

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Guía de Mercado
Ghana



prom
perú

Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura	5
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	5
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos	6
3.3.	Nivel de Competitividad	7
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	8
4.1.	Intercambio Comercial Ghana - Mundo	8
4.2.	Intercambio Comercial Ghana – Perú	9
V.	Acceso al Mercado	11
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias	11
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	14
VII.	Tendencias del Consumidor	19
VIII.	Cultura de Negocios	20
IX.	Links de interés	21
X.	Eventos Comerciales	21
XI.	Bibliografía	22

I. Resumen Ejecutivo

Ghana, motor económico del África Sub – Sahariana y una de las democracias más sólidas de la región, ha registrado crecimientos en su PBI por encima del 7%. Esto a consecuencia del notable incremento de los precios internacionales de los commodities que exporta, así como por las importantes fuentes de inversión recibidas en sectores tan diversos como hidrocarburos, minería y retail. Es por ello que, según el FMI, este crecimiento se prolongará hasta 2015 con tasas superiores al 8% por lo cual, a mediano plazo, Ghana se convertirá en una de las diez economías mundiales más dinámicas y prometedoras de la presente década.

El comercio exterior ha mostrado particular dinamismo a partir de 2011, año en el que se cuadruplicaron sus exportaciones en relación a 2010, gracias al alza del precio del oro, cacao y petróleo, y la mayor demanda por parte de economías como India, Francia y Emiratos Árabes. Esto favoreció a que el país experimente una balanza positiva luego de muchos años de déficit comercial.

A nivel demográfico, Ghana ofrece un mercado de poco más de 25 millones de habitantes, el segundo más grande en el África Sub – Sahariana, únicamente por detrás de Nigeria. Debido a sus facilidades logísticas, es considerada la puerta de ingreso al África Occidental, región que alberga a más de 250 millones de consumidores.

Asimismo, la estabilidad política y económica ha traído notables beneficios a Ghana. La mejora de la calidad de vida ha generado que sean cada vez más el número de personas que asisten a centros especializados de formación y universidades como medio para conseguir mayores ingresos, lo cual junto con el desarrollo económico ha abierto paso a una importante clase media con capacidad de consumo. Gracias a ello, los ghaneses cuentan con el mayor nivel de consumo per cápita en todo el continente, el cual es mayor a US\$ 5 000¹.

En los últimos cinco años, el intercambio comercial entre Perú y Ghana ha sido volátil, con una tendencia a la baja a partir del pico alcanzado en 2011, año que bordeó los US\$ 23 millones. Pese a ello, la balanza comercio ha sido históricamente positiva para el Perú (US\$ 1,7 millones en 2013), situación explicada por las decrecientes importaciones de bienes ghaneses por parte del país.

Sin embargo, este mercado es relativamente nuevo para los exportadores peruanos y muestra importante potencial para productos variados como jurel, caballa y merluza congelados, baldosas y azulejos esmaltados, máquinas de sondeo y perforación, y tomates en conservas. Otros productos que podrían tener una demanda interesante son los pescados ahumados, especialmente tilapia y bagre, cemento y maquinaria pesada para la minería.

¹ Euromonitor International: Ghana Country Pulse

II. Información General



La República de Ghana se encuentra situada en el extremo oeste del continente africano y cuenta con una superficie 238 533 kilómetros cuadrados. Limita con Burkina Faso (norte), Togo (este), Costa de Marfil (oeste) y el Golfo de Guinea (sur).

El país es reconocido por tener una de las pocas democracias sólidas de la región, por lo cual tiene un rol relevante en una de las organizaciones más importantes de África: la Unión Africana (UA). Asimismo, es miembro activo de otras organizaciones como la Organización de Naciones Unidas, la Comunidad Económica de Estados de África Occidental² (ECOWAS) y la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Ghana se encuentra dividida en diez (10) regiones administrativas que, a su vez, se subdividen en 138 distritos y 16 000 comités. Las regiones que componen el territorio ghanés son Gran Acra, Ghana Occidental, Ghana Oriental, Ghana Central, Ashanti, Volta, Brong – Ahafo, Ghana Septentrional, Alta Ghana Oriental y Alta Ghana Occidental.

En la región de África Subsahariana, Ghana es el segundo país más poblado por detrás de Nigeria con poco más de 25 millones de habitantes. Su población, en mayoría, es joven y crece a una tasa promedio anual de 2%; su esperanza de vida es una de las más altas de la región: 65 años. Las regiones más pobladas son Ashanti (Kumasi) y Greater Accra, en la cual se ubica la capital Accra. Cabe agregar que es uno de los pocos países africanos que posee mayoría cristiana, superior al 71% de la población.

La diversidad racial es evidente en el país y se estima que el 48% de su población es Akan, le siguen en orden las etnias Mole – Dagbon (17% de participación), Ewe (14%), Ga – Dangme (7%), Gurma (6%) y Guan (4%). Pese a ello, los conflictos étnicos son todavía comunes en el norte del país, precisamente donde la pobreza es aun generalizada. En tanto, la lengua predominante es el inglés, hablado por el 36% de la población; no obstante, existen varios idiomas étnicos que tienen relevancia regional tales como el Asante (15%), el Ewe (13%) y el Fante (10%).

