

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado
Reino Unido



prom
perú

I. Contenido

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Información General.....	4
III. Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	5
3.3 Nivel de Competitividad	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	8
V. Acceso al Mercado	10
5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias	10
5.2 Otros impuestos aplicados al comercio	14
VI. Oportunidades Comerciales	14
6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales.....	14
6.2. Productos con Potencial Exportador	15
VII. Tendencias del Consumidor	18
VIII. Cultura de Negocios	18
IX. Links de interés.....	20
X. Eventos Comerciales	20
XI. Bibliografía.....	21

I. Resumen Ejecutivo

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

Se espera que en 2014 el PBI haya crecido 3,2%, gracias a los elevados niveles de inversión y el fácil acceso al crédito, y se proyecta un crecimiento de 2,7% para 2015. Su tasa de desempleo fue 6,3% y su tasa de inflación se mantuvo debajo del objetivo de 2% del Banco Central con un 1,6% para 2014.

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

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

Las exportaciones peruanas a Reino Unido ascendieron a US\$ 524 millones en 2014 y han registrado un aumento de 14,6% en promedio anual en los últimos 5 años. Los envíos tradicionales representaron el 52% de las exportaciones y registraron una caída de 28,1% entre 2013 y 2014. Los principales sectores de exportación fueron el minero (83% de participación), siendo el oro y el estaño los más metales representativos; le siguen en importancia los sectores agrícola y pesquero con 9% y 8% de participación, respectivamente.

Los envíos no tradicionales representaron 48% de las exportaciones y, a diferencia de los envíos tradicionales, aumentaron en 8,9% en 2014. Las exportaciones de productos agrícolas representaron el 79% de los envíos no tradicionales, mientras que los sectores químico y textil tuvieron participaciones de 8% y 9%, respectivamente. Entre los sectores más dinámicos destacan sidero – metalúrgico (US\$ 2 millones en 2014 / 374,3% de variación), metal mecánico (US\$ 1 millón / 177,6%) y pesquero (US\$ 5 millones / 32,1%).

II. Información General



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

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

Cuenta con una población de 64 millones de habitantes, aproximadamente, la cual crece a una tasa promedio de 0,54% anual. La edad media es 40,4 años; 39,2 para hombres y 41,6 para mujeres. Al 2014, gran parte de su población (41%) se encuentra entre los 25 y 54 años de edad.

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

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro 1

Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015*
Crecimiento real del PBI (%)	1,1	0,3	1,7	3,2	2,7
PBI per cápita (US\$)	38 945	38 781	39 372	44 141	46 244
Tasa de inflación (%)	4,5	2,8	2,6	1,6	1,8
Tasa de desempleo (%)	8,1	8,0	7,6	6,3	5,8

Fuente: FMI / (*) Proyectado

Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

Pese a su lento crecimiento y a la aguda recesión de 2008, la economía británica ha crecido a tasas superiores a la media de la Eurozona en la última década. Por ello, el país fue uno de los de mayor

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

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

expansión entre las economías avanzadas al registrar un incremento de 3,2%, frente al 1,7% de 2013, como consecuencia de las mejores condiciones para el acceso al crédito y los altos niveles de inversión empresarial.

En 2015 se espera que el PBI real del país aumente en 2,7%. El crecimiento se verá limitado por la incertidumbre económica de la Zona Euro y el conflicto en Ucrania; sin embargo, el buen desempeño previsto para las exportaciones, el incremento de los ingresos familiares y los menores precios del petróleo impactarán positivamente en este indicador.

b. Nivel de empleo

El desempleo fue de 6,3% en 2014 y se espera que caiga a 5,8% en 2015. De acuerdo a fuentes gubernamentales, los ingresos semanales brutos promedio de empleos a tiempo completo se han reducido en 8,8% en los últimos cinco años. El crecimiento de la productividad de la mano de obra también es débil; los trabajadores británicos deben laborar nueve horas para producir lo mismo que los alemanes logran en ocho horas y los franceses en siete.

c. Inflación

La tasa de inflación alcanzó 1,6% en 2014 y se calcula que aumente a 1,8% en 2015, aún dentro del rango meta del Banco Central Europeo que recomienda un aumento de precios anual menor a 2%. Pese a ello, la subida de los costos administrativos así como los efectos de las políticas tomadas por el gobierno, incrementan la presión inflacionaria cada año.

