

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Guía de Mercado Multisectorial

Reino Unido



Contenido

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Información General.....	4
III. Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	5
3.3 Nivel de Competitividad.....	6
IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	7
4.1 Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo.....	7
4.1 Intercambio Comercial Perú – Reino Unido	7
V. Acceso al Mercado.....	9
5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias	9
5.2 Otros impuestos aplicados al comercio	13
VI. Oportunidades Comerciales	13
6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales.....	13
6.2. Productos con Potencial Exportador.....	13
VII. Tendencias del Consumidor	19
VIII. Cultura de Negocios.....	19
IX. Links de interés.....	20
X. Eventos Comerciales.....	21
XI. Bibliografía.....	21

I. Resumen Ejecutivo

Reino Unido, monarquía constitucional ubicada en el extremo noreste de Europa Occidental, es el tercer mercado más grande de la región con alrededor de 64 millones de habitantes, únicamente por debajo de Alemania y Francia. Es importante mencionar que el país está conformado por Inglaterra, Escocia, Irlanda del Norte y las Islas Británicas.

En 2015, la economía de Reino Unido mostró una importante desaceleración al expandirse sólo en 2,2%, 0,7% menos que lo registrado un año antes, como consecuencia del desplome de las exportaciones y el incremento de la presión fiscal. Además, la decisión de abandonar la Unión Europea (Brexit) podría tener un fuerte impacto negativo en la economía británica en el corto y mediano plazo, lo cual se evidencia en una menor expectativa de crecimiento de 1,9% para 2016 y de apenas 1% para 2017.

Reino Unido fue el quinto importador mundial en 2015 y totalizaron US\$ 629 mil millones. Pese a ello, las importaciones británicas vienen mostrando un decrecimiento sostenido al disminuir a una tasa media de -3,2% en los últimos cinco años como consecuencia de la caída de los precios de los combustibles minerales; sin embargo, la demanda de productos como frutas y hortalizas frescas, productos farmacéuticos, maderas y sus manufacturas, entre otros, mostró un comportamiento positivo

En los últimos cinco años, las exportaciones peruanas a Reino Unido se han incrementado a una tasa media anual de 9,2% como consecuencia del impulso adquirido por los envíos no tradicionales (48% de participación 2015 / + 14,0% de TCP 2011 – 2015) principalmente. Particularmente, los envíos no tradicionales mostraron una destacable expansión de 13,7%. Las exportaciones del sector Agropecuario tienen una participación de 82% sobre las ventas de la categoría y mostraron un incremento de 18,0% (+ US\$ 36 millones) a causa del impulso tomado por cultivos nacionales como paltas frescas (+ US\$ 13 millones), arándanos rojos (+ US\$ 9 millones) y mangos frescos (+ US\$ 8 millones).

II. Información General



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

Cuenta con una población de 64 millones de habitantes, aproximadamente, la cual crece a una tasa promedio de 0,6% anual. La edad media es 40,4 años; 39,2 para hombres y 41,6 para mujeres. A 2015, gran parte de su población (41%) se encuentra entre los 25 y 54 años de edad. Asimismo, solamente Londres y Birmingham cuentan con más de un millón de habitantes.

La religión predominante es la cristiana (60%), que incluye anglicanos, católicos romanos, presbiterianos y metodistas. Otras religiones importantes son el Islam (4%) e Hinduismo (1%), y un 26% no practica ninguna religión.

Reino Unido es miembro de la Unión Europea¹, miembro permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas y fundador de la NATO² y de la *Commonwealth of Nations*³

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°1

Indicadores Económicos	2012	2013	2014	2015	2016*
Crecimiento del PBI (%)	1,2	2,2	2,9	2,2	1,9
PBI per cápita (US\$)	41 432	42 325	46 313	43 771	42 106
Tasa de inflación (%)	2,8	2,6	1,5	0,1	0,8
Tasa de desempleo (%)	8,0	7,6	6,2	5,4	5,0

Fuente: FMI / (*) Proyectado Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

a. Producto Bruto Interno total

En 2015, la economía de Reino Unido mostró una importante desaceleración al expandirse sólo en 2,2%, 0,7% menos que lo registrado un año antes, como consecuencia del desplome de las exportaciones y el incremento de la presión fiscal.

¹ El referéndum sobre la permanencia de Reino Unido en la UE, celebrado el 26 de junio de 2016, arrojó un resultado favorable a la salida de la Unión Europea (Brexit). A partir de esta fecha, el Reino Unido tiene al menos dos años para plantear sus términos de salida.

² *North Atlantic Treaty Organization*. Alianza militar intergubernamental basada en el Tratado del Atlántico Norte firmada el 4 de abril de 1949.

³ Organización compuesta por 53 países independientes que, con la excepción de Mozambique, comparten lazos históricos con el Reino Unido. Su principal objetivo es la cooperación internacional en el ámbito político y económico.