A nivel económico, el país ha demostrado particular dinamismo en los últimos años; con un PBI equivalente a US\$ 40,7 mil millones en 2012, lo cual significó un crecimiento de 7,9% en dicho año. Asimismo, en 2013, el PBI ghanés experimentó un crecimiento similar (7,9%) gracias a las

² Cfr. Para mayor información: <http://www.ecowas.int/>

mayores exportaciones de cacao, oro y petróleo. Todo ello ha hecho que este país se convierta en uno de los principales motores económicos del África Subsahariana y, a mediano plazo, en una de los mercados más prometedores del planeta.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N° 1: Principales variables macroeconómicas

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013*	2014*	Var. % 12/11
Crecimiento del PBI (%)	8,0	15,0	7,9	7,9	6,1	-
PBI per cápita (US\$)	1 358	1 594	1 622	1 782	1 903	6,8
Tasa de inflación (%)	10,7	8,7	9,2	11,0	9,8	-
Tasa de desempleo (%) ³	5,3%	N/D	N/D	N/D	N/D	-

Fuente: FMI Statistics Elaboración / OIT Elaboración: PROMPERU

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

La economía de Ghana ha registrado una tendencia creciente en los últimos años, de manera sostenida, y a tasas superiores al 7%, generando un ambiente de negocios medianamente competitivo y reduciendo paulatinamente los niveles de pobreza. Esto es resultado conjunto de una responsable gestión macroeconómica que viene ejecutando el Gobierno Ghanés y del incremento de los precios del petróleo, oro y cacao, principales productos de exportación del país. Esta tendencia, según el FMI, continuará hacia 2015, incrementándose a tasas superiores al 8%. De cumplirse esta tendencia a mediano plazo, Ghana se convertiría en una de las diez economías de más dinámico crecimiento en esta década.

Asimismo, el crecimiento del PBI real fue de 7,9%⁴ en 2013 a consecuencia de los mayores ingresos por las exportaciones de petróleo, y se estima tenga una leve desaceleración en 2014, al reducirse a 6,1%.

El déficit en cuenta corriente se redujo hasta significar el 6,9% del PBI en 2013, frente al 8,9% en 2012. Este desequilibrio ha sido financiado por las fuertes entradas de capital, incluida la IED en el sector hidrocarburos. Únicamente si se abordan los desequilibrios fiscales, las perspectivas a mediano plazo serán muy positivas para Ghana. Mientras que el crecimiento del sector no petrolero aumentará a tasas entre 6% y 7% por año; la producción de petróleo se elevará a un ritmo de dos

³ Nota: Las fuentes oficiales no cuentan con información actualizada para esta categoría

⁴ Cft. FMI Statistics

dígitos. Sin embargo, las mejoras en infraestructura y en el sector social serán necesarias para sostener el crecimiento.

b. Nivel de empleo

De acuerdo a cifras oficiales, en 2010, la tasa de desempleo bordeaba 5,3%. Sin embargo, se estima que actualmente el desempleo y subempleo ha ido en aumento, llegando a 4,2 millones de desempleados en 2012, como consecuencia de la baja tasa de contratación de mano de obra⁵.

El desempleo juvenil es uno de los problemas más recientes, debido a que uno de cada cuatro ghaneses es joven (15 – 24 años) y, cada año, al menos 300 000 jóvenes ingresan al mercado laboral. De este grupo, el sector formal solo es capaz de contratar anualmente a menos de 6 000 jóvenes (3%), mientras que el 97% restante es empleado por el sector informal o queda en desempleo.

c. Tipo de cambio

La divisa oficial - es el cedi ghanés (GHC), el cual, a su vez se divide en cien pesewas. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	2,39999 GHS
US Dollar		Ghanaian Cedi
1 USD	= 2,39999 GHS ↔	1 GHS = 0,416668 USD
1.00 PEN	=	0,852877 GHS
Peruvian Nuevo Sol		Ghanaian Cedi
1 PEN	= 0,852877 GHS ↔	1 GHS = 1,17250 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

d. Inflación

Se estima que la inflación cerró en 11% en 2013, frente al 9,2% de 2012. Este ligero incremento se debió a un fuerte aumento de las tarifas de servicios públicos; mientras que la electricidad se incrementó en 79%, el agua potable subió 52%.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

La agricultura representa 23% del PBI ghanés y ocupa a más del 56% de la PEA. Este sector está dominado por pequeñas unidades productivas, poco industrializadas y orientadas básicamente a la subsistencia. La agricultura depende principalmente del cacao, producto que representa hasta 40%

⁵ Cfr. OIT

de los ingresos de exportación del país. Pese a ello, existe un importante potencial para el desarrollo de nuevos cultivos por lo cual el Gobierno ha puesto en marcha un programa para fomentar la tecnificación de la mano de obra agrícola en busca de la eficiencia.

El sector industrial, en tanto, representa 27% del PBI y emplea al 15% de la fuerza de trabajo. Las crecientes recepciones de la IED, especialmente en los sectores minería e hidrocarburos, han generado importantes oportunidades laborales para los ghaneses; es por ello que el Gobierno prevé la creación de 40 000 nuevos empleos para 2015. Sin embargo, este progreso se puede ver limitado por la escasez de energía y la afluencia de importaciones baratas frente a las cuales muchos fabricantes locales no pueden competir.

