

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Guía de Mercado

REINO UNIDO



prom
perú

Contenido

- 1. Resumen ejecutivo**
- 2. Situación económica y de coyuntura**
- 3. Comercio exterior de bienes y servicios**
 - 3.1 Intercambio comercial Reino Unido -Mundo**
 - 3.2 Intercambio comercial Perú- Reino Unido**
- 4. Acceso a mercados**
 - 4.1 Barreras arancelarias**
 - 4.2 Barreras no- arancelarias**
 - 4.3 Distribución y transporte de mercaderías**
- 5. Oportunidades comerciales**
- 6. Tendencias del consumidor**
- 7. Cultura de negocios**
- 8. Acuerdos comerciales de Reino Unido**
- 9. Links de interés**
- 10. Anexo: Tiendas Especializadas**

1. Resumen ejecutivo

El Reino Unido se ubica como la séptima economía a nivel mundial y tercera en la Unión Europea. Es una nación altamente desarrollada, diversificada y orientada al mercado con amplios servicios de bienestar social que proveen a la mayoría de los habitantes un elevado estándar de vida. En 2009, Reino Unido sufrió una gran caída del PBI, siendo ésta -4.0% debido a la crisis financiera internacional. Sin embargo, el crecimiento previsto para el 2013 es de 1.1% mientras que para el 2014 es de 2.2%.

El país se ubicó en el puesto 5° en el ranking de los mayores importadores de prendas y complementos de vestir en 2011. Este país importó un total de US\$ 24,840 millones el año 2011, y US\$ 22,042 millones en 2010, lo que significó un crecimiento en importaciones del sector confecciones de 12.7%.

En este contexto, el Perú se encuentra en el puesto 42° como país proveedor de confecciones al mercado de Reino Unido, con un total exportado de US\$ 24 millones en 2011. Cabe resaltar que las exportaciones peruanas a Reino Unido representaron el 0.13% del total importado, participación bastante baja si lo comparamos con China, su principal abastecedor, que obtuvo una participación de 30.3% en 2011.

En el tema de artesanías, Reino Unido se ubica en el puesto 3° como uno de los principales importadores del mundo y registró un monto importado de US\$ 7,672 millones en 2011, es decir, un crecimiento de 8.25% con respecto al año 2010. Su principal proveedor es China con el 40.3%, en contraste Perú posee una participación de 0.00%.

En el sector joyería, Reino Unido se sitúa en el puesto 4° con un monto importado de US\$ 3,706 millones en 2011, siendo su principales proveedor Francia con una participación del 28.4% importado en 2011. Perú aún posee una participación demasiado baja, siendo ésta 0.03%.

Dentro de los productos peruanos prometedores en el mercado de Reino Unido se encuentran: vestidos de fibras sintéticas; abrigos, chaquetones; chales, pañuelos y bufandas; camisonos y pijamas de fibras sintéticas, entre otros. En lo referente al sector artesanías, están los bolsos de mano, artículos de cama, estatuillas y adornos de madera. Finalmente, en el sector joyería los artículos de plata se muestran con potencial para poder ser exportados a este mercado.

2. Situación económica y de coyuntura

El Reino Unido se ubica como la séptima economía a nivel mundial y tercera en la Unión Europea. Se caracteriza por ser una nación altamente desarrollada, diversificada y orientada al mercado con amplios servicios de bienestar social que proveen a la mayoría de los habitantes un elevado estándar de vida.

En 2009, Reino Unido sufrió una gran caída del PBI, siendo ésta -4.0% debido a la crisis financiera internacional. Sin embargo, el crecimiento previsto para el 2013 es de 1.1% mientras que para el 2014 es de 2.2%.