La decisión de abandonar la Unión Europea (Brexit) podría tener un fuerte impacto negativo en la economía británica en el corto y mediano plazo, lo cual se evidencia en una menor expectativa de crecimiento de 1,9% para 2016 y de apenas 1% para 2017. Si bien es cierto el gasto del consumidor sostendrá estos números, sectores clave como el mercado inmobiliario tardarían varios años en recuperarse; asimismo, es probable que la inversión privada también muestre un descenso significativo.

b. Nivel de empleo

El desempleo fue de 5,4% en 2015 y se espera que disminuya a 5,0% en el presente año. El nivel de empleo ha alcanzado máximos históricos, mientras que las ganancias de los trabajadores crecieron considerablemente en términos reales en 2015, aunque se espera muy modestos incrementos salariales en el corto plazo.

Por otro lado, el Gobierno británico tiene previsto aumentar el salario mínimo para los trabajadores mayores de 25 años a más de 9 libras esterlinas / hora en 2020. Pese a ello, el incremento de la productividad laboral es débil, menor de 1% al año, perdiendo terreno en esta materia en relación a la mayoría de países avanzados.

c. Inflación

La inflación apenas alcanzó 0,1% en 2015 y se espera una tasa de 0,8% para el presente año. La fuerte caída de los precios de la energía y los alimentos podría ayudar a contener la inflación en los años venideros. Se debe tener en cuenta que la meta del Banco Central de Inglaterra es de 2%.

d. Tipo de cambio

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

1,00 USD	=	0,761185 GBP
Dólar Estadounidense		Libra Esterlina
1 USD = 0,761185 GBP	↔	1 GBP = 1,31374 USD
1,00 PEN	=	0,226684 GBP
Sol Peruano		Libra Esterlina
1 PEN = 0,226684 GBP	↔	1 GBP = 4,41143 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos⁴

La agricultura emplea al 1,3% de la población y representa apenas 0,6% del PBI. En el Reino Unido, las granjas suelen ser más extensas en relación a la media europea y altamente mecanizadas. Entre los principales cultivos destacan papas, remolachas, trigo y otros cereales. Asimismo, la ganadería cuenta con presencia importante, especialmente la ovina y bovina, siendo un gran productor de leche y sus derivados en el viejo continente. La autosuficiencia del país en lo relativo a productos de cultivo local está mostrando una disminución sostenida, al pasar de 80% en 1980 a 62% en 2015. Sin inversión adicional, se espera que esta tendencia continúe a largo plazo.

El sector manufactura significa 19,7% de la economía británica y emplea el 15,2% de la población económica activa. La producción automotriz ha mostrado una recuperación después de la recesión por lo cual empresas como Jaguar y Land

⁴ Euromonitor International: United Kingdom – Country Profile 2016 / CIA Worldfactbook

Rover han comenzado a emplear mayor personal. Sin embargo, Tata, el mayor fabricante de acero del país, ha anunciado su intención de vender sus instalaciones del país, esta decisión podría poner en riesgo cerca de 40 mil puestos de trabajo. Por otro lado, vale indicar que la fabricación se contrajo en 0,7% en 2015.

El sector servicios tiene una participación de 79,6% del PBI y representa 83,5% de las posiciones laborales del país. Los servicios continúan siendo el principal motor económico del país debido a la ralentización del sector manufacturas como consecuencia del estancamiento de la demanda de mercados de exportación claves en Europa Continental. En tanto, el Brexit propiciará que las operaciones financieras del Reino Unido sean aún más sensibles a la vulnerabilidad de la Zona Euro. Asimismo, varios bancos privados han advertido la posibilidad de trasladar sus operaciones a otros países debido a los resultados del referéndum.

3.3 Nivel de Competitividad

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

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2016

Criterios	Reino Unido	Perú	Alemania	Chile	Suiza	Colombia	Francia
Facilidad de hacer negocios	6	50	15	48	26	54	27
Apertura de un negocio	17	97	107	62	69	84	32
Manejo permiso de construcción	23	48	13	24	56	38	40
Acceso a electricidad	15	64	3	51	5	69	20
Registro de propiedades	45	35	62	56	16	54	85
Obtención de crédito	19	15	28	79	59	2	79
Protección de los inversores	4	49	49	36	105	14	29
Pago de impuestos	15	50	72	33	19	136	87
Comercio transfronterizo	38	88	35	63	40	110	1
Cumplimiento de contratos	33	69	15	56	46	180	14
Insolvencia	13	74	3	58	44	30	24

Fuente: Doing Business 2016

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 50^o en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Reino Unido se encuentra en la posición 6^o. Cabe recalcar que para 2016, Perú cayó cinco posiciones con respecto al ranking DB2015 y Reino Unido no registró cambios. Los resultados positivos del país europeo están sustentados por la mejora en rubros clave como “Apertura de Negocios” (+ 26 posiciones), “Acceso a electricidad” (+ 1 posición) y “Pago de impuestos” (+ 1 posición).