El sector servicios, en tanto, representa el 50% del PBI y emplea al 29% de la población. Uno de los sub – sectores que han mostrado mayor dinamismo ha sido seguros y servicios financieros. A su vez, los ingresos por turismo fueron de 3,2% en 2012 y 2,8% en 2013; esto debido a que Ghana es un destino relativamente nuevo, el cual se ha visto beneficiado indirectamente por los disturbios árabes en el norte de África. Actualmente, la industria del turismo es la tercera mayor fuente de divisas detrás de las exportaciones y las remesas, es por ello que el objetivo del gobierno es llegar a US\$ 1 millón de ingresos por este concepto en los próximos años.

3.3. Nivel de Competitividad

De acuerdo al Reporte de Competitividad 2013 – 2014 elaborado por el World Economic Forum (WEF), Ghana se encuentra ubicado en el puesto 114. Debido a su posición actual, el país se encuentra realizando esfuerzos por mejorar la gestión de sus instituciones públicas e igualar los estándares regionales a través de un gradual programa de privatizaciones. Vale mencionar que, a la fecha, el Estado tiene propiedad total de 35 empresas y propiedad parcial en alrededor de 200 otras, de las cuales pocas son rentables.

Asimismo, en lo relativo a infraestructura, el país posee elevados niveles de competitividad en comparación con sus pares regionales, en particular en cuanto a calidad de servicios portuarios y logísticos. En este aspecto, los responsables políticos esperan fomentar la participación del sector privado en el desarrollo de infraestructura a través de asociaciones público – privadas.

Por otro lado, Ghana debe redoblar esfuerzos por desarrollar y emplear al talento humano. Los niveles de educación siguen siendo uno de los más bajos, los mercados de trabajo se caracterizan por la ineficiencia y las empresas locales no están haciendo uso suficiente de las nuevas tecnologías para las mejoras de productividad; las tasas de adopción de las TIC's siguen siendo muy bajas⁶.

Cuadro N° 2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2014

⁶ Cfr. Reporte de Competitividad 2013 – 2014: Ghana

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2014							
Criterios	Ghana	Perú	Nigeria	Colombia	Senegal	Chile	Marruecos
Facilidad de hacer negocios	67	42	147	43	178	34	87
Apertura de un negocio	128	63	122	79	110	22	39
Manejo permiso de construcción	159	117	151	24	165	101	83
Acceso a electricidad	85	79	185	101	182	43	97
Registro de propiedades	49	22	185	53	174	55	156
Obtención de crédito	28	28	13	73	130	55	109
Protección de los inversores	34	16	68	6	170	34	115
Pago de impuestos	68	73	170	104	182	38	78
Comercio transfronterizo	109	55	158	94	80	40	37
Cumplimiento de contratos	43	105	136	155	167	64	83
Cierre de una empresa	116	110	107	25	122	102	69

Fuente: Doing Business 2013 Elaboración: PROMPERU

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial Ghana - Mundo

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial Ghana – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2008	2009	2010	2011	2012	Var % Promedio	Var% 2012/2011
Exportaciones	3 810	5 071	5 233	18 401	18 761	49,0	2,0
Importaciones	8 536	6 465	8 057	13 573	14 012	13,2	3,2
Balanza Comercial	-4 726	-1 394	-2 824	4 827	4 749	-	-
Intercambio Comercial	12 346	11 535	13 291	31 974	32 773	27,6	2,5

Fuente: Trademap/GTA Elaboración: PROMPERU

El comercio exterior ghanés ha mostrado particular dinamismo en cuanto a valor en los últimos años como consecuencia del particular crecimiento mostrado por las exportaciones, las cuales casi se cuadruplicaron en 2011, en relación a 2010. Esto favoreció a que Ghana experimente una balanza positiva luego de muchos años de déficit comercial.

En 2012, las exportaciones del país sumaron cerca de US\$ 19 mil millones, lo cual significa un incremento promedio anual de 49% en los últimos cinco años. Esta elevada tasa se sustenta en el alza de los precios internacionales de commodities como el oro, cacao e hidrocarburos, principales

productos de la canasta exportadora ghanesa, así como por la mayor demanda por parte de mercados no convencionales como India, Emiratos Árabes y Francia.

Por otro lado, las importaciones sumaron poco más de US\$ 14 mil millones, cifra que significó un incremento anual medio de 13,2% para el periodo 2008 – 2012. A su vez, los principales productos adquiridos por el país africano fueron bienes de capital, explicado por el importante flujo de inversiones está recibiendo la economía, y entre los que destacan vehículos automóviles (17% de participación), máquinas, reactores nucleares y artefactos mecánicos (15%) y máquinas, aparatos y material eléctrico (9%). En cuanto a principales proveedores sobresale China (17%), Estados Unidos (11%), Reino Unido (10%), Bélgica (7%) e India (4%), lo cual evidencia que el comercio ghanés no se desarrolla a nivel únicamente regional, tal como sucede con otros mercados africanos.

4.2. Intercambio Comercial Ghana – Perú

Información Comercial Ghana - Perú

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Ghana – Perú
Miles de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	513	1 454	22 056	2 420	1 493	30.6	-38.3
Importaciones	169	223	593	1 194	190	2.9	-84.1
Balanza Comercial	344	1 230	21 463	1 226	1 303	-	-
Intercambio Comercial	682	1 677	22 648	3 614	1 683	25.3	-53.4

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En los últimos cinco años el comportamiento del intercambio comercial entre Perú y Ghana ha sido volátil, con una tendencia a la baja a partir del pico alcanzado en 2011, año en que bordeó los US\$ 23 millones. Esto como consecuencia de la inestabilidad de la demanda ghanesa de productos pesqueros peruanos tales como jurel congelado y conservas de caballa. Pese a ello, la balanza comercial ha sido históricamente positiva para el Perú (US\$ 1,7 millones en 2013).

