estimado

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

4.2 Intercambio Comercial Perú – India

Cuadro 4: Intercambio Comercial entre Perú e India

Millones de US\$

Indicador	2011	2012	2013	2014	2015	Var. Prom. 15/11 (%)	Var. 15/14 (%)
Exportaciones de Perú a India	248	387	593	321	678	28.5%	111.0%
Importaciones de Perú desde India	555	697	681	787	1,836	34.9%	133.2%
Balanza Comercial	-307	-310	-88	-466	-1,158	-	-
Intercambio Comercial	803	1,083	1,274	1,108	2,513	33.0%	126.7%

Fuente: SUNAT.

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

El último año, los envíos hacia el mercado indio aumentaron en más de 100% respecto al año previo. Este crecimiento se debió a una subida en los envíos tradicionales, principalmente minerales (Oro y Cobre).

Cuadro 5: Exportación por Sectores Económicos

Millones de US\$

SECTOR	2014	2015	Var. (%) 15/14
Tradicional	227	589	159.8
Mineros	226	574	153.8
Cobre	100	214	114.3
Plomo	30	0	-100
Zinc	3	5	49.4
Oro	93	355	282.8
Resto	0	0	57.1
Pesquero	0	0	-93.5
Harina de Pescado	0	0	-100
Aceite de Pescado	0	0	0
Petróleo y Gas Natural	0	13	----
Gas Natural	0	13	----
Agrícolas	0	1	----
Agro resto	0	1	----
No Tradicional	95	89	-5.9
Agropecuario	5	7	38.8
Textil	1	2	40.6
Químico	3	3	-13.5
Metalmecánico	2	2	-23.4
Siderometalúrgico	3	3	7.7
Minería no metálica	78	72	-8.3
Maderas y Papeles	0	0	-83.3
Pieles y Cueros	2	1	-44.8
Varios (inc. Joyería)	0	0	200
Total	321	678	111

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

El sector no tradicional sufrió una ligera caída de 5,9% en comparación a 2014. Sin embargo se debe destacar el dinamismo de subsectores como el agrícola (+US\$ 2 millones) y el textil (+US\$ 1 millón).

Cuadro N° 6: Principales productos No Tradicionales exportados hacia India

(Millones US\$)

Partida	Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom. 15/11	Var. % 15/14	Part. % 15
2510100000	Fosfatos de calcio	39	70	105	78	72	16.3%	-8.4%	80%
1801001900	Cacao en grano	0	0	0	1	4	-	187.7%	4%
0806100000	Uvas frescas	1	2	1	2	2	15.8%	7.1%	3%
5501309000	Demás cables y filamentos sintéticos	1	2	1	1	1	3.9%	76.3%	2%
8430410000	Máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas	0	0	0	0	1	-	-	1%
2810001000	Ácido Orto bórico	0	1	1	2	1	46.2%	-48.7%	1%
7403210000	Aleaciones de cobre a base de cobre-zinc (latón)	0	0	0	0	1	-	-	1%
4105100000	Pieles curtidas o crust de ovino	2	2	1	1	1	-16.7%	-35.4%	1%
7408210000	Alambre de cobre de aleaciones de cobre a base de cobre-zinc (latón)	0	0	1	1	1	-	-7.1%	1%
2817001000	Óxido de Zinc	1	0	1	0	0	-20.7%	27.9%	1%
	Resto	6	7	17	8	5	-4.5%	-37.7%	6%
	Total general	51	84	127	95	89	15.0%	-5.9%	100%

Fuente: SUNAT.

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

5. Acceso al Mercado²

a. Medidas Arancelarias

El promedio de los aranceles NMF aumentó de 12% en 2010-2011 a 13% en 2014-2015, debido al aumento de aranceles en agricultura, en especial los aplicados a cereales y sus preparaciones, las semillas oleaginosas y grasas y los azúcares y artículos de confitería. El promedio correspondiente a los productos no agropecuarios, según la OMC (el 9,5%) es considerablemente inferior al promedio de los productos agropecuarios, que es de 36,4%. En 2014-2015, los aranceles oscilaron entre cero y 150%. Es importante indicar que el ingreso de productos peruanos goza de aranceles NMF.