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo
Millones de US\$

Información Comercial de Reino Unido							
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom. 15/11	Var% 15/14
Exportaciones	517 289	481 226	548 042	511 145	465 922	-2,6	-8,8
Importaciones	717 606	689 137	657 223	694 344	629 229	-3,2	-9,4
Balanza comercial	-200 318	-207 911	-109 181	-183 199	-163 307	-	-
Intercambio comercial	1 234 895	1 170 363	1 205 264	1 205 490	1 095 150	-3,0	-9,2

Fuente: GTA Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

A partir de 2013, las exportaciones de Reino Unido han mostrado una tendencia a la baja como consecuencia de la menor demanda de mercados europeos clave hasta alcanzar US\$ 466 mil millones en 2015, lo cual representó 15,3% del PBI. La oferta británica es relativamente diversa siendo los productos más exportados maquinaria y equipo eléctrico (20% de participación), vehículos para el transporte (14%) y químicos (13%). En tanto, entre los principales destinos se encuentran la Unión Europea (45%) y Estados Unidos (16%).

Las importaciones británicas también vienen mostrando un decrecimiento sostenido al disminuir a una tasa media anual de -3,2% en los últimos cinco años como consecuencia de la caída de los precios de los combustibles minerales; sin embargo, la demanda de productos como frutas y hortalizas frescas, productos farmacéuticos, maderas y sus manufacturas, entre otros, mostró un comportamiento positivo. Aunque los principales proveedores son Estados Unidos (15% de participación) y países europeos como Alemania (10%), Suiza (7%), Francia (6%) y Países Bajos (6%); mercados latinoamericanos han comenzado a ganar terreno debido a su dinamismo, entre los que destacan México (34° en 2015 / + 6,3% de TCP 2011 – 2015), Colombia (63° / + 4,1%), Uruguay (78° / + 15,7%) y Perú (82° / + 4,7%)⁵.

4.1 Intercambio Comercial Perú – Reino Unido

Cuadro N°4: Intercambio Comercial Perú – Reino Unido
Millones de US\$

Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % 15/14	Var. % Prom. 15/11
Exportaciones	425	610	612	607	604	-0,5	9,2
Importaciones	252	311	327	318	293	-8,0	3,8
Balanza Comercial	173	299	285	289	311	N/A	N/A
Intercambio Comercial	677	921	939	925	897	-3,1	7,3

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

En los últimos cinco años, las exportaciones peruanas a Reino Unido se han incrementado a una tasa media anual de 9,2% como consecuencia del impulso adquirido por los envíos no tradicionales (48% de participación 2015 / + 13,7% de TCP 2011 – 2015) principalmente. Por otro lado, las importaciones, pese a la caída interanual de - 8% en 2015, en líneas

⁵Global Trade Atlas

generales han mostrado un aumento de 3,8% en promedio anual desde 2011 y entre los principales productos comprados a este país destacan whisky, palas mecánicas excavadoras, automóviles ensamblados, aceites ligeros y motores.

Cuadro N°5

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2014	2015	Var.% 15/14
TRADICIONAL	351	314	-10,7
Minero	305	291	-4,6
Oro	254	266	4,4
Estaño	50	25	-49,7
Resto	1	0	-78,7
Pesquero	22	3	-84,8
Harina De Pescado	16	2	-85,5
Aceite De Pescado	6	1	-83,2
Petróleo Y Gas Natural	0	0	-
Petróleo, Derivados	0	0	-
Agrícolas	24	19	-21,5
Café	21	17	-21,1
Resto	3	2	-24,1
NO TRADICIONAL	255	290	13,7
Agropecuario	201	237	18,0
Químico	24	21	-13,8
Textil	20	20	1,9
Pesquero	5	7	47,6
Sidero-Metalúrgico	2	2	29,8
Minería No Metálica	1	1	23,5
Metal - Mecánico	1	1	-31,7
Varios (Inc. Joyería)	1	1	-34,9
Maderas Y Papeles	1	1	-16,3
Pieles Y Cueros	0	0	42,6
TOTAL GENERAL	607	604	-0,5

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Las exportaciones tradicionales significaron 52% de los envíos totales a Reino Unido en 2015 y mostraron un descenso interanual de -10,7% como consecuencia directa de la menor demanda de estaño (- US\$ 25 millones) y harina de pescado (- US\$ 14 millones). Las menores cotizaciones internacionales de los commodities también contribuyeron a sustentar este comportamiento negativo.

En contraste, los envíos no tradicionales mostraron una destacable expansión de 13,7%. Las exportaciones del sector Agropecuario tienen una participación de 82% sobre las ventas de la categoría y mostraron un incremento de 18,0% (+

US\$ 36 millones) a causa del impulso tomado por cultivos nacionales como paltas frescas (+ US\$ 13 millones), arándanos rojos (+ US\$ 9 millones) y mangos frescos (+ US\$ 8 millones). Por otro lado, el buen desempeño de las ventas del sector Pesquero, cuyo crecimiento fue de 47,6% (+ US\$ 2 millones), ayudó a compensar los menores envíos del sector Químico que disminuyeron en -13,8% (- US\$ 3 millones). Entre los productos pesqueros con mejor desenvolvimiento se encuentran conservas de atún en agua y sal, y conservas de sardinas del Pacífico.