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 nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	0,651443 GBP
Dólar Estadounidense		Libra Esterlina
1 USD = 0,651443 GBP	↔	1 GBP = 1,53505 USD
1,00 PEN	=	0,211731 GBP
Nuevo Sol Peruano		Libra Esterlina
1 PEN = 0,211731 GBP	↔	1 GBP = 4,72297 PEN

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

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos³

³ Euromonitor / The CIA World Factbook

La agricultura tiene una limitada importancia dentro de la economía de Reino Unido, al representar 0,7% de su PBI y emplear a solo 1,4% de la fuerza laboral, pese a que el país es autosuficiente en la mayoría de sus productos básicos. Asimismo, las granjas y plantaciones suelen ser más grandes, en tamaño, que el promedio europeo.

El sector manufacturero representa 20,5% de los ingresos del país y ocupa al 18% de la PEA. La industria automotriz ha comenzado a recuperarse luego de la fuerte recesión de 2008, siendo empresas como Jaguar y Land Rover las principales empleadoras del sector. Pese a ello, la mayoría de fabricantes tienden utilizar más tecnología de punta y menos mano de obra que en el pasado.

Los servicios tienen una participación de 79% en el PBI británico y da puestos de trabajo a más del 80% de la población laboral. Asimismo, es el principal motor económico del país y se prevé que muestre una importante expansión para los próximos años debido a la ralentización del sector manufacturero. En tanto, el sector turismo redujo sus ingresos en 8,2% en 2014; sin embargo, se espera una recuperación de 3,4% para 2015.

Por último, Reino Unido es el principal productor de petróleo de la Unión Europea, así como un importante exportador de gas natural. Empero, la producción de energía ha disminuido en los últimos años y se estima que el país se quedará sin hidrocarburos en poco más de cinco años.

3.3 Nivel de Competitividad

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

Cuadro 2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2015

Criterios	Reino Unido	Perú	Francia	Colombia	Alemania	Chile	España
Facilidad de hacer negocios	8	35	31	34	14	41	33
Apertura de un negocio	45	89	28	84	114	59	74
Manejo permiso de construcción	17	87	86	61	8	62	105
Acceso a electricidad	70	86	60	92	3	49	74
Registro de propiedades	68	26	126	42	89	45	66
Obtención de crédito	17	12	71	2	23	71	52

Protección de los inversores	4	40	17	10	51	56	30
Pago de impuestos	16	57	95	146	68	29	76
Comercio transfronterizo	15	55	10	93	18	40	30
Cumplimiento de contratos	36	100	10	168	13	64	69
Insolvencia	13	76	22	30	3	73	23

Fuente: Doing Business 2014

Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

El Perú se encuentra en la posición 35° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Reino Unido se encuentra en la posición 8°. Cabe recalcar que para 2015, Perú subió siete posiciones con respecto al ranking DB2014 y Reino Unido escaló una posición. Los resultados positivos del país europeo están sustentados por la mejora en rubros clave como “Apertura de Negocios” (+ 5 posiciones), “Comercio Transfronterizo” (+ 2 posiciones) y “Cumplimiento de contratos” (+ 1 posición).

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo

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

Cuadro 3: Intercambio Comercial de bienes Reino Unido – Mundo

Millones de US\$

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

Fuente: GTA

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

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

intercambio comercial mundial, lo que hace su economía más resistente a situaciones económicas difíciles que alguno de estos pueda presentar.

4.1 Intercambio Comercial Perú – Reino Unido

Cuadro 4: Intercambio Comercial Perú – Reino Unido

Millones de US\$

Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % 14/13	Var. % Prom. 14/10
Exportaciones	304	425	610	610	524	-14,1	14,6
Importaciones	183	252	311	327	318	-2,8	14,8
Balanza Comercial	121	173	299	282	206	N/A	N/A
Intercambio Comercial	487	677	921	937	842	-10,1	14,7

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Los envíos tradicionales representaron 52% de las exportaciones en 2014 y registraron una caída de 28,1% en relación al año anterior. Los principales sectores de exportación fueron el minero (83% de participación), siendo el oro y el estaño los más metales representativos; le siguen en importancia los sectores agrícola y pesquero con 9% y 8% de participación, respectivamente.