La mayoría de líneas arancelarias (el 71,7%) está sujeta a un tipo arancelario de entre 5% y 10%, y un 10,7% de las líneas estaba sujeto a un tipo arancelario superior a cero pero inferior a 5%. Mientras que 2,7% de líneas está libre de arancel.

Para más información, visite el sitio: (<https://www.icegate.gov.in/index.html>).

² Examen de políticas comerciales India. OMC

Cuadro N° 7: India – Aranceles a principales productos no tradicionales exportados por el Perú

Partida	Descripción	Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel Base	Preferencia Arancelaria
251010	Fosfatos de calcio	3°	Jordania (57,6%); Egipto (16,8%)	5%	5%
180100	Cacao en grano	6°	Rep. Dominicana (27,4%); Ecuador (27,2%)	30%	30%
080610	Uvas frescas	2°	EE.UU. (51,6%); Australia (9,6%)	40%	30%
550130	Demás cables y filamentos sintéticos	13°	Alemania (46%); Tailandia (30,8%)	10%	10%
843041	Máquinas de sondeo o perforación	45°	China (39,7%); EE.UU. (25,8%)	7.5%	7.5%
281000	Ácidos bóricos	3°	EE.UU. (39,8%); Turquía (39,2%)	5%	5%
410510	Pieles curtidas o crust de ovino	12°	Arabia Saudita (28,9%); Irán (17,7%)	10%	10%
281700	Óxido de Zinc	5°	Taiwán (28,1%); Alemania (17,1%)	10%	10%

Fuente: Aduanas de La India, TRADEMAP.

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

b. Medidas No Arancelarias

Las importaciones también pueden estar sujetas a obstáculos no arancelarios, como prohibiciones, licencias y restricciones, así como a prescripciones en materia de envasado, calidad y condiciones sanitarias. Pueden imponerse restricciones a la importación, en particular, por motivos sanitarios, de inocuidad, de moral y seguridad, y por razones de autosuficiencia y balanza de pagos. En 2012, la India dejó de supervisar algunos productos importados que se consideraba sensibles. En 2014 se eliminaron derechos exclusivos otorgados para importar 11 productos agropecuarios; con todo, la India sigue aplicando contingentes de importación al mármol y piedras similares y a la madera de sándalo. (<https://www.icegate.gov.in/index.html>).

c. Otros impuestos aplicados al comercio

Desde el 1 de Abril de 2005 se aplica el impuesto al valor agregado (IVA), que equivale a 12%, en promedio. Existen reducciones y ampliaciones dependiendo del producto, así: 0% (mercaderías exportadas), 5% (agua limpia, medicinas y equipos médicos, instrumentos educativos, juguetes, productos agropecuarios no procesados, alimentos para animales, servicios científicos, etc.), 10% (para la mayor parte de mercaderías: petróleo y sus productos, electricidad, productos mecánicos, eléctricos y electrónicos, cosméticos, textiles, papeles, materiales de construcción, transporte, servicios de comunicación, etc.), y 20% (mercaderías de lujo y servicios como hoteles, turismo y restaurantes, etc.). Además, existe una tasa educativa que grava el 2% del total de los aranceles aduaneros. Esta se usa como medida interna para aumentar los recursos para la inversión en educación.