Cuadro N° 6

Reino Unido: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom. 15/11	Var. % 15/14	% Part. 2015
0806100000	Uvas frescas	18	29	37	51	46	26,2	-11,2	16
0709200000	Espárragos frescos o refrigerados	23	29	51	42	45	18,0	6,5	15
0804400000	Paltas frescas	11	9	11	19	32	31,2	70,0	11
0804502000	Mangos frescos	8	10	12	13	20	25,9	61,3	7
0805201000	Mandarinas frescas	13	17	11	16	18	9,2	12,4	6
0810400000	Arándanos rojos frescos	-	0	2	3	12	-	285,8	4
0805209000	Demás clementinas, wilkings e híbridos frescas	3	2	10	9	10	30,2	12,2	3
1008509000	Quinoa	0	1	4	9	8	251,6	-11,7	3
2817001000	Óxido de zinc	7	6	7	9	7	0,1	-20,9	2
3301130000	Aceites esenciales de limón	3	3	4	6	7	28,4	16,8	2
	Resto	86	70	84	79	86	-0,2	9,0	30
TOTAL		172	178	233	255	290	14,0	13,7	100

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Debido a la preponderancia del sector Agropecuario, ocho de los diez principales productos de exportación no tradicional pertenecen a este rubro. Las ventas de uvas frescas totalizaron US\$ 46 millones y mostraron una caída de -11,2%; pese a ello, productos como las paltas (+ 70,0% Var. 2015 – 2014), mangos frescos (+ 61,3%) y, sobre todo, arándanos rojos (+ 285,8%) ayudaron a contrarrestar este comportamiento. Vale indicar que 504 subpartidas (HS10) fueron enviadas a Reino Unido por parte de 482 empresas en 2015.

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias⁶

Reino Unido continuará aplicando las mismas tarifas arancelarias de la Unión Europea hasta que se oficialice su salida del bloque, lo cual se estima tardará como máximo dos años a partir de junio de 2016. La tasa NMF promedio aplicada a

⁶ Examen de políticas comerciales Unión Europea. OMC
Inteligencia de Mercados

bienes manufacturados, metales y minerales es de 1,46%; sin embargo, para el caso del Perú, país con el cual el bloque europeo mantiene un Acuerdo Comercial vigente, casi la totalidad de estos productos ingresan exentos de aranceles.

En 2015, los aranceles de la Unión Europea para las frutas, hortalizas y plantas, fue en promedio, 10,9%; café y té, 6,1%; cereales y sus preparaciones, 14,9%; semillas oleaginosas, grasas, aceites y sus productos, 6,8%; pescado y productos de la pesca, 12,0%; textiles, 6,5% y vestimenta, 11,4%⁷.

Cuadro N° 7

Reino Unido: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria ⁸
1	080610	Uvas frescas	5°	Sudáfrica - 22% España - 16% Chile - 13%	12,5%	0%
2	070920	Espárragos frescos o refrigerados	1°	México - 10% España - 4% Holanda - 1%	10,2%	0%
3	080440	Paltas frescas	1°	Chile - 18% España - 14% Sudáfrica - 13%	4%	0%
4	080450	Mangos frescos	2°	Brasil - 23% Ghana - 10% Pakistán - 7%	0%	0%
5	080520	Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos	4°	España - 47% Sudáfrica - 19% Marruecos - 9%	16%	0%
6	081040	Arándanos o murtonos y similares frescos	6°	Chile - 29% España - 13% Polonia - 12%	3,8%	0%
7	100850	Quinua	1°	Holanda - 17% Bolivia - 11% Francia - 4%	1,2%	0%
8	281700	Óxido de zinc	-	Holanda - 49% Alemania - 28% Bélgica - 13%	5,5%	0%
9	330113	Aceites esenciales de limón	14°	Argentina - 32% Italia - 15%	5,7%	0%

⁷ Cfr. OMC – Perfiles Arancelarios del Mundo 2015

⁸ Arancel aplicado en base al Acuerdo de Libre Comercio Unión Europea – Perú aún vigente para Reino Unido a julio de 2016

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

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Medidas No Arancelarias

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

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

Normativas de Control Sanitario

Alimentos de origen no animal

Los productos de origen no animal que ingresen al Reino Unido deben cumplir con los principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa No. 178/2002⁹. Esta busca garantizar la calidad de los alimentos destinados al consumo humano y de los animales. Exige al importador elaborar un sistema para conocer la trazabilidad de los productos en todas las etapas, incluyendo producción, transformación y distribución.

Adicionalmente, los productos deben cumplir con las reglas generales de higiene que se encuentran en la normativa N° 825/2004¹⁰, la cual establece los mismos estándares de sanidad y composición que los alimentos producidos en Reino Unido u otro estado miembro de la Unión Europea.