Cuadro N°1

Indicadores económicos							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013(*)	2014(*)
Crecimiento real del PBI (%)	-1.0	-4.0	1.8	0.8	-0.4	1.1	2.2
PBI per cápita (US\$)	43,511	35,489	36,442	38,811	38,591	39,884	41,494
Tasa de inflación (%)	3.6	2.1	3.3	4.5	2.7	1.9	1.7
Tasa de desempleo (%)	5.6	7.5	7.9	8.0	8.1	8.1	7.9

Fuente: FMI Elaboración: PROMPERU

(*) Cifras estimadas por FMI

La tasa de inflación mostró su menor nivel en 2009, registrando 2.1%. En el periodo 2009-2011 la tendencia fue creciente y alcanzó 4.5% en 2011. Las estimaciones del FMI indican que las tasas serán 1.9% y 1.7% para el 2013 y 2014 respectivamente.

La tasa de desempleo es una de las más bajas en Europa (8.1% para el 2011). El Reino Unido tiene que enfrentarse a dos principales retos: modernizar sus servicios públicos (transporte, educación, salud pública, etc.), reformar el sistema de pensiones, además de sobrellevar las vicisitudes de la crisis económica mundial a la cual no es inmune.

3. Comercio exterior de bienes y servicios

3.1 Intercambio Comercial Reino Unido -Mundo

Reino Unido es la tercer mayor economía en la Unión Europea y la participación del comercio internacional en el PBI es más del 50%. El comercio de este país con el mundo ascendió a US\$ 1, 175,203 millones en 2011, es decir, mostró un incremento de 16.8% con respecto al 2010, por el aumento tanto de las exportaciones (20.7.0% de variación) como de las importaciones (14.0%). La balanza comercial fue deficitaria y decreciente como consecuencia de un comportamiento creciente de las importaciones hasta el 2011, las cuales ascendieron a US\$ 673,394 millones.

En 2011, los principales productos exportados por el Reino Unido fueron oro en las demás formas semilabradas (US\$ 30,040 millones como monto de exportación), aceites crudos de petróleo o metal bituminoso (US\$ 27,405 millones), medicamentos preparados (US\$ 18,558 millones), aceites medios y preparaciones de petróleo (US\$ 15,548 millones) y aceites ligeros y preparaciones (US\$ 13,227 millones). Los principales países hacia donde se han dirigido sus exportaciones son Estados Unidos (11% de participación), Alemania (10%), Países Bajos (7%), Francia (7%) e Irlanda (6%).

Cuadro N°2

Intercambio comercial Reino Unido – Mundo (En millones de dólares)							
	2008	2009	2010	2011	2012 (*)	Var % Prom 11/08	Var % 11/10
Exportaciones	460,845	353,327	415,849	501,809	237,816	2.9	20.7
Importaciones	634,685	483,156	590,578	673,394	333,551	2.0	14.0
Balanza Comercial	-173,840	-129,829	-174,729	-171,585	237,482	-	-
Intercambio Comercial	1,095,530	836,483	1,006,427	1,175,203	571,367	2.4	16.8

Fuente: Global Trade Atlas Elaboración: PROMPERU
(*) Enero-Junio

Con respecto a las importaciones, entre los principales productos importados por Reino Unido se encuentran los aceites crudos de petróleo que registraron un valor importado de US\$ 45,015 millones en 2011, oro en formas semilabradas (US\$ 36,844), aceites medios y preparaciones de petróleo (US\$ 20,899), vehículos de transporte (US\$ 16,605) y los demás medicamentos (US\$ 13,446). Sus principales cinco países proveedores en el mismo año fueron Alemania (13% de participación), China (8%), Estados Unidos (8%), Países Bajos (7%) y Noruega (6%). Las compras realizadas desde Perú generaron que ocupara la posición 79° y una participación de 0.06%, los principales productos importados fueron estaño sin alear, harina de pescado, espárragos, café y mandarinas.

3.2 Intercambio comercial Perú- Reino Unido

El intercambio comercial entre Perú y Reino Unido ascendió a US\$ 756 millones en 2012, con lo cual registró un incremento de 11.6% respecto al año anterior. Este comercio ha sido permanentemente superavitario para el Perú y, en 2012, por ejemplo se tuvo una balanza positiva de US\$ 133 millones.