6. Oportunidades Comerciales**a. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales**

La India tiene acuerdos comerciales regionales (ACR) y arreglos comerciales preferenciales (ACPR) como elementos básicos para alcanzar el objetivo global de liberalización del comercio. Hasta ahora, la India ha suscrito 11 ACR y 5 ACPR de alcance limitado, y se halla en proceso de negociación y/o ampliación de otros 17 acuerdos. Perú aún no tiene un acuerdo comercial con este mercado por lo que el envío de productos peruanos están sujetos al arancel de Nación Más Favorecida (NMF).

b. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado indio. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de India (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Sector Agropecuario**Cuadro N° 8: Potencial Exportador – Sector Agropecuario**

Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones India 2015	Arancel Perú	Competidores Arancel
071360	Habas secas y peladas	Estrella	517	30%	Myanmar - 30% Tanzania - 30%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Prometedor	40	30%	Indonesia - 20% Singapur -20%

070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	Prometedor	31	30%	Afganistán - 30%
					Egipto - 30%
071310	Arvejas secas	Consolidado	808	30%	Canadá - 20%
					Rusia - 30%
180100	Cacao en grano	Consolidado	47	30%	Rep. Dominicana - 30%
					Ecuador - 30%
					Costa de Marfil - 30%

Fuente: Trademap / Market Access Map / Aduanas de la India Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

El último año se ha visto un incremento en el consumo de alimentos frescos, vistos como opciones más saludables. Del mismo modo, la mayor demanda de frutas exóticas ha hecho que cada vez más distribuidores y minoristas dispongan de estos productos a lo largo de todo el año. Además, el aumento de restaurantes, caterings y fast food también ha tenido un impacto positivo en las ventas de alimentos.

De otro lado es importante remarcar que para finales de 2015 el país asiático ya contaba con cinco (5) parques de almacenamiento, lo que ha ayudado a evitar mayores despilfarros de alimentos, que era un gran problema dadas las altas temperaturas que hay en ese territorio.

Sector Confecciones

Cuadro N° 9: Potencial Exportador – Confecciones

Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones India 2015	Arancel Perú	Competidores Arancel
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrella	19	10% o 50 rupias x prenda (se escoge el más alto)	China - 10%
					Bangladesh - 0%
					España - 10%
611030	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y similares	Estrella	17	10% o 110 rupias x prenda (se escoge el más alto)	Bangladesh - 0%
					China - 10%
					España - 10%
620333	Chaquetas de fibras sintéticas, para hombres y niños	Estrella	18	10% o 320 rupias x prenda (se escoge el más alto)	China - 10%
					Bangladesh - 0%
					España - 10%
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	13	10% o 120 Rupias x prenda (se escoge el más alto)	China - 10%
					España - 10%
					Reino Unido - 10%

Fuente: Trademap / Market Access Map / Aduanas de la India Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Las valor de ventas de vestimenta y calzado en el último año se han visto impulsadas gracias al ingreso de nuevas marcas (nacionales e internacionales) al mercado, así como al mayor ingreso disponible de la población. Esto llevo a un fenómeno de “compras impulsivas”, pues al tener gran variedad de productos de todo tipo (materiales diversos, diseños, etc.) por lo que los consumidores trataban de adquirir de todo un poco.

Por otra parte, es importante mencionar que existe la tendencia entre las mujeres, sobre todo las de zonas urbanas, por comprar ropa para realizar ejercicios y deportes. Además, este tipo de vestimenta les resulta mucho más cómoda de utilizar en su día a día (en especial los leggins o pantalones pegados).

Sector Manufacturas Diversas

Cuadro N° 10: Potencial Exportador – Sector Manufacturas Diversas

Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones India 2015	Arancel Perú	Competidores Arancel
390110	Polietileno de densidad inferior a 0.94	Estrella	1,200	10%	Arabia Saudita - 10%
					Qatar - 10%
					Emiratos Árabes - 10%
392690	Demás manufacturas de plástico	Estrella	725	10%	China - 10%
					Corea - 0%
					EE.UU. - 10%
390190	Demás polímeros de etileno en formas primarias	Estrella	481	10%	Singapur - 0%
					Tailandia - 0%
					EE.UU. - 10%
440729	Demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	Prometedor	118	5%	Myanmar - 5%
					Malasia - 0%
					Tanzania - 5%
392390	Demás artículos para el transporte o envasado de plástico	Prometedor	67	10%	China - 10%
					Italia - 10%
					EE.UU. - 10%

Fuente: Trademap / Market Access Map/ Aduanas de la India Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

7. Tendencias del Consumidor

Poco a poco los consumidores indios se preocupan por las diferencias de calidad e insisten en productos de clase mundial; sin embargo, aún están dispuestos a sacrificar su preocupación por la calidad en favor de un menor precio. El servicio posventa por también juega un papel importante a la hora de decidir una compra.