Alimentos de origen animal

Los productos de origen animal que ingresen al Reino Unido deben cumplir con principios y requisitos generales que se encuentran en la normativa N° 2002/99/CE¹¹. Esta normativa establece las condiciones para la comercialización de productos de origen animal y las restricciones aplicables a los productos procedentes de terceros países o regiones de estos sometidos a restricciones zoonosológicas. Los productos deben cumplir con las reglas generales de higiene que se encuentran en la normativa N° 853/2004¹².

Adicionalmente, los productos deben cumplir con la normativa N° 854/2004¹³, la que define un marco comunitario para los controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

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

⁹ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2002R0178:20090807:ES:PDF>

¹⁰ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0852:20090420:ES:PDF>

¹¹ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:018:0011:0020:IT:PDF>

¹² Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0853:20100715:ES:PDF>

¹³ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0854:20100705:ES:PDF>

Normativas de seguridad

Los productos no agrícolas que ingresan y se comercializan en el Reino Unido deben cumplir con los requerimientos generales de seguridad que se encuentran establecidos en la norma N° 2001/95/CE¹⁴, que 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 de la naturaleza y tipo de producto. Por ejemplo, normativas relacionadas a límites contaminantes y de residuos de plaguicidas, regulaciones para la preparación de alimentos, certificados sanitarios, certificados fitosanitarios, controles, normativas para los organismos genéticamente modificados, etc.

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

Alimentos nuevos o “novel foods”

Los productos alimenticios e ingredientes que no ingresaron antes del año 1997 a la Unión Europea son considerados “Novel Foods” o nuevos alimentos. Para el ingreso de estos se debe realizar procedimientos especiales que se encuentran establecidos en la normativa N° 258/1997¹⁵. Algunos de estos procedimientos incluyen la realización de exámenes de seguridad alimentaria que son realizados por cada país.

Certificaciones

El organismo encargado de la certificación de la salud de los alimentos agrícolas es el “Department of Environment, Food and Rural Affairs” (DEFRA)¹⁶. Aun cuando trabajan directamente sólo en Inglaterra, trabajan cercanamente con las administraciones de Escocia, Gales e Irlanda del Norte.

Etiquetado y envasado

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

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

¹⁴ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:011:0004:0004:EN:PDF>

¹⁵ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1997R0258:20090120:EN:PDF>

¹⁶ Pag web: <http://www.defra.gov.uk/>

La norma general que establece las regulaciones sobre etiquetado, presentación y publicidad está contenida en directiva 2000/13/EC¹⁷. Entre sus principales reglas está la necesidad de incluir información respecto al contenido neto, país de origen, composición, empresa productora, fecha de vencimiento, preparación, etc., de los productos comercializados. Las falsedades en cuanto a la descripción, publicidad y presentación de los alimentos es un delito y existen una serie de leyes que protegen a los consumidores de etiquetados deshonestos o erróneos, entre ellas, la regulación general es la “General Labelling – food labelling regulations” de 1996 y sus enmiendas.

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

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio

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

Las mercancías importadas se despachan a libre práctica una vez pagados los derechos aplicables y cumplidos las formalidades aduaneras. Para Reino Unido, el IVA equivale a 20%, y ciertos productos cuentan con una tasa de 0%. Ver más en: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Perú cuenta en la actualidad con un Acuerdo Comercial con la Unión Europea desde 2013, el cual incluye a Reino Unido como uno de los mercados a los cuales ingresan un gran porcentaje de los productos nacionales con aranceles rebajados o exentos de los mismos. Sin embargo, cuando se oficialice su salida del bloque europeo – aproximadamente dos años a partir de junio de 2016 - será necesaria la renegociación de dicho acuerdo de manera bilateral entre Perú y Reino Unido.

A julio de 2016, las exportaciones peruanas continúan ingresando con tasas preferenciales para el 99,3% de los productos agrícolas y el 100% de los bienes industriales.

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

6.2. Productos con Potencial Exportador

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 de Reino Unido. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Reino Unido (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación,

¹⁷ Ver en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:109:0029:0042:EN:PDF>

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.

Cuadro N° 8

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
180690	Demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao	Estrella	1 051	0%	Alemania - 28% Polonia - 14% Francia - 13%
080520	Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos	Estrella	382	0%	España - 47% Sudáfrica - 19% Marruecos - 9%
081040	Arándanos o murtones, frescos	Estrella	221	0%	Chile - 29% España - 13% Polonia - 12%
070310	Cebollas frescas o refrigeradas	Estrella	213	0%	Holanda - 34% España - 27% Egipto - 10%
080440	Paltas frescas	Prometedor	169	0%	Chile - 18% España - 14% Sudáfrica - 13%
080550	Limonos y limas, frescos	Prometedor	165	4,6%	España - 45% Sudáfrica - 12% Brasil - 11%
080450	Mangos frescos	Prometedor	163	0%	Brasil - 23% Ghana - 10% Pakistán - 7%
200899	Frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar	Prometedor	137	0%	Alemania - 14% India - 14% Francia - 10%
200799	Compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas	Prometedor	134	3,1%	Francia - 29% España - 18% Alemania - 13%
200190	Legumbres y hortalizas preparadas o conservadas en vinagre Incluye: Conservas de pimientos y ajíes	Prometedor	117	0,5%	España - 16% India - 15% Holanda - 12%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