Cuadro N°3

Intercambio comercial Perú – Reino Unido (En millones de dólares)							
	2008	2009	2010	2011	2012	Var % Prom.	Var% 12/11
Exportaciones	392	241	304	425	445	3.2	4.5
Importaciones	164	136	183	252	311	17.3	23.6
Balanza Comercial	228	106	121	173	133	-	-
Intercambio Comercial	557	377	487	677	756	7.9	11.6

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU.

Las importaciones peruanas desde Reino Unido aumentaron 23.6% el año pasado con relación al 2011, al sumar US\$ 311 millones. Estas compras se concentraron en productos como whisky (US\$ 29 millones), vehículos de transporte (US\$ 17 millones), sellos (US\$ 16 millones), motores (US\$ 14 millones) y volquetes (US\$ 12 millones)

Cuadro N° 4

Exportaciones peruanas a Reino Unido por sectores				
(En millones de dólares)				
Sector	2011	2012	Var %	
Total Tradicional	254	270	6.5	
Mineros	178	221	24	
Cobre	2	0	-100	
Plata	0	0	---	
Oro	76	208	174.8	
Estaño	100	12	-88.1	
Resto	0	1	---	
Pesqueros	43	28	-34.1	
Harina de pescado	41	27	-33.9	
Aceite de pescado	2	2	-36.3	
Petróleo y Gas Natural	0	0	---	
Petróleo derivados	0	0	---	
Gas natural	0	0	---	
Agrícolas	32	21	-36.5	
Algodón	0	0	----	
Azúcar	0	0	----	
Café	31	19	-38.6	
Agro resto	1	1	15.7	
Total No Tradicional	172	175	1.7	
Agropecuario	106	126	18.2	
Textil	31	21	-30.7	
Pesquero	5	4	-20.5	
Químico	24	17	-28.7	
Metal-mecánico	0	0	-12.8	
Sídero-metalúrgico	1	1	-12.7	
Minería no metálica	2	1	-36.8	
Artesanías	0	0	---	
Maderas y papeles	1	1	-11.3	
Pieles y cueros	0	0	-33.3	
Varios (incluido joyería)	1	3	118.3	
Total	425	445	4.5	

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En los últimos cinco años, las exportaciones del Perú a Reino Unido aumentaron 3.2% en promedio anual, y en 2012 totalizaron US\$ 445 millones. Del total exportado a este mercado durante el 2012, el sector tradicional representó el 61%, el cual ascendió a US\$ 270 millones, reflejando un aumento de 6.5% con respecto al año a anterior. Destacaron los envíos del sector minero, siendo el de mayor valor de venta el oro (US\$ 208 millones).

Por otro lado, la exportación de productos con valor agregado representado por el sector no tradicional constituye el 39% restante, el cual mostró un alza de 1.7% registrando US\$ 175 millones. Los sectores no tradicionales que tuvieron los mayores valores de exportación fueron: agropecuario (US\$ 126 millones), textil (US\$ 21 millones) y químico (US\$ 17 millones)

En el siguiente cuadro se muestra los principales productos peruanos exportados a Reino Unido correspondientes a los sectores: confecciones, artesanías y joyería.