Los consumidores suelen comprar marcas que conocen, por lo que es necesario invertir en publicidad para promocionar un producto. Además, ahora son más conscientes de las marcas, lo que genera la demanda de algunos productos con los que antes no estaban familiarizados.

Por otro lado, se debe indicar que el dinamismo de la economía ha dado lugar a un aumento en el poder adquisitivo, haciendo que hay un incremento de la clase media. En ese sentido, se debe buscar la adaptación de los productos en torno a las preferencias de esta nueva clase media (350 millones de personas aproximadamente), que se interesa por productos que se puede encontrar en países occidentales.

8. Cultura de Negocios

Las relaciones se construyen a base de confianza y respeto mutuos. En general, los indios prefieren tener relaciones personales a largo plazo en lugar de hacer negocios. El mejor momento para una reunión es a última hora de la mañana o a primera hora de la tarde. Es preferible confirmar la cita una semana antes y volver a llamar el mismo día. Mantenga un horario flexible que permita ajustar cambios de última hora. Debe llegar puntualmente a las reuniones puesto que la puntualidad causa muy buena impresión.

Lo acostumbrado en una reunión es un apretón de manos. Si su interlocutor es una mujer, espere a que ella se presente primero. No rechace comida o bebida que le ofrezcan durante las reuniones de negocios ya que se puede considerar una ofensa.

Los obsequios se consideran un intento de soborno si son grandes o caros, lo que puede dar lugar a una situación embarazosa. Las reuniones en India suelen comenzar con una charla amistosa. No sea agresivo en sus negociaciones empresariales, puede mostrar falta de respeto.

La toma de decisiones es un proceso lento. La persona que ostenta la mayor autoridad suele ser quien las toma. No sea demasiado legalista durante las negociaciones. En general, los indios no confían en el sistema legal y la palabra de alguien es suficiente para llegar a un acuerdo.

El traje de negocios es formal. En las partes más cálidas del país, el código de vestimenta es menos formal, aunque utilizar el formal en la primera reunión indicará respeto.

Las tarjetas de visita se intercambian tras el apretón de manos inicial y el saludo; además, es una buena idea traducir su tarjeta de visita a hindi, más como señal de respeto que como necesidad lingüística.

9. Links de interés

Entidad	Enlace
Centro Nacional de Información (NIC)	http://www.nic.in/
Banco Central de India	http://www.rbi.org.in
Ministerio de Asuntos Exteriores	http://meadev.nic.in/1page.htm
Ministerio de Comercio e Industria: Directorado General de Comercio Exterior	http://dgft.delhi.nic.in/
Organización para la Promoción del Comercio de India	http://www.indiatradefair.com/
Confederación de la industria India	http://www.ciionline.org
Aduanas India	www.cbec.gov.in

10. Eventos Comerciales

Nombre Oficial del Evento	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Food Ingredients India	Alimentos	Nueva Delhi	Agosto 2016	www.figlobal.com/india/home
Annapoorna World of Food India	Alimentos	Mumbai	Setiembre 2016	www.worldoffoodindia.com
Biofach India	Alimentos	Nueva Delhi	Noviembre 2016	http://biofach-india.com/
Heimtextil India	Textiles	Nueva Delhi	Junio 2016	http://heimtextil-india.in.messefrankfurt.com/newdelhi/en/visitors/welcome.html
Packtech India	Envases y embalajes	Mumbai	Diciembre 2016	www.packtech-india.com

11. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Euromonitor International
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú
- Doing Business

- CIA, The World Factbook
- AUMA
- Santander Trade