En 2015, Reino Unido se mantuvo como el tercer mayor importador mundial de frutas frescas (US\$ 6 146 millones) superando a otros grandes compradores como China, Holanda, Francia y Rusia. Si bien es cierto Perú se posicionó como el proveedor décimo cuarto (14°) de esta clase de productos, se ha consolidado en las primeras posiciones en lo relativo a paltas frescas (1°), mangos (2°), mandarinas (4°) y arándanos (6°).

De acuerdo a Euromonitor International, el mercado de frutas totalizó 2,6 millones de toneladas en 2014, lo cual significó un incremento de 2% en relación al año anterior como consecuencia de la intensificación de la tendencia enfocada en la salud y el mayor número de consumidores vegetarianos / veganos. Se espera que durante el periodo 2015 – 2020 los arándanos sean los productos con mayor dinamismo al incrementar sus ventas en volumen en 27% debido a su posicionamiento positivo como “superfood”. Asimismo, se espera que las limas y limones (+ 22,9%) también muestren un comportamiento interesante. Entre los principales distribuidores de frutas en Reino Unido se encuentran [UNIVEG](#), [de Groot Fruit UK](#) y [World Wide Fruit](#).

Por otro lado, la sostenibilidad se mantendrá como factores clave a largo plazo. De hecho, Reino Unido es uno de los principales mercados mundiales para productos certificados lo cual se evidencia en que casi el 30% de la demanda de frutas frescas del país cuenta con sellos orgánicos o fair trade¹⁸.

Cuadro N° 9

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030617	Demás camarones y langostinos congelados	Estrella	392	0%	India - 25% Bangladesh - 22% Vietnam - 11%
030389	Pescado congelado Incluye: Mahi - mahi	Prometedor	59	0%	Myanmar - 35% Bangladesh - 14% Islandia - 11%
030729	Conchas de abanico congeladas, saladas o en salmuera	Prometedor	39	0%	EEUU - 34% Francia - 21% Argentina - 13%
030489	Filetes de pescados congelados Incluye: Mahi - Mahi	Prometedor	24	0%	Turquía - 49% Myanmar - 11% Holanda - 9%
160416	Anchoas en conserva, enteras o en trozos	Prometedor	19	0%	España - 59% Francia - 22% Italia - 11%
030799		Prometedor	15	0%	

¹⁸ Cfr. Euromonitor International: United Kingdom - Fresh Fruit 2016
Inteligencia de Mercados

	Moluscos e invertebrados secos, salados o en salmuera Incluye: Mixture de mariscos				China - 86% Taiwán - 9% Tailandia - 2%
030474	Filetes congelados de merluzas	Prometedor	11	0%	Sudáfrica - 49% EEUU - 33% España - 5%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Reino Unido es el décimo mayor importador de productos pesqueros para consumo humano directo – CHD (US\$ 4 047 millones en 2015) a nivel mundial y el sexto del continente europeo. Si bien es cierto más de la mitad de las importaciones están compuestas por filetes, carnes congeladas y conservas de pescados, las preparaciones y conservas a base de crustáceos y moluscos han adquirido particular dinamismo al expandirse a una media anual de 2% durante el periodo 2010 – 2015.

De acuerdo a Market Line, el mercado de pescados y mariscos en Reino Unido se encuentra valorizado en US\$ 4,9 mil millones. Asimismo, las presentaciones más populares son frescos (24,9% de participación) y congelados (23,8%); en menor medida destacan preparados y conservados en temperatura ambiente (18,6%) y cortes enteros refrigerados (18,1%). Por otro lado, entre los mayores distribuidores de esta clase de productos se encuentran [Direct Seafoods](#), [Nila](#) y [Reynolds](#)¹⁹.

Finalmente, se espera que las ventas de la categoría en valor se incrementen a una media anual de 4,1% entre 2015 y 2020, hasta alcanzar US\$ 5,9 mil millones. Se espera que los pescados se mantengan como productos de primera necesidad en la dieta de los británicos debido a la tendencia enfocada en la salud (blue fish), la exposición a gastronomías foráneas y al desarrollo de nuevos productos con valor agregado. En tanto, el pescado congelado viene adquiriendo particular popularidad debido al incremento de precios de las variedades frescas, pese a que estas últimas son consideradas más nutritivas y de mejor sabor²⁰.