Los envíos no tradicionales representaron 48% de las exportaciones y, a diferencia de los envíos tradicionales, aumentaron en 8,9% en 2014. Las exportaciones de productos agrícolas representaron el 79% de los envíos no tradicionales, mientras que los sectores químico y textil tuvieron participaciones de 8% y 9%, respectivamente. Entre los sectores más dinámicos destacan sidero – metalúrgico (US\$ 2 millones en 2014 / 374,3% de variación), metal mecánico (US\$ 1 millón / 177,6%) y pesquero (US\$ 5 millones / 32,1%).

Cuadro 5

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2013	2014	Var.% 14/13
TRADICIONAL	377	271	-28,1
<i>Minero</i>	338	225	-33,2
Oro	287	182	-36,6
Estaño	50	43	-14,1
Resto	1	1	-32,7
<i>Pesquero</i>	20	22	11,0
Harina De Pescado	19	16	-14,8

Aceite De Pescado	1	6	399,2
Petróleo Y Gas Natural	0	0	-100,0
Petróleo, Derivados	0	0	-100,0
Agrícolas	20	24	20,5
Café	18	21	17,7
Resto	2	3	46,6
NO TRADICIONAL	233	253	8,9
Agropecuario	183	199	8,7
Químico	23	24	2,7
Textil	19	20	6,2
Pesquero	3	5	32,1
Sidero-Metalúrgico	0	2	374,3
Varios (Inc. Joyería)	1,68	1,46	-13,1
Metal-Mecánico	0	1	177,6
Minería No Metálica	1	1	-25,2
Maderas Y Papeles	0,45	0,69	53,3
Pieles Y Cueros	0,03	0,05	66,7
TOTAL GENERAL	610	524	-14,0

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Los productos no tradicionales que más se exportaron a Reino Unido en 2014 fueron las uvas frescas (20%) y los espárragos frescos o refrigerados (17%). Las exportaciones de quinua destacan por su crecimiento sostenido desde hace 5 años, su crecimiento en el último año fue de 105,4%.

Cuadro N° 6

Reino Unido: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % Prom. 14/10	Var.% 14/13	% Part. 2014
0806100000	Uvas frescas	14	18	29	37	50	36,9	37,3	20%
0709200000	Espárragos frescos o refrigerados	20	23	29	51	42	20,0	-18,1	17%
0804400000	Paltas frescas o secas	6	11	9	11	19	32,1	78,9	7%
0805201000	Mandarinas frescas o secas	12	13	17	11	16	7,0	39,4	6%
0804502000	Mangos y mangostanes frescos o secos	5	8	10	12	12	23,2	5,7	5%
1008509000	Quinua	0	0	1	4	9	522,9	105,4	4%
2817001000	Óxido de Cinc o Flor de Cinc	6	7	6	7	9	10,3	20,5	4%
0805209000	Tangelos frescas	0	3	2	10	9	-	-7,3	4%
0708100000	Arvejas (Guisantes, Chicharos) Frescas O Refrigeradas	2	3	4	6	7	33,7	4,6	3%
3301130000	Aceites esenciales de limón	2	3	3	4	6	29,7	41,4	2%
	Resto	77	83	67	79	74	-0,7	-5,9	29%
TOTAL		145	172	178	233	253	14,9	8,9	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

V. Acceso al Mercado**5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias****Medidas Arancelarias⁴**

El arancel de 2014 comprende 9 376 líneas a nivel de 8 dígitos: alrededor de una cuarta parte de todas las líneas arancelarias están libres de derechos. El promedio aritmético de los tipos arancelarios NMF aplicados, incluidos los equivalentes *ad valorem* (EAV) de los tipos arancelarios no *ad valorem*, fue de 6,5%. En promedio, los tipos no *ad valorem* siguen dando lugar a una protección más alta que los tipos *ad valorem*. El promedio de los EAV de los tipos arancelarios no *ad valorem* es del 24,5%, en comparación con el 4,8% en el caso de los derechos *ad valorem*.