En 2013, las exportaciones peruanas hacia Ghana sumaron US\$ 1,5 millones, lo cual representó un importante decrecimiento de 38,3% con relación a 2012. Sin embargo, en los últimos cinco años (2008 – 2013), el valor de los envíos ha crecido a una tasa promedio anual de 30,6% explicado por la creciente demanda ghanesa de bienes intermedios como partes de máquinas.

En cuanto a importaciones, estas han mostrado un menor dinamismo al registrar una tasa de crecimiento medio de 2,9% para el periodo 2008 – 2013. Además, en 2013, las compras peruanas de bienes ghaneses decrecieron en 84,1% con relación a 2012.

Sectores Tradicionales y no Tradicionales

Cuadro N° 5: Exportaciones por sectores económicos

SECTOR	Valor en Miles de US\$		Var%
	2012	2013	2013/2012
TRADICIONAL	-	-	-
<i>Minero</i>	-	-	-
<i>Pesquero</i>	-	-	-
<i>Agrícola</i>	-	-	-
NO TRADICIONAL	2 420	1 493	-38,3
Agropecuario	85	54	-36.8
Textil	-	-	-
Pesquero	2 212	708	-68
Químico	-	24	-
Metal - Mecánico	122	706	479
Sidero - Metalúrgico	-	-	-
Minería No Metálica	-	-	-
Maderas y Papeles	0	0	-91,2
Varios (Inc. Joyería)	-	-	-

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la clasificación SUNAT, en los últimos dos años, los envíos a Ghana han pertenecido únicamente al sector No Tradicional. De los cuatro subsectores que registraron exportaciones en 2013, tres experimentaron contracciones. El sector pesquero retrocedió 68% a consecuencia de las limitadas ventas de jurel congelado y en conserva, mientras que el sector agrícola mostró un descenso de 36,8% explicado por la menor demanda de lácteos. Pese a ello, el sector metal – mecánico ha mostrado particular dinamismo, al crecer a una tasa de 479% (US\$ 584 mil de aumento), explicado por las mayores exportaciones de partes de máquinas.

Exportaciones No Tradicionales
Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Miles US\$					Var% Promedio	Var% 2013/2012	% Part 2013
		2009	2010	2011	2012	2013			
8474900000	Partes de máquinas y aparatos para triturar	-	6	4	12	701	396,7	5 742	47
1604190000	Demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos: Conserva de jurel	-	-	4 636	1 652	472	-68,1	-71,4	32
0303660000	Merluza congelada	-	-	-	-	108	-	-	7
0303540000	Caballa congelada	-	-	-	-	65	-	-	4
0303550000	Jurel congelado	28	-	15 584	561	63	22,4	-88,8	4
0403909010	Leche aromatizada o con frutas	-	-	13	79	54	107,4	-31,6	4
2817001000	Óxido de Zinc	-	-	-	-	24	-	-	2
8431439000	Demás partes de máquinas de sondeo o perforación	-	-	-	-	5	-	-	0
4819100000	Cajas de papel o cartón corrugados	-	-	1	0	0	-75,8	-	0
	Otros	484	1 448	1 819	117	0	-100	-100	-
	Total	513	1 454	22 056	2 420	1 493	30,6	-38,3	100

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En 2013, los principales productos no tradicionales exportados a Ghana fueron las Partes de máquinas y aparatos para triturar, producto altamente dinámico, el cual sumó US\$ 701 mil (47% de participación) y experimentó un crecimiento promedio anual de 396,7% a partir de sus primeros envíos en 2010. Los envíos de conservas de jurel, pese a la caída de 71,4% respecto a 2012, se han consolidado como el segundo producto más importante (32% de participación).

Las exportaciones de merluza y caballa congelada, recientemente introducidos en el mercado ghanés, sumaron US\$ 108 mil (7%) y US\$ 65 mil (4%), respectivamente. Asimismo, los envíos de jurel congelado, han crecido a una tasa media anual de 22,4% para el periodo 2009 – 2013, facturando US\$ 63 mil (4%).

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

El régimen de importación de Ghana no presenta muchas barreras comerciales; por el contrario, existe una tendencia a facilitar la importación. Pese a ello, figura una pequeña lista⁷ de productos que tienen prohibida o restringida la importación tales como animales y vegetales infectados, bolas de celuloide inflamable, café crudo, narcóticos, desechos tóxicos, comida

⁷ Para más información: <http://www.eservices.gov.gh/FDB/SitePages/FDB-Home.aspx>

contaminada, puños de hierro y cachiporras, tierra extranjera, literatura escandalosa, artículos pornográficos y armas peligrosas.

El arancel continúa siendo el más importante instrumento de la política comercial ghanesa. La política arancelaria es aplicada de acuerdo al Arancel Exterior Común del ECOWAS⁸, cuyas tasas son de 0%, 5%, 10% y 20%. A su vez, se caracteriza por una progresividad arancelaria ligada a algunos sectores productivos, sobre todo textiles y vestimenta, cuero y pieles, productos químicos, metales esenciales, alimentos, bebidas y tabaco. Los derechos arancelarios son ad valorem y se calculan sobre el valor CIF de los productos.