Cuadro N°5

Exportaciones peruanas a Reino Unido por línea de producto					
(En miles de dólares)					
Línea / producto	2010	2011	2012	Var % 2012/2011	Var % 2012/2010
Confecciones de punto	23,790	21,676	14,779	-31.8	-21.2
Camisas de algodón para hombres o niños	10,149	9,309	5,331	-42.7	-27.5
Polo shirt de algodón para mujeres o niñas	4,069	1,894	1,645	-13.1	-36.4
T-shirt de algodón	2,942	2,677	1,635	-38.9	-25.5
Los demás suéteres, pullovers, cardigans de lana o pelo fino	1,176	1,405	1,181	-15.9	0.2
Suéteres, pullovers, cardigans de punto de algodón	1,742	1,607	1,112	-30.8	-20.1
Prendas y complementos de vestir para bebés de algodón	704	797	707	-11.2	0.2
Demás	3,008	3,987	3,168	-20.5	2.6
Confecciones de tejido plano	2,072	2,315	495	-78.6	-51.1
Pantalones de algodón para mujeres o niñas	41	19	113	507.6	66.0
Vestidos de algodón para mujeres o niñas	45	44	57	30.8	125
Camisas de algodón para hombres o niños	1,535	1,732	49	-97.2	-82.1
Polo shirt de algodón para mujeres y niñas	12	3	48	1,768.6	100.4
Chales, pañuelos, bufandas de lana o pelo fino	54	37	47	26.6	-7.0
Demás	385	480	181	-62.3	-31.4
Artesanías	376	261	514	96.6	16.9
Pinturas y dibujos	0	0	259	-	-
Mantas de las demás materias textiles	200	100	93	-7.4	-32.0
Las demás estatuillas y adornos de madera	26	41	32	-23.4	10.3
Artículos de peletería de alpaca	60	24	25	5.8	-35.0
Alfombras de nudo de lana o pelo fino	4	0	23	-	146.8
Demás	86	96	82	14.5	-2.0
Joyería	385	864	2,306	166.8	144.9
Artículos de joyería de los demás metales preciosos	303	273	1,851	577.8	147.1
Artículos de joyería de plata	82	591	455	-23.1	136.2

Fuente: Business Intelligence Elaboración: PROMPERU

4. Acceso a mercados

4.1 Barreras arancelarias

A continuación se detallan las principales confecciones, artesanías y joyería importadas por el Reino Unido desde Perú con los respectivos aranceles que este país le aplica a Perú, al mundo y a los principales competidores de cada partida. Perú al gozar de las preferencias otorgadas por el TLC con la UE no paga aranceles de entrada al país.

Cuadro N°6

Arancel de confecciones exportadas a Reino Unido				
Partida	Descripción	Mundo (%) (*)	Perú (%)	Competidores (Arancel que pagan)
610510	Polo shirt de algodón para hombre o niños	9.6 ó 12	0	Bangladesh (0%) China (12%) Pakistán (9.6%)
610610	Polo shirt de algodón para mujeres o niñas	9.6 ó 12	0	China (12%) India (9.6%) Turquía (0%)
610910	T-shirt de algodón	9.6 ó 12	0	Bangladesh (0%) Turquía (0%) India (9.6%) China (12%)
611019	Suéteres, pullovers, cardigans, de lana o pelo fino	9.6 ó 12	0	Turquía (0%) Bangladesh (0%) China (12%)
611020	Suéteres, pullovers, cardigans de punto de algodón	9.6 ó 12	0	Bangladesh (0%) Turquía (0%) China (10.5%)
611120	Prendas y complementos de vestir para bebés de algodón	8.3 ó 10.5	0	India (8.3%) Sri Lanka (8.3%) India (9.6%)
620442	Vestidos de algodón para mujeres o niñas	9.6 ó 12	0	China (12%) Italia (0%) China (12%)
620520	Camisas de algodón para hombre o niños	9.6 ó 12	0	Bangladesh (0%) India (9.6%) Italia (0%)
621420	Chales, pañuelos, bufandas de lana o pelo fino	8 ó 6.4	0	China (8%) India (6.4%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

(*) El arancel de 12% es aplicado generalmente a China y Hong Kong
El arancel de 9.6% es aplicado generalmente a países del Medio Oriente y los demás países asiáticos.

Cuadro N°7

Arancel de artesanías exportadas a Reino Unido				
Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores (Arancel que pagan)
970110	Pinturas y dibujos	0	0	Estados Unidos (0%) Suiza (0%) Francia (0%) China (0%)
630120	Mantas de las demás materias textiles	9.6 ó 12	0	Alemania (12%) Portugal (0%) China (5.2%)
691390	Las demás estatuillas y adornos de madera	1.7 ó 5.2	0	Alemania (0%) Vietnam (1.7%) China (3.7%)
430390	Artículos de peletería de alpaca	3.7	0	Italia (0%) Estados Unidos (3.7%) Nepal (0%)
570110	Alfombras de nudo de lana o pelo fino	5.5 ó 6.3	0	Pakistán (5.5%) India (6.3%)