En 2014, los aranceles de la Unión Europea para las frutas, hortalizas y plantas, fue en promedio, 13,3%; café, té, cacao y sus preparaciones, 11,6%; cereales y sus preparaciones, 18,1%; semillas oleaginosas, grasas, aceites y sus productos, 7,5%; bebidas, líquidos alcohólicos y tabaco, 14,2%; pescado y productos de la pesca, 11,9%; minerales y metales, 2%; textiles, 6,6% y vestimenta, 11,6%.

Cuadro N° 7

Reino Unido: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	080610	Uvas Frescas	7	Sudáfrica - 19% Chile - 17% España - 16%	9,40%	0%
2	070920	Espárragos, Frescos o Refrigerados	1	México - 14% España - 3% Italia - 2%	6,7%	0%
3	080440	Aguacates (Paltas) , Frescas O Secas	5	Sudáfrica - 23% Chile - 16% España - 15%	0%	0%
4	080520	Mandarinas (Incluidas Las Tangerinas Y Satsumas) Frescas O Secas	3	España - 49% Sudáfrica - 17% Marruecos - 6%	12,5%	0%
5	080450	Mangos Y Mangostanes, Frescos O Secos	3	Brasil - 23% Pakistán - 18% Holanda - 11%	0%	0%

⁴ Examen de políticas comerciales Unión Europea. OMC

6	100850	Quinua	5	EE.UU. - 34% Bolivia - 18% Holanda - 14%	1,6%	0%
7	281700	Óxido De Cinc (Blanco O Flor De Cinc)	14	Holanda - 39% Alemania - 25% España - 12%	5,5%	0%
8	080520	Tangelo (Citrus Reticulata X Citrus Paradisis)	3	España - 49% Sudáfrica - 17% Marruecos - 6%	12,5%	0%
9	070810	Arvejas (Guisantes, Chicharos) (Pisum Sativum) Frescas O Refrigeradas	3	Guatemala - 32% Kenya - 24% Zimbabwe - 7%	4,5%	0%
10	330113	Aceites esenciales de limón	-	Argentina - 63% Italia - 14% EE.UU. - 6%	5,7%	0%

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

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Medidas No Arancelarias⁵

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. Sin embargo, ya dentro del mercado comunitario los bienes importados cuentan con libre circulación entre las naciones miembros, pero el IVA y los impuestos de importación se siguen aplicando.

Aunque aún Reino Unido continúa aplicando licencias de importación para esta clase de productos; en la práctica, estas se restringen únicamente a algunos textiles originarios de Bielorrusia, Corea del Norte y Uzbekistán. Para mayor información acerca de licencias de importación visitar página web de [Departamento de Negocios, Innovación & Habilidades \(BIS\)](#).

Normas de sanidad y requisitos de etiquetado

Para la importación de prendas de vestir y calzado a Reino Unido es importante comprobar que los productos cumplan con las normas de seguridad pertinentes, así como los requisitos de etiquetado. Entre las más importantes destacan:

✓ Reglamentación para el etiquetado de calzado (1995)

Solo deben etiquetarse los materiales que constituyan al menos 80% de la superficie del empeine, del forro y la plantilla del calzado, y al menos el 80% del volumen de la suela. Si ningún material representa como mínimo el 80%, se facilitará la información sobre los dos materiales principales que compongan el calzado.

⁵ Cómo hacer negocios con Reino Unido. ProChile

La etiqueta debe ofrecer información sobre los tres componentes del calzado: (i) el empeine; (ii) el forro y la plantilla; (iii) la suela. Además, la etiqueta puede contener textos o pictogramas y debe ser visible, encontrarse bien sujeta y ser accesible. Entre otras especificaciones, debe estar impresa, estampada o sujeta al calzado mediante, por ejemplo, una etiqueta adhesiva o atada mediante un cierre o cuerda, y debe aparecer en al menos uno de los dos artículos que forman un par de calzado.