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales Productos No Tradicionales

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria ⁹
1	8474900000	Partes de máquinas y aparatos para triturar	-	EEUU (21%) Sudáfrica (18%) Indonesia (17%)	0%	-
2	1604190000	Demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos: Conserva de jurel	3°	China (70%) Tailandia (19%) Indonesia (3%)	20%	-
3	0303660000	Merluza congelada	16°	Mauritania (31%) Senegal (21%) Namibia (14%)	5%	-
4	0303540000	Caballa congelada	21°	Mauritania (30%) Marruecos (17%) Japón (12%)	5%	-
5	0303550000	Jurel congelado	16°	Mauritania (31%) Senegal (21%) Namibia (14%)	5%	-
6	0403909010	Leche aromatizada o con frutas	-	N. Zelandia (98%) Portugal (1%) Nigeria (1%)	20%	-
7	2817001000	Óxido de Zinc (Flor de Zinc)	-	Bélgica (70%) Alemania (26%) -	10%	-
8	8431439000	Demás partes de máquinas de	-	EEUU (19%)	0%	-

⁸ ECOWAS – Economic Community Of West African States – bloque regional compuesto por Benín, Burkina Faso, Cabo Verde, Costa de Marfil, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea – Bissau, Liberia, Mali, Níger, Nigeria, Senegal, Sierra Leona y Togo.

⁹ Perú no posee preferencias arancelarias con Ghana al cierre de 2013

		sondeo o perforación		Suecia (10%) Bélgica (9%)		
9	4819100000	Cajas de papel o cartón corrugados	24°	India (43%) Francia (16%) EAU (12%)	20%	-

Fuente: SUNAT / Trademap Elaboración: PROMPERU

Medidas No Arancelarias

- Normas y requisitos técnicos

No existen importantes barreras no arancelarias formales; sin embargo, algunos exportadores foráneos deberán contactarse con la “Ghana Standards Authority”¹⁰, organización encargada de la estandarización y control calidad de productos manufacturados, o con la “Food and Drugs Authority”, la cual tiene como principal función garantizar la inocuidad de alimentos, fármacos, cosméticos y productos químicos del hogar.

En la “Food and Drugs Authority” (FDA)¹¹, el Departamento de Control de las Importaciones y Exportaciones (IECD) tiene como objetivo asegurar que los alimentos y medicamentos importados sean inocuos y de buena calidad. Las actividades del IECD se llevan a cabo en las diversas rutas de entrada y salida del país, tales como el puerto de Tema, el aeropuerto internacional de Kotoka (KIA) y las oficinas de expedición de permisos (GCNet) de la FDA en Ghana. A su vez, el IECD tiene responsabilidad de supervisión sobre el puerto de Takoradi y la zona fronteriza de Elubo.

Además, de acuerdo a la legislación ghanesa, existes especificaciones para la importación de fertilizantes y productos químicos de uso agrario, las cuales deben de seguir un procedimiento ante la División Regulatoria de Pesticidas y Fertilizantes (PFRD) del Ministerio de Alimentación y Agricultura. Posteriormente, se debe proceder con el registro y control de calidad respectivo en la Enviromental Protection Agency (EPA) y la Ghana Standards Authority (GSA)

Por último, Ghana presenta prohibiciones de importación para ciertos productos tales como pañuelos, ropa interior, colchones y artículos sanitarios usados o de segunda mano. El objetivo es velar por la seguridad y sanidad de los ghaneses, además de cuidar el medio ambiente

¹⁰ Para mayor información: <http://www.gsa.gov.gh/home/>

¹¹ Para mayor información: <http://www.fdaghana.gov.gh/>

- Etiquetado y regulación

Desde 1992, la “Ghana Standards Board General Labelling Rules”¹² estipula todas las reglas específicas relativas al etiquetado. Todos los alimentos y fármacos, de producción local o foránea, deben estar etiquetados en inglés, identificando visiblemente atributos tales como tipo de producto, país de procedencia, insumos o componentes, peso neto, instrucciones de uso y fecha de caducidad, en el caso de productos perecibles.

Los aparatos de electrónica y electrodomésticos, cemento, pinturas, artículos de aseo personal y cosméticos deben cumplir con normas de etiquetado similares. En caso de incumplimiento de las normativas, los productos quedarán confiscados y se dispondrá un plazo de 28 días para etiquetarlos adecuadamente. Además, se imponen multas y cargas administrativas a los fabricantes o importadores que no cumplan con estas normas¹³.

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

- Impuesto sobre bienes y servicios

El impuesto sobre el valor agregado (IVA) establece un gravamen del 12,5% a la prestación de servicios y la comercialización e importación de bienes. Ciertas transacciones pueden encontrarse libres de impuestos, tales como las exportaciones de bienes y los fletes internacionales, aunque también se benefician algunos productos agrícolas y alimenticios. Otras actividades exentas de IVA son la prestación de servicios educativos y médicos¹⁴.

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Ghana, junto con otros catorce países, conforma el bloque de integración ECOWAS, el cual ha liberalizado el comercio entre sus miembros con preferencias arancelarias de hasta 0% en la mayoría de líneas. En tanto, para mercados de origen distinto tales como Perú, esta unión aduanera ofrece un arancel promedio para los productos del sector agroindustrial de 19%, hidrobiológicos 10% y confecciones 18%.