Cuadro N°8

Arancel de joyería exportadas a Reino Unido				
Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores (Arancel que pagan)
711319	Artículos de joyería de los demás metales preciosos	2.5	0	Francia (0%) Estados Unidos (2.5%) Suiza (0%) Tailandia (2.5%)
711311	Artículos de joyería de plata	2.5	0	Dinamarca (0%) China (2.5%)

4.2 Barreras no arancelarias

Los productos que se comercialicen en el Reino Unido al igual que en el resto de la Unión Europea deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a garantizar la protección de los consumidores. Dichos requisitos pretenden asegurar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales, informaciones específicas, etc.). Entre los principales requisitos se encuentran la indicación de la composición de la fibra principal que se utilizó en la elaboración de la prenda, los que no cumplan con este requerimiento no podrán ser comercializados en la Unión Europea. La regulación es la Directiva 2008/121/CE, la cual reemplaza la anterior Directiva 96/74/CE.

Etiquetado ecológica europea

La etiqueta ecológica comunitaria, o logotipo de la flor, es la marca oficial de la Unión Europea para productos con el menor impacto ambiental en un amplio rango de productos. El objetivo es promover y ayudar a los consumidores a identificar aquellos bienes que contribuyen significativamente al mejoramiento en aspectos ambientales claves.

La participación en este programa es voluntaria. Esto significa que los productos pueden ser vendidos en el mercado de la Unión Europea sin el logotipo de la Flor y no hay regulaciones que obliguen aplicar la etiqueta ecológica.

El Reglamento (CE) N° 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-27 30/01/2010) (CELEX 32010R0066) establece los requisitos básicos para la concesión de la etiqueta ecológica.

Los criterios en materia de etiqueta ecológica están regulados específicamente por grupos de productos (textiles, calzado, productos de limpieza, electrodomésticos, artículos de papel, etc.).

Los fabricantes, importadores, prestadores de servicios, comerciantes o minoristas pueden solicitar la etiqueta ecológica al organismo competente del Estado miembro de comercialización del producto.

EUROPEAN UNION ECO-LABEL



Awarded to goods or services which meet the environmental requirements of the EU-eco-labelling scheme

Licence registration number:

4.3 Distribución y transporte de mercancías

- **Distribución de mercancías¹**

El mercado de distribución en el Reino Unido es bastante específico: el precio juega un papel importante a la hora de elegir un producto por los consumidores.

Los artículos de vestir se comercializan a través de sucursales de grandes cadenas, tiendas departamentales (Marks&Spencer, Woolworths, Boots, Sainsbury) y tiendas especializadas las cuales vienen experimentando un gran desarrollo. En 2011, las tiendas especializadas registraron un incremento de 3% sumando £ 41,700 millones.

En 2011, la competencia de precios fue intensa y muchos minoristas comenzaron los periodos de descuentos con anterioridad, sobre todo por el aumento de precios del algodón y el incremento del IVA. Hubo una disminución de puntos de venta a partir del 2005, debido a que los consumidores, en particular las mujeres, empezaron a adquirir sus prendas a través de internet.

Primark, tienda especializada líder en el Reino Unido, mostró un crecimiento fenomenal a partir del 2004. Actualmente ha continuado reforzando su posición a través de la adición de tiendas y aumento de sus ingresos, siendo el 2011 el año donde obtuvo su mayor nivel de ventas. Cabe resaltar que los minoristas de ropa de lujo también alcanzaron un crecimiento notable en ventas tales como Ralph Lauren, Burberry, Costa, los cuales mostraron crecimiento por encima del 10%.

Los minoristas internacionales también juegan un papel importante. Inditex, Industria de diseño Textil, Claire'sStores y TK Maxx se centran en el mercado de masas, mientras que tiendas como Abercrombie&FitchStores y GBO LVMH MoëtHennessy Louis Vuitton enfocadas en grupos de consumidores de ingresos medio-alto.

- **Transporte de mercancías**

En cuanto al transporte de mercaderías, la mayoría de ellos se realizan a través de la red de carreteras, la cual se extiende a lo largo de 400,000 km de carreteras asfaltadas; considerando los 3,300 km de autopistas.