Vale mencionar que los importadores de la UE son los responsables de facilitar la etiqueta y de su exactitud. Si bien, cuando el calzado sea importado, la persona que primero lo ponga en el mercado será quien asumirá esta responsabilidad. Para mayor información visitar: [The Footwear Labelling Regulations](#).

✓ **Reglamentación para el etiquetado de Textiles (2011)**

Un nuevo reglamento (UE 1007/2011) sobre las denominaciones y etiquetado de productos textiles se puso en vigor en mayo de 2012 en todos los estados miembros de la Unión Europea, entre ellos Reino Unido. Entre los principales cambios con relación a la legislación anterior destacan los nuevos requisitos para etiquetar claramente las partes no textiles de origen animal; así como su no aplicación a calzado y a trabajos independientes tales como trabajos de sastrería a medida.

Entre los principales puntos tratados destacan:

- Los productos textiles que contienen dos o más componentes textiles de dos o más diferentes fibras textiles deben indicar en la etiqueta la composición de fibras de cada componente. Sin embargo, algunas excepciones se dan cuando: (i) los componentes no son forros principales; (ii) los componentes representan menos del 30% del peso total del producto textil (ii) cuando las fibras por separado no representan más del 5% o en conjunto más del 15% del peso total del producto, se pueden describir como "otras fibras" seguido por su porcentaje total en peso.
- Un producto textil puede utilizar los términos "100%", "pure" o "all" solo si está compuesto exclusivamente de un tipo de fibra. Sin embargo, un productos descrito con estos términos puede contener hasta 2% de otras fibras que se contabilizan por las impurezas accidentales o, en el caso de que un producto donde la formación final de las fibras antes del hilado es determinado por un proceso de cardado, 5% del peso del producto.
- El término "lana" puede ser usado para describir ya sea la fibra obtenida a partir de la oveja o cordero o una mezcla de estas fibras y algunos pelos finos de animales (alpaca, llama, cachemira, mohair, angora, vicuña, entre otros). Las indicaciones "100% wool" puede describir una mezcla de, por ejemplo, fibra de cordero y de alpaca; sin embargo, pueden nombrarse las composiciones por separado por motivos comerciales y de marketing.

Los productos textiles deben etiquetarse o marcarse en cualquier operación de comercialización referente al ciclo industrial y comercial. Cuando estos productos no se ofrezcan en venta al consumidor final o cuando se entreguen en ejecución de un encargo del Estado, el etiquetado puede sustituirse por documentos comerciales que lo acompañen. Las denominaciones, calificativos y contenidos en fibras textiles deben indicarse en dichos documentos comerciales.

Por último, para el caso particular de Inglaterra se exige que el etiquetado se exprese en lengua inglesa. La información que debe contener la misma incluye símbolos de cuidado, porcentaje de composición de fibras, talla, país de origen (“Made in”) y otra información como certificaciones ecológicas, por ejemplo. La inclusión de instrucciones de lavado no es imperativa en Reino Unido. Para mayor información consultar: [The Textile Products Regulations](#).

✓ **Normatividad para Prendas y Pijamas Infantiles**

Se estima que en Reino Unido se producen 750 lesiones relacionadas con la inflamabilidad de la ropa cada año, siendo los infantes el grupo más expuesto debido a la posibilidad de que sus prendas, más holgadas y sueltas, entren en contacto con las llamas. Por ello se ha establecido una normativa nacional en materia de seguridad relacionada con la inflamabilidad de los pijamas infantiles, que complementa las normas europeas EN 1103:2005 y EN 14878:2007 relacionadas con inflamabilidad textil. La norma especifica los requisitos que deben tener las prendas de ropa de cama infantil como el tiempo máximo de propagación de la llama y destello superficial. Para mayor información consultar: [EU Legislation: Safety of children's clothing](#).

Además de los requisitos citados anteriormente, se recomienda consultar las siguientes normas aplicables para productos textiles: [The General Product Safety Directive \(GPSD\)](#), [Control de Sustancias Químicas – REACH](#) y [Legislación europea para el empaqueo de productos](#).