6.2. Productos con Potencial Exportador

¹² Para mayor información:

[http://www.epa.gov.gh/ghanalex/acts/Acts/GHANA%20STANDARDS%20BOARD\(FOOD,DRUGS%20AND%20OTHER%20GOODS\)%20GENERAL%20LABELLING%20RULES,1992.pdf](http://www.epa.gov.gh/ghanalex/acts/Acts/GHANA%20STANDARDS%20BOARD(FOOD,DRUGS%20AND%20OTHER%20GOODS)%20GENERAL%20LABELLING%20RULES,1992.pdf)

¹³ Cfr. ICEX

¹⁴ Para mayor información: <http://www.gra.gov.gh/>

Sector Agropecuario

Cuadro N° 8

Sector Agroindustrial					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Ghana 2012	Arancel Perú	Competidores Arancel
200290	Tomates preparados o conservados	Estrella	90 713	20%	China - 20%
					Italia - 20%
					Togo - 20%
230990	Preparaciones utilizadas para la alimentación animal	Estrella	30 303	0%	Brasil - 0%
					Bélgica - 0%
					Holanda - 0%
070310	Cebollas frescas o refrigeradas	Prometedor	12 475	20%	Níger - 0%
					Burkina Faso - 0%
					Bélgica - 20%
190219	Pastas alimenticias sin cocer	Prometedor	11 117	20%	Italia - 20%
					C. de Marfil - 20%
					Nigeria - 20%
190590	Productos de panadería o pastelería	Prometedor	8 543	20%	China - 20%
					Marruecos - 20%
					Sudáfrica - 20%
070320	Ajos frescos o refrigerados	Prometedor	1 655	20%	China - 20%
					Togo - 0%
					India - 20%
180500	Cacao en polvo sin azúcar	Prometedor	1607	20%	Francia - 20%
					C. de Marfil - 20%
					Holanda - 20%
071339	Demás alubias secas	Prometedor	1 273	20%	Burkina Faso - 0%
					Togo - 0%
					EEUU - 20%
080610	Uvas frescas	Prometedor	1 059	20%	Sudáfrica - 20%
					Egipto - 20%
					Italia - 20%
100590	Demás maíces	Prometedor	35 957	20%	Ucrania - 20%
					Malawi - 20%
					Argentina - 20%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

Ghana es uno de los principales productores de frutas y vegetales en el África Occidental. Sin embargo, existe una importante demanda de alimentos procesados de bajo costo tales como pastas, ingredientes de pastelería y panadería, galletas y cacao en polvo. Estos productos son mayormente importados y tienen un importante potencial futuro, a la par del crecimiento de la clase media.

Destacan también los tomates en conserva, producto catalogado como “Estrella” debido a su elevada participación y rápido crecimiento en importaciones; así como cebollas y ajos frescos, y alimentos para camarones, insumo necesario para sostener la industria acuícola ghanesa.

Sector Pesquero

Cuadro N° 9

Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Ghana 2012 (Miles US\$)	Arancel Perú	Competidores Arancel
030379	Demás pescados congelados	Estrella	108 576	5%	Mauritania - 5%
					Senegal - 0%
					Namibia - 5%
030378	Merluzas congeladas	Prometedor	717	5%	EEUU - 5%
					Mauritania - 5%
					Namibia - 5%
030374	Caballas congeladas	Consolidado	31 719	5%	Mauritania - 5%
					Marruecos - 5%
					Japón - 5%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

Ghana tiene una notable demanda de pescados ricos en proteínas pero de poco valor monetario, como la tilapia y el bagre. Esta clase de alimentos representan poco más del 50% de la ingestión de proteínas del ghanés medio, existiendo preferencias por los pescados ahumados, en vez de frescos o congelados. Asimismo, las importaciones pesqueras son, principalmente, de origen regional. Marruecos, Mauritania y Senegal son sus principales proveedores.

De acuerdo a la clasificación CEPAL, los demás pescados congelados destacan como un producto “estrella”; sin embargo, la presencia de proveedores africanos con tasas preferenciales de 0% limitan el potencial de la oferta peruana de esta clase de productos. Ligeramente distinto es el caso de las merluzas y caballas congeladas, productos que pese a que aún tienen una fuerte presencia de suplidores regionales, muestran la presencia de nuevos proveedores tales como Estados Unidos, Japón, Argentina, Chile y Perú.

Sector Textil
Cuadro N° 10

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Ghana 2012 (miles de US\$)	Arancel Perú	Competidores Arancel
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrella	5 244	20%	China - 20%
					Hong Kong - 20%
					Togo - 20%
610610	Camisas, blusas y polos de algodón para mujeres	Estrella	910	20%	Togo - 20%
					India - 20%
					China - 20%
610342	Pantalones para hombres o niños	Estrella	858	20%	Togo - 20%
					China - 20%
					EAU - 20%
610510	Camisas de punto de algodón para hombres o niños	Prometedor	351	20%	China - 20%
					R. Unido - 20%
					Sudáfrica - 20%
620343	Pantalones de fibras sintéticas	Prometedor	304	20%	China - 20%
					Sudáfrica - 20%
					EAU - 20%
611420	Demás prendas de vestir de punto de algodón	Prometedor	252	20%	España - 20%
					Sudáfrica - 20%
					R. Unido - 20%
611020	Suéteres, jerseys, pull overs y artículos similares	Prometedor	215	20%	EEUU - 20%
					Bélgica - 20%
					Sudáfrica - 20%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

En los últimos años, Ghana ha logrado desarrollar una industria textil importante en la región del África Subsahariana. Debido a su mano de obra relativamente barata, la calidad de sus tejidos y su ubicación estratégica a otros mercados regionales, se ha convertido en un centro de producción relevante para la industria de la vestimenta. Asimismo, la demanda de prendas "Made in Ghana" se ha incrementado como una forma de impulsar la industria nacional por parte de los consumidores.