El 97.0% del volumen del comercio exterior británico es manejado por el transporte marítimo: consiste en más de 600 millones de toneladas por año y existen cientos de puertos bien equipados para el transporte de mercaderías. Los puertos más importantes son Londres, Plymouth, Southampton, Aberdeen, Liverpool, Felixtowe y Dover. Inglaterra, Escocia y Gales tienen más de 80 puertos que forman parte de la Asociación de Puertos Británicos.

La red de transporte aéreo internacional no es muy importante. Sin embargo, los aeropuertos ingleses cumplen un rol importante en el transporte internacional. Los principales aeropuertos se encuentran en Londres (Heathrow y Gatwick), Manchester, Liverpool, Newcastle, Edinburgh y Glasgow.

5. Oportunidades comerciales

A continuación se presenta una lista de productos peruanos potenciales para la exportación hacia Reino Unido, correspondientes al sector confecciones, artesanías y joyería. Es importante mencionar que los productos estrella son los productos considerados con alto crecimiento y alta participación en el mercado extranjero, mientras que los prometedores son aquellos productos que tienen alto crecimiento pero poca participación en el mercado extranjero. En el sector confecciones, se tienen como productos prometedores: vestidos de fibra sintética; abrigos, chaquetones y similares; chales, pañuelos y bufandas, camisones y

¹Euromonitor Internacional

pijamas de fibra sintética, abrigos de punto de algodón para mujeres o niñas, entre otros. En artesanías: bolsos de mano, artículos de cama, estatuillas y adornos de madera, entre otros y en joyería a los artículos de joyería de plata.

Cuadro N°8

Productos potenciales en Reino Unido Sector Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Reino Unido (2011) Miles de US\$	Arancel Perú	Competidores
610910	T-shirts de algodón	Consolidado	1,982,092	0%	Bangladesh (0%) Turquía (0%) India (9.6%)
611120	Prendas de vestir de algodón para bebés	Estrella	515,420	0%	China (10.5%) India (8.3%) Sri Lanka (8.3%)
610510	Polo shirt de algodón, para hombres	Estrella	467,339	0%	Bangladesh (0%) China (12%) Pakistán (9.6%)
610610	Polo shirt de algodón para mujeres	Estrella	176,087	0%	China (12%) India (9.6%) Turquía (0%)
610444	Vestidos de fibras sintéticas, para mujeres	Prometedor	149,932	0%	China (12%), Turquía (0%), Italia (0%)
610230	Abrigos, chaquetones y artículos similares	Prometedor	123,280	0%	China (12%), Bangladesh (0%), Alemania (0%)
611710	Chales, pañuelos, bufandas	Prometedor	107,208	0%	China (12%), Alemania (0%), Italia (0%)
610832	Camisones y pijamas de fibras sintéticas	Prometedor	92,806	0%	China (12%), Sri Lanka (9.6%), Marruecos (0%)
610220	Abrigos de punto de algodón para mujeres o niñas	Prometedor	87,735	0%	China (12%), Países Bajos (0%), Turquía (0%)
610343	Pantalones para hombre o niños	Prometedor	86,668	0%	China (12%), Bélgica (0%), Kirguistán (9.6%)
610120	Abrigos de punto de algodón para hombres o niños	Prometedor	65,596	0%	China (9.6%), Bélgica (12%), Países Bajos (0%)
621142	Demás prendas de vestir de algodón para mujeres o niñas	Prometedor	59,801	0%	China (12%), India (9.6%), Indonesia (9.6%)
621710	Complementos de vestir	Prometedor	59,208	0%	China (6.3%), Italia (0%), Países Bajos (0%)
610721	Camisones y pijamas de punto de algodón, para hombres o niños	Prometedor	58,068	0%	China (12%), India (9.6%), Bangladesh (0%)
611019	Suéteres, pullovers, cardigans de alpaca	Estancado	34,736	0%	China (12%) Turquía (0%) Bangladesh (0%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