Certificaciones

Aunque no son imperativas, existen certificaciones que agregan valor a los productos exportados. Entre las más utilizadas destacan:

- a. **Global Organic Textile Standard: GOTS** está reconocida como la norma líder en el procesamiento de textiles hechos con fibra orgánica. Contiene requisitos claros para el cuidado del medio ambiente a lo largo de la cadena de provisión de textiles orgánicos a la vez que sostiene el cumplimiento de criterios sociales. Solo aquellos textiles que contengan un mínimo de 70% de fibra orgánica pueden certificarse con GOTS.
- b. **Business Social Compliance Initiative – BSCI**: Sistema de auditorías que monitorea el desempeño social de los proveedores. Ha sido desarrollado por los minoristas europeos para mejorar las condiciones sociales de los países abastecedores.

- c. **OEKO TEX:** La certificación de productos conforme a la OEKO-TEX® Standard 100 ofrece a las empresas en la cadena textil un instrumento óptimo y un claro valor añadido que garantiza la calidad de sus productos
- d. **Fair Trade:** Certificación que promueve el trato justo entre productores y consumidores.
- e. **EU Ecolabel:** Certificación voluntaria diseñada para alentar a las empresas a comercializar productos amigables con el medio ambiente, de tal forma que sean fácilmente identificables para los consumidores europeos.

Finalmente, entre otras certificaciones reconocidas destacan Made-By Label, Green Chemistry Network – GC y Labour Behind the Label.

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio

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

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

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Perú cuenta actualmente con un Acuerdo Comercial con la Unión Europea el cual entró en vigencia en marzo de 2013. Este acuerdo forma parte de una estrategia comercial integral que busca convertir al Perú en un país exportador, consolidando más mercados para sus productos, desarrollando una oferta exportable competitiva y promoviendo el comercio y la inversión para brindar mayores oportunidades económicas y mejores niveles de vida, así como certidumbre, estabilidad y seguridad jurídica para el comercio y las inversiones.

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

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

6.2. Productos con Potencial Exportador

Sector Textil

Cuadro N° 8

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2013 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrella	681	0%	Turquía – 22% China – 17% Bélgica – 12%
620443	Vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	609	0%	China – 34% Rumanía – 17% India – 11%
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	535	0%	Rumanía – 21% China – 17% India – 15%
610510	Camisas de punto de algodón para hombres y niños	Estrella	409	0%	Bangladesh - 19% China – 14% Italia – 11%
611011	Suéteres, jerséis, chalecos y artículos similares	Estrella	327	0%	China – 32% Italia – 14% Turquía – 7%
610462	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón	Estrella	319	0%	Bangladesh – 20% Turquía – 19% China – 17%
610443	Vestidos de punto de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Prometedor	283	0%	China – 37% Rumanía - 11% Turquía – 8%
610463	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sintéticas	Prometedor	177	0%	China - 31% Turquía – 14% Bangladesh – 8%
610442	Vestidos de algodón para mujeres o niñas	Prometedor	163	0%	China – 29% India – 11% Turquía – 11%
610620	Camisas, blusas y blusas camiseras de algodón	Prometedor	162	0%	Turquía – 28% China – 13% Moldava - 9%

Fuente: Trademap / SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Las ventas del mercado de prendas de vestir de Reino Unido registraron un crecimiento marginal de 0,8% en volumen y 3,7% en valor en 2013. No obstante, Reino Unido es uno de los mercados con el gasto per cápita en prendas de vestir más alto de la región, el cual suma US\$ 1 640 al año.

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

Se espera que este mercado registre un buen crecimiento (2,2% en volumen y 1% en valor, entre 2014 y 2019) debido a la gran inversión en promoción y visibilidad en los medios de comunicación. Los nuevos portafolios de productos y la contención de la crisis de la Euro Zona contribuirán con el crecimiento de las ventas.