Pese a ello, existen oportunidades para prendas de vestir de alta calidad y de diseño dada la mayor demanda existente en los niveles socioeconómicos más altos. Adicionalmente, con la prohibición gradual a la importación de prendas de vestir usadas, se espera que los ghaneses de menores ingresos opten por ropas de bajo costo, básicamente importadas de China o Bangladesh. Los productos con mayor potencial, debido a su dinamismo y elevada participación, destacan las camisetas de punto de las demás materias textiles (estrella), camisas, polos y blusas de algodón

para mujeres (estrella) y pantalones para hombres o niños (estrella). La mayoría de aranceles aplicados a estos productos es de 20%.

Sector Manufacturas Diversas
Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Ghana 2012 (Miles US\$)	Arancel Perú	Competidores Arancel
690890	Baldosas, azulejos esmaltados y revestimientos cerámicos	Estrella	78 035	10%	China - 10%
					España - 10%
					Italia - 10%
820719	Demás útiles de perforación o sondeo	Estrella	43 636	5%	EEUU - 5%
					Suecia - 5%
					Canadá - 5%
252329	Demás cemento portland	Estrella	70 633	15%	Taipéi Chino - 15%
					China - 15%
					Bélgica - 15%
340220	Preparaciones tensoactivas acondicionadas para la venta al por menor	Estrella	30 866	20%	China - 20%
					Indonesia - 20%
					Marruecos - 20%
853710	Cuadros, paneles, consolas y similares	Estrella	24 049	10%	Suecia - 10%
					China - 10%
					India - 10%
392330	Bombonas, botellas, frascos y artículos similares	Estrella	17 910	20%	EAU - 20%
					España - 20%
					India - 20%
854449	Demás conductores eléctricos	Prometedor	27 556	10%	China - 10%
					EAU - 10%
					Turquía - 10%
271019	Otros aceites de petróleo y sus preparaciones	Prometedor	15 906	3,8%	Marruecos - 3,8%
					Francia - 3,8%
					EEUU - 3,8%
392690	Demás manufacturas de plástico	Prometedor	11 144	13,3%	China - 13,3%
					EEUU - 13,3%
					R. Unido - 13,3%
392190	Demás hojas, placas, bandas y láminas de plástico celular	Prometedor	9 971	20%	EEUU - 20%
					Alemania - 20%
					R. Unido - 20%

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

Las oportunidades en el sector manufacturas diversas que ofrece Ghana son múltiples. En primer lugar, el sector minero, caracterizado por su gran dinamismo en cuanto a la explotación de oro y piedras preciosas, aun se desarrolla en gran medida artesanalmente debido a la falta de tecnología, equipo y mano de obra calificada. Es por ello que productos de la línea de proveedores para la minería muestran un potencial interesante en este mercado tales como los útiles de perforación y sondeo (estrella) y cuadros, paneles y consolas (prometedor). Asimismo, debido a su incipiente desarrollo, existe potencial para la exportación de servicios a la minería enfocados en consultorías y capacitación.

Por otro lado, el desarrollo del sector construcción – segundo mayor contribuyente al PBI ghanés – brinda importantes oportunidades para productos peruanos de las líneas de materiales y acabados, y productos eléctricos. El mercado ghanés demanda productos con valor agregado como baldosas y revestimientos cerámicos (estrella), cemento portland (estrella) y conductores eléctricos (prometedor).

VII. Tendencias del Consumidor

Con el paso de los años, cada vez es mayor el número de personas que asisten a centros especializados de formación y universidades como medio para conseguir mayores ingresos, lo cual junto con el desarrollo económico ha abierto paso a una importante clase media con capacidad de consumo que ya representa alrededor del 46% de la población

A la par de que la clase media comienza a percibir el beneficio de las reformas económicas, la demanda de bienes de consumo ha ido en aumento en un promedio de 20% en los últimos años. La demanda de ordenadores, teléfonos móviles, electrónica de consumo, electrodomésticos, neumáticos, partes de automóviles, artículos de papelería, perfumes y cosméticos ha venido registrando un crecimiento constante.

El consumidor promedio de Ghana le da mucha importancia al empaquetado del producto, los diseños coloridos y alegres llaman su atención. La sensibilidad al precio es un factor importante a considerar, aunque los sectores más acomodados están empezando a tener conciencia respecto a la relación precio – calidad, así como al servicio post venta para los productos comprados. La marca, el precio y la calidad son muy importantes en el mercado ghanés. Para los consumidores más exigentes no es lo mismo una prenda “Made in EEUU” que una “Made in China”, ya que para ellos las marcas foráneas son símbolo de estatus y calidad de vida.

Los negocios minoristas modernos (supermercados, tiendas de conveniencia, etc.) y las empresas importadoras en Ghana suelen estar manejados por capitales extranjeros, principalmente, libaneses e hindúes; mientras que la distribución mayorista tradicional está controlada por empresas locales. El canal tradicional, a través de puestos ambulantes y tiendas de barrio, prevalecen notoriamente sobre el canal moderno aún.