Cuadro N°9

Productos potenciales en Reino Unido Sector Artesanías					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Dinamarca (2011) Miles de US\$	Arancel Perú	Competidores
420222	Bolsos de mano con la superficie exterior de plástico	Estrella	507,799	0%	China (5.7%) Italia (0%) Francia (0%)
940490	Artículos de cama (almohadas, cojines, edredones)	Prometedor	335,603	0%	China (3.7%) India (0%) Estonia (0%)
442010	Estatuillas y adornos de madera	Prometedor	25,318	0%	China (2%) Indonesia (0%) India (0%)
960200	Materias vegetales o animales para tallar, trabajos y manufacturadas	Prometedor	21,386	0%	Bélgica (0%) China (2.2%) Países Bajos (0%)
630190	Las demás mantas	Prometedor	15,797	0%	China (12%) India (9.6%) Polonia (0%)
630120	Mantas de lana o pelo fino	Prometedor	6,687	0%	China (12%) Alemania (0%) Portugal (0%)
430390	Demás artículos de peletería	Prometedor	6,661	0%	China (3.7%) Italia (0%) Estados Unidos (3.7%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

Cuadro N°10

Productos potenciales en Reino Unido Sector Joyería					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Dinamarca (2011) Miles de US\$	Arancel Perú	Competidores
711311	Joyería de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso	Prometedor	355,500	0%	Tailandia (2.5%) Dinamarca (0%) China (2.5%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

6. Tendencias del consumidor²

El gasto del consumidor en ropa en el Reino Unido mostró un descenso después de 2007, como deterioro de las condiciones económicas. Se redujo la confianza de los consumidores y los compradores se convirtieron cada vez más cautelosos en gastar dinero.

La tendencia que se registra es el fenómeno de las tiendas “pop-up”, locales de venta que operan de forma temporal. La aparición de estos tipos de locales ha ido en incremento convirtiendo a Londres en la ciudad “pop-up” del 2010. El éxito de esta tendencia se basa, en parte, por el hecho de que un número cada vez mayor de puntos de venta principales quedaron vacantes como consecuencia de la recesión económica. En muchos casos, el objetivo principal de este tipo de tiendas no es necesariamente impulsar las ventas, sino exponer las marcas para familiarizarlas con los consumidores. Cerca de un millón de personas visitan el Reino Unido cada año solo para ir de compras, este turismo de moda registra alrededor de £ 3 mil millones anuales.

Las celebridades siguen desempeñando un papel importante la definición del estilo en mercado de ropa de Reino Unido, se refleja en las miles de revistas y periódicos enfocados en asesorar al consumidor acorde con lo que visten los famosos. Una importante tendencia en la moda durante los últimos años ha sido la colaboración de reconocidos diseñadores con tiendas especializadas en el sector minoristas como H&M. Éstas colecciones fueron muy bien recibidas por los consumidores con una amplia cobertura mediática.

La ropa de deporte se ha convertido en la ropa sport para muchos consumidores en Reino Unido, en particular en los más jóvenes. Aproximadamente el 78% de las mujeres usan ropa de entrenamiento para fines distintos que el ejercicio.

Se registra una tendencia, cada vez mayor, de recurrir a minoristas en internet cuando se trata de comprar ropa, entre los principales se encuentran ASOS, Net-a-Porter y su socio Sr. Porter (sitio web solo para hombres). Se observa una tendencia positiva en el gasto de los consumidores de Reino Unido en vestimenta y calzado con un incremento de 2.5% con respecto al año 2011. Asimismo, los pronósticos para los próximos años muestran un escenario positivo, pues aumentará el gasto en este rubro y gastarán en promedio US\$ 10,398 millones para el 2015 y US\$ 124,318 millones para el 2020.