Cuadro N° 10

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
611030	Suéteres, jerséis, cardiganes, chalecos y similares de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	1 453	0%	China - 41% Bangladesh - 16% Camboya - 10%
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrella	980	0%	Turquía - 23% China - 18% Bangladesh - 8%
610510	Camisas de punto de algodón para hombres o niños	Estrella	492	0%	Bangladesh - 19% Pakistán - 12% India - 11%

¹⁹ Cfr. MarketLine: United Kingdom – Fish & Seafood 2016

²⁰ Cfr. Euromonitor International: United Kingdom – Fish & Seafood 2016

611595	Calzas, medias, calcetines y artículos de calcetería, de algodón	Estrella	425	0%	Turquía - 43% China - 27% Pakistán - 7%
610342	Pantalones para hombres de algodón	Prometedor	210	0%	China - 16% Bélgica - 15% Bangladesh - 13%
611241	Trajes de baño (una o dos piezas) , de punto, de fibras sintéticas	Prometedor	200	0%	China - 57% Camboya - 10% Holanda - 4%
611430	Demás prendas de vestir de fibras sintéticas	Prometedor	197	0%	China - 40% Turquía - 15% Camboya - 6%
620331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	Prometedor	168	0%	China - 29% Vietnam - 10% Camboya - 9%
610831	Camisones y pijamas, de punto de algodón, para mujeres o niñas	Prometedor	158	0%	India - 37% China - 19% Bangladesh - 12%
621420	Chales, pañuelos, bufandas y similares de lana o pelo fino	Prometedor	48	0%	China - 33% Francia - 26% Italia - 20%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Reino Unido se mantiene como el cuarto importador mundial de prendas y complementos de vestir (US\$ 26 485 millones en 2015) ubicándose encima de mercados destacados como Francia, España e Italia. Si bien es cierto, el grueso de las compras británicas provienen de suplidores asiáticos como China y Bangladesh; Perú es el segundo proveedor a nivel de América Latina únicamente por detrás de Honduras.

De acuerdo a Euromonitor International, las ventas en valor de ropa y calzado totalizaron £ 49 669 millones (US\$ 63 965 millones) en 2015 y se espera que para los próximos cinco años muestren una expansión media anual de apenas 0,3% como consecuencia directa de la inestabilidad propiciada por el Brexit. Sin embargo, categorías como la ropa deportiva mostrarán importante dinamismo al incrementarse en 20,2% durante el periodo 2015 – 2020 debido a la popularidad de la tendencia denominada “athleisure” que combina estilos casuales con deportivos. Por otro lado, las prendas de género neutro o unisex aparecen como una tendencia emergente en el firmamento británico lo cual se evidencia en que tiendas por departamento como Selfridges y Zara han habilitado espacios específicos para esta clase de confecciones.

Finalmente, el consumo ético es cada vez más evidente. La joven generación del milenio, en particular, viene demostrando un mayor deseo de marcas y productos respetuosos con el medio ambiente y favorables al reciclaje. Asimismo, el creciente conocimiento de las condiciones de trabajo, los procesos de externalización sostenibles y las políticas ambientales han aumentado notablemente la presión sobre sus operaciones de fabricación. En este contexto, una serie de marcas ya han respondido a estas exigencias; por ejemplo, H&M se ha comprometido a conceder “salarios de vida

justos” para el año 2018 a todos los trabajadores de sus proveedores, al tiempo que garantiza el uso al 100% de algodón sostenible para 2020.

Cuadro N° 10

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
392020	Placas, hojas, películas de polímeros de polipropileno	Estrella	512	0%	Italia - 18% Alemania - 14% Bélgica - 13%
220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar	Estrella	418	0%	Holanda - 48% Francia - 33% España - 7%
380892	Insecticidas, fungicidas y herbicidas a base de compuestos de cobre	Estrella	327	0%	Francia - 51% España - 14% Alemania - 11%
700721	Vidrios de seguridad laminados	Estrella	290	0%	Polonia - 26% Alemania - 15% Italia - 12%
730840	Material de andamiaje o de fundación de hierro o acero	Estrella	264	0%	China - 37% Alemania - 18% Suecia - 10%
847490	Partes de máquinas y aparatos para triturar	Estrella	218	0%	China - 19% Alemania - 16% EEUU - 11%
390760	Politereftalato de etileno	Estrella	182	0%	Holanda - 59% EEUU - 10% Irlanda - 6%
440929	Maderas, incluidas tablillas y frisos para parques, sin ensamblar	Estrella	170	0%	China - 57% Italia - 10% Malasia - 9%
440799	Demás maderas tropicales aserradas o desbastadas longitudinalmente	Prometedor	91	0%	EEUU - 38% Estonia - 17% Letonia - 9%
320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal	Prometedor	75	0%	Irlanda - 20% Holanda - 14% China - 13%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

VII. Tendencias del Consumidor

Reino Unido, a diferencia de la mayoría de países de Europa Occidental, cuentan con una población en incremento, la cual se ha dinamizado particularmente en los últimos años. Pese a ello, el envejecimiento de la misma continúa siendo un problema latente si se toma en cuenta que el país registró una edad media de 39,5 años en 2015. Alrededor del 20% de los británicos tiene menos de 16 años y uno de cada seis cuenta con 65 años a más.