Por último, los centros comerciales modernos se encuentran focalizados en la capital Accra, gracias a su óptima red de carreteras y su fácil acceso desde regiones cercanas. En 2012, las ventas totales de estos formatos alcanzaron US\$ 1,8 mil millones, impulsadas por la fuerte expansión de grandes cadenas como Melcom Group (Ghana), Kwatsons (Ghana), Zambeef (Zambia), Mr. Price (Sudáfrica) y Massmart Holdings (EEUU – Sudáfrica), propiedad de Wall – Mart y Shoprite. Asimismo, destaca la presencia de tiendas de importantes marcas mundiales como Nike, Puma, TW Lewin y Benetton.

VIII. Cultura de Negocios

Para realizar negocios con éxito en Ghana es necesario comprender su multiculturalidad, ya que en el país conviven más de un centenar de etnias, se hablan más de diez lenguas y se profesan religiones diversas. Es por ello que al momento de entablar relaciones comerciales, es recomendable que los visitantes foráneos busquen conocer las distintas culturas y costumbres previo a su viaje a este país del África Sub – sahariana.

Sin embargo, se pueden notar algunos denominadores comunes. El primero sería el idioma de negocios, el inglés, que también es lengua oficial del país. Asimismo, los ghaneses son personas cálidas que saludan efusivamente a su interlocutor, aunque no esperan que sea él quien inicie el saludo. No se considera de mala educación arribar tarde a eventos públicos o privados; pese a ello, se recomienda ir correctamente vestido a reuniones con representantes de empresas públicas o con la alta dirección de empresas privadas, preferiblemente con traje de tejido ligero debido al clima cálido y húmedo.

Es muy importante el establecimiento de redes de contactos y relaciones interpersonales, el comprador ghanés suele cerrar sus tratos de manera personal con el vendedor foráneo, rara vez se acuerdan negocios a través de teléfono o correo electrónico, esto sobre todo en personas de raza negra. La existencia de dominios corporativos y páginas web, incluso en organismos oficiales, son casi inexistentes y se suele utilizar cuentas públicas de Hotmail, Yahoo y Gmail. Cabe agregar que debido a la poca información y a la falta de páginas web y dominios públicos institucionales se han aumentado el fraude y la estafa vía internet.

El hombre de negocios extranjero, a su vez, debe ser cauto debido a que toda empresa con interés en invertir en Ghana es vista como una potencial fuente de riqueza y bienestar, lo que significa que tratarán hacer todo lo posible para cerrar un acuerdo, aunque sea a costa de promesas que al final no se llevarán a cabo. Es por ello que es recomendable realizar indagaciones, exigir garantías, y cruzar información propia con las propuestas recibidas. Por otro lado, aún persiste la percepción en Ghana, debido a su pasado colonial y esclavista, de que las empresas no nacionales están más interesadas en la explotación de sus recursos naturales que en generar relaciones de reciprocidad y mutuo beneficio.

Por último, las empresas ghanesas se encuentran altamente jerarquizadas, por lo que el proceso de toma de decisiones se lleva a cabo en la cima de las mismas. Esto es consecuencia de una ideología fuertemente arraigada en varias culturas africanas, donde se cree que las personas de más edad acumulan mayor experiencia y sabiduría. Las líneas medias, delegadas básicamente a jóvenes, suelen ser básicamente canales de transmisión de las decisiones de la gerencia general o de los dueños de las empresas.

IX. Links de interés

- **Ministerio de Relaciones Exteriores e Integración Regional de Ghana**
<http://www.mfa.gov.gh/>
- **Ministerio de Comercio e Industria de Ghana**
<http://www.moti.gov.gh/home/>
- **Cámara de Comercio e Industria de Ghana**
<http://www.ghanachamber.org/website/>
- **Cámara de Comercio e Industria de Accra**
<http://www.accrachamber.com/>
- **Autoridad Fiscal de Ghana**
<http://www.gra.gov.gh/>
- **Centro de Promoción de la Inversión en Ghana**
<http://www.gipcghana.com/>
- **Banco Central de Ghana**
<http://www.bog.gov.gh/>

X. Eventos Comerciales

agrofood
West Africa

Agrofood West Africa 2014

Diciembre 02 - 04, 2014

Agrofood es la feria más importante del África Sub – sahariana para producción agrícola y ganadera, maquinaria para la industria alimentaria y envases y embalajes.

Accra, Ghana – Accra International Conference Centre



Plastprintpack West Africa 2014

Diciembre 02 – 04, 2014

Feria de plásticos, productos químicos y tecnologías de empaqueo.

Accra, Ghana – Accra International Conference Centre



Water Africa & West Africa Building & Construction 2014

Julio 02 – 04, 2014

Feria de materiales y acabados para la construcción, servicios profesionales de diseño y arquitectura y proveedores para la industria inmobiliaria.

Accra, Ghana – Accra International Conference Centre

XI. Bibliografía

- **Trademap**
www.trademap.org
- **Euromonitor International**
www.euromonitor.com
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**
www.sunat.gob.pe
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **CIA, The World Factbook**
www.cia.gov

- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Global Trade**
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Banco Mundial**
www.worldbank.org/
- **XE**
www.xe.com
- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **ICA**
www.ica.gov.sg
- **Global Competitiveness Report 2011-2012**
www.weforum.org
- **ICEX España**
www.icex.es
- **Autoridad Portuaria de Singapur**
www.iras.gov.sg
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **Mundo Ferias**
www.mundoferias.com/index.html
- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú**
www.mincetur.gob.pe