Cuadro N°11

Gasto del consumidor de Reino Unido (2011-2020)					
(En millones de dólares)					
Rubro	2011	2012	2015	2020	Variación % 12/11
Alimentos y bebidas sin alcohol	139,493	142,860	168,487	205,495	2.4
Bebidas alcohólicas y tabaco	52,400	54,237	63,638	74,458	3.5
Vestimenta y calzado	83,537	85,653	101,398	124,318	2.5
Vivienda	368,692	389,965	486,264	627,602	5.8
Art. del hogar y servicios	72,758	73,484	84,297	100,630	1.0
Art. salud y servicios médicos	25,927	27,888	35,619	46,259	7.6
Transporte	214,233	220,249	262,384	323,280	2.8
Comunicaciones	30,830	32,223	39,949	50,733	4.5
Ocio y recreación	163,797	163,640	188,885	227,319	-0.1
Educación	22,770	24,231	30,879	40,835	6.4
Hoteles y catering	147,769	148,173	169,750	202,858	0.3
Otros productos y servicios	165,691	168,265	193,926	227,167	1.6
TOTAL	1,487,896	1,530,868	1,825,476	2,250,955	2.9

Fuente: Euromonitor

Elaboración: PROMPERU

²Euromonitor Internacional

7. Cultura de negocios

En tiempos de globalización la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. La capacidad intercultural es la habilidad de comunicarse de forma óptima con personas de otras culturas teniendo en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entendimiento del comportamiento de los otros así como su forma de pensar.

Tomarse el tiempo para conocer algo sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

Hay que tener una cierta precaución cuando se refiere a dos partes bien diferenciadas del país: la parte inglesa y la parte escocesa. A un escocés no le gusta que le llamen inglés y de forma inversa un inglés, de la parte no escocesa, no le gusta que le llamen escocés.

Al igual que sucede en la mayoría de países, dirijase siempre a su interlocutor por los tratamientos de "Mister" (señor) o "Madam" (señora) seguido del apellido y sobre todo no olvidemos hablar de usted, lo cual resulta muy sencillo ya que YOU se utiliza tanto para la segunda persona del singular como del plural.

La relación profesional con un inglés ha de ser siempre muy formal y manteniendo el mínimo contacto físico.

Indicaciones de vestimenta en invitaciones deben ser absolutamente respetadas. No debe quitarse la corbata en absoluto, tampoco en fiestas de negocios. De las damas se espera también vestimenta conservadora y discreta.

En la mesa de ningún modo se habla de negocios. Un inglés le va a tomar muy a mal, si usted al cenar en el restaurante habla de negocios. Según el código de conducta inglés es descortés hablar en la noche sobre negocios. Esta regla también tiene validez al visitar pubs y bares en la noche.

Aunque en la mayor parte de las negociaciones que usted tenga en el extranjero se hable de importes y costes en dólares, los ingleses prefieren hablar en términos de libras esterlinas (su moneda).

8. Acuerdos comerciales de Reino Unido

El Reino Unido ha firmado diversos acuerdos bilaterales y multilaterales en la Unión Europea con los siguientes países:

- **TLC de Perú con la Unión Europea** entró en vigencia el 1 de marzo de 2013. Es un acuerdo integral que involucra aspectos laborales para evitar la explotación del ambiente. El tratado consolida también el ingreso libre para productos de exportación como textiles, espárragos, paprika y platas, entre otros.
- Acuerdos arancelarios con Australia, Canadá, Estados Unidos, México y Corea del Sur.
- Acuerdo EU-EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio) del 1972 con Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.
- Acuerdos de Asociación Euro-Mediterránea con Turquía, Israel, Jordania, Marruecos, Palestina, Túnez, Egipto, Líbano y Siria.
- Acuerdos ACP (Países de África, el Caribe y el Pacífico), el 95.0% de las tarifas en países en desarrollo de África, Islas del Caribe y el Pacífico están en 0.0%

9. Links de interés

- Portal del Gobierno del Reino Unido: www.ukonline.gov.uk
- Estadísticas del Reino Unido: www.statistics.gov.uk
- Cámara de Comercio Británica: www.britishchambers.org.uk
- UK Trade & Investment: www.uktradeinvest.gov.uk
- International Business Wales: www.ibwales.com
- Confederation of British Industry: www.cbi.org.uk
- Federation of Small Business: www.fsb.org.uk
- British Retail Consortium: www.brc.org.uk