Sector artículos de decoración y regalo

Cuadro N° 9

Sector artículos de decoración y regalo					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones		
			2013 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
950300	Triciclos, patinetes y coches de pedal, juguetes para infantiles	Estrella	2 399	0%	China - 69% R. Checa - 9% H. Kong - 4%
570330	Alfombras y revestimientos para el suelo de materias artificiales	Estrella	528	0%	Bélgica - 51% Holanda - 33% China - 3%
630260	Ropa de tocador o de cocina de algodón	Estrella	254	0%	India - 34% Pakistán - 21% China - 15%
630231	Ropa de cama de algodón	Estrella	215	0%	Pakistán - 37% China - 18% India - 12%
702000	Manufacturas de vidrio	Estrella	151	0%	China - 67% Irlanda - 11% EE.UU. - 5%
630221	Ropas de cama, estampadas, de algodón	Prometedor	83	0%	Pakistán - 23% China - 22% Italia - 10%
441900	Artículos de meza o de cocina, de madera	Prometedor	62	0%	China - 61%

					Tailandia - 11% Polonia - 4%
570490	Alfombras y revestimientos para el suelo de fieltro	Prometedor	59	0%	Bélgica - 66% Francia - 14% Holanda - 12%
701328	Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador o baño	Prometedor	59	0%	Francia - 23% Turquía - 18% China - 16%
570500	Alfombras y revestimientos para el suelo de las demás materias textiles	Prometedor	57	0%	India - 31% China - 14% Polonia - 13%

Fuente: Trademap / SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

El mercado de artículos de decoración, accesorios para el hogar y jardín de Reino Unido equivalió en 2014 a 15 964 millones de euros, mostrando un crecimiento de 1,8% en valor con respecto al año anterior. La recesión ha afectado severamente el gasto de consumidor. Las compras se dan principalmente en artículos de bajo precio.

La baja confianza del consumidor sigue afectando el gasto en artículos considerados no esenciales, tales como muebles y artículos para jardín. Por otro lado, los artículos esenciales y productos que necesitan ser reemplazados periódicamente, como textiles para el hogar y colchones, han registrado un ligero crecimiento en los últimos años.

Sector Joyería

Cuadro N°10

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

Fuente: Trademap / SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

El valor de las ventas del sector joyería en Reino Unido aumentó 0,5% en 2014. Las ventas de anillos ocuparon la mayor parte de las ventas de joyería real con un 47% de participación en 2014. En este producto, la venta de anillos de compromiso y matrimonio ocuparon la mayor proporción de las ventas, especialmente debido a que los compradores están dispuestos a pagar precios más altos por este tipo de bienes. Dado el precio del oro, se ha dado un incremento en la compra de plata, la que es considerada como la segunda mejor opción.

VII. Tendencias del Consumidor

Muchas mujeres en Reino Unido tienen un enfoque ecléctico de la moda y suelen combinar las prendas de moda de temporada, como las de las tiendas Zara, Mango, Topshop, Primark y H&M; con ropa de diseñador y prendas antiguas. Las tiendas minoristas como Marks & Spencer tienden a ser más favorecidas por los consumidores de mayor edad.

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

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

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

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

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

VIII. Cultura de Negocios⁶

⁶ www.santandertrade.com

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

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 N° 11

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
Fashion, Embroidery and Stitch	Moda y calzado	Londres, Reino Unido	Del 19 al 22 de marzo de 2015	http://www.fashionembroidery.co.uk/
Sewing For Pleasure 2015	Moda y calzado	Birmingham, Reino Unido	Del 19 al 22 de marzo de 2015	http://www.sewingshow.co.uk/

Ideal Home Show	Artículos de Regalo y Decoración / Joyería	Londres, Reino Unido	Del 20 de marzo al 06 de abril de 2015	http://www.idealhomeshow.co.uk/
Pulse London 2015	Artículos de Regalo y Decoración / Joyería / Moda	Londres, Reino Unido	Del 10 al 12 de mayo de 2015	http://www.pulse-london.com/
Home & Gift 2015	Artículos de Regalo y Decoración / Joyería / Moda	Harrogate, Reino Unido	Del 19 al 22 de julio de 2015	http://www.homeandgift.co.uk/
Giving and Living 2016	Artículos de Regalo y Decoración	Exeter, Reino Unido	Del 17 al 20 de enero de 2016	http://www.givingliving.co.uk/
Jewellery & Watch	Joyería	Birmingham, Reino Unido	Del 07 al 11 de febrero de 2016	http://www.jewelleryandwatchbirmingham.com/

Fuente: nferias Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

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.qtis.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