En 2015, la brecha entre el “tener” y el “no tener” se amplió. Por lo cual, Reino Unido presenta una imagen de contrastes, lo cual se plasma de diversas formas: por ejemplo, aunque el país cuenta con una elevada tasa de urbanización, se le otorga un gran valor a vivir en el campo. La lealtad de los consumidores se ha deteriorado como consecuencia de un aumento de la movilidad y a una mayor disponibilidad de información sobre los productos. Es por ello que los consumidores compran teniendo en cuenta las mejores condiciones, mientras que las grandes cadenas minoristas ofrecen programas de fidelización para retener a sus clientes.

El consumidor de Reino Unido responde positivamente a la publicidad y decidirán su compra si notan alguna ventaja como la calidad, el diseño, la marca, el precio o certificaciones éticas. Es importante contar con un óptimo servicio post – venta ya que los británicos no dudan en reclamar y defender sus derechos con es necesario.

Con respecto al futuro, el mercado británico muestra alta incertidumbre como consecuencia del Brexit. De hecho, Euromonitor International estima que para el periodo 2015 – 2020 las ventas de varias de las categorías de consumo masivo se verán impactadas negativamente como confitería, ready meals, snacks, alimentos para bebés, helados, mermeladas y frutas y verduras procesadas.

VIII. Cultura de Negocios²¹

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

El primer contacto

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

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

Cómo presentarse

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

Las relaciones de negocios

²¹ www.santandertrade.com

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

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

Regalos

Se puede llevar un pequeño regalo en la primera cita.

Comunicación de negocios

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

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

Código de etiqueta

El traje conservador es la norma tanto para hombres como para mujeres en la cultura empresarial británica, donde predominan los colores más oscuros.

Algunas firmas británicas han introducido el concepto de 'vestir informal' los viernes con su código de 'elegancia informal', aunque no es universal.

Tarjetas de visita

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

IX. Links de interés

Cuadro Nº 12

Entidad	Enlace
Portal del Gobierno de Reino Unido	www.ukonline.gov.uk
Estadísticas de Reino Unido	www.statistics.gov.uk
Cámara de Comercio Británica	www.britishchambers.org.uk
Reino Unido para la Inversión y el Comercio	www.uktradeinvest.gov.uk
Guía práctica para empezar a exportar a Reino Unido, Aduanas	www.gov.uk/starting-to-import
Guía para el importador y exportador, Aduanas, Reino Unido	www.gov.uk/starting-to-import

Sistema de control de importaciones, Aduanas, Reino Unido	Link Aquí
Aranceles, Aduanas, Reino Unido	Link Aquí
British Fashion Council	www.britishfashioncouncil.com
UK Fashion & Textile Association	www.ukft.org
British Jewellers Association - BJA	www.bja.org.uk
Painting & Decorating Association	www.paintingdecoratingassociation.co.uk

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Speciality & Fine Food Fair	Alimentos	Londres	Del 04 al 06 de setiembre de 2016	http://www.specialityandfinefoodfairs.co.uk/
Decorex	Home & Deco	Londres	Del 18 al 21 de setiembre de 2016	http://www.decorex.com/
The Chocolate Show London	Alimentos	Londres	Del 14 al 16 de octubre de 2016	http://www.salonduchocolat.co.uk/
Timber Expo 2016	Maderas	Birmingham	Del 18 al 20 de octubre de 2016	http://www.ukconstructionweek.com/timber-expo
Good Food Show 2016	Alimentos	Londres	Del 11 al 13 de noviembre de 2016	https://www.bbcgoodfoodshowlondon.com/
Business Startup	Startup	Londres	Del 17 al 18 de noviembre de 2016	http://www.bstartup.com/
The London Textile Fair	Textiles	Londres	Del 11 al 12 de enero de 2017	http://thelondontextilefair.co.uk/
Bubble London 2017	Confecciones	Londres	Del 29 al 30 de enero de 2017	http://www.bubblelondon.com/Home
The Source Trade Show	Alimentos	Exeter	Del 08 al 09 de febrero de 2017	http://www.thesourcetradeshow.co.uk/
Pure London	Confecciones	Londres	Del 12 al 14 de febrero de 2017	http://www.purelondon.com/
In Cosmetics Global	Cosméticos	Londres	Del 04 al 06 de abril de 2017	http://www.in-cosmetics.com/

Fuente: Feriasinfo Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

XI. Bibliografía

- Trademap
www.trademap.org
- Euromonitor International
www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú
www.sunat.gob.pe
- CIA, The World Factbook
www.cia.gov
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
www.imf.org
- Global Trade

- <http://www.gtis.com/GTA/>
- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **NFerias**
<http://www.nferias.com/>
- **Organización Mundial del Comercio**
www.wto.org