



GUÍA DE NEGOCIOS
PERÚ
FEBRERO 2009



INDICE

1. INFORMACION GENERAL

- 1.1. Descripción geográfica*
- 1.2. Población y Centros Urbanos*
- 1.3. Marco Jurídico y Político*
 - 1.3.1 El Poder Ejecutivo
 - 1.3.2. El Poder Legislativo
 - 1.3.3. El Poder Judicial
 - 1.3.4. Regiones de Perú
 - 1.3.4.1 Naturaleza del Gobierno Regional
 - 1.3.4.2 Estructura de los gobiernos Regionales
- 1.4. Organizaciones y Acuerdos Internacionales*
 - 1.4.1. Organizaciones Internacionales Multilaterales
 - 1.4.2. Tratados internacionales
 - 1.4.3. Acuerdos vigentes con Argentina

2. ECONOMIA

- 2.1. Reseña Económica*
 - 2.1.1. Indicadores Económicos
 - 2.1.2. La Cuenta Corriente de Balance de Pagos
 - 2.1.3. Moneda y Finanzas
 - 2.1.4. Principales Sectores Económicos
 - 2.1.4.1 Sector Minero
 - 2.1.4.2. Sector Pesquero
 - 2.1.4.3. Sector Agropecuario
 - 2.1.4.3.1. Sector Agrario
 - 2.1.4.4. Sector Industrial
 - 2.1.4.4.1. Bienes de Consumo
 - 2.1.4.4.2. Bienes Intermedios
 - 2.1.4.4.3. Bienes de Capital
 - 2.1.4.4.4. Sector Construcción

3. ENTORNO DE NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN

- 3.1. Consideraciones generales*
- 3.2. Canales de distribución*
- 3.3. Estructura de Comercialización*
 - 3.3.1. Muestras y Materiales de Publicidad

- 3.3.2. Productos de Consumo Masivo
- 3.3.3. Productos Especializados
- 3.3.4. Promoción de Ventas
- 3.3.5. Prácticas Comerciales
- 3.3.6. Compras Gubernamentales
- 3.3.7. Estándares de Calidad, Etiquetado y Certificaciones
- 3.3.8. Derechos de Propiedad, Patentes y Marcas
- 3.4. *Transporte y Comunicaciones*
 - 3.4.1. Sector Transporte
 - 3.4.1.1. Redes Viales
 - 3.4.1.2. Sector Portuario
 - 3.4.1.3. Transporte Marítimo
 - 3.4.1.4. Transporte Fluvial
 - 3.4.1.5. Aeropuertos
 - 3.4.1.6. Ferrocarriles
 - 3.4.2. Sector de Telecomunicaciones
- 3.5. *Estructura de Franquicias*

4. COMERCIO EXTERIOR

- 4.1. *Evolución reciente y consideraciones generales*
 - 4.1.1. Exportaciones
 - 4.1.2. Importaciones
- 4.2. **COMERCIO BILATERAL ENTRE PERÚ Y ARGENTINA**
 - 4.2.1. Aspectos generales
 - 4.2.2. Evolución y cifras
 - 4.2.3. Principales productos comerciados
- 4.3. *Implementación del TLC Perú- EE.UU.*
 - 4.3.1. Implicancias para Argentina

5. INVERSIONES

- 5.1. *Inversiones Argentinas*
- 5.2. *Cómo establecer una empresa en Perú*
- 5.3. *Cómo obtener una Franquicia en Perú*

6. ACCESO AL MERCADO

- 6.1. *Sistema Arancelario*
- 6.2. *Regímenes Especiales*

7. DATOS ÚTILES

Perú

Una Guía de Negocios

1. INFORMACION GENERAL

1.1. Descripción geográfica

La República del Perú ocupa un territorio de 1.285.215,63 km² sobre la costa occidental de América del Sur, por debajo de la línea ecuatorial. Con una generosa naturaleza, alberga diversos climas, microclimas y paisajes.

El país limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con el Brasil, al sur con Bolivia y Chile y al Oeste con el Océano Pacífico.

El idioma oficial es el castellano, reconociéndose también el quechua, el aymara y las demás lenguas aborígenes, en aquellas zonas donde predominan. La capital del Perú es la ciudad de Lima y su capital histórica es la ciudad del Cuzco.

La moneda es el Nuevo Sol. La fiesta nacional se celebra el 28 de julio y la flor nacional del Perú es la Cantuta.

Manteniendo los conceptos de libertad, independencia y autonomía de los cultos, el Estado peruano reconoce a la Iglesia Católica como formadora histórica, cultural y moral, prestándole su colaboración pero respetando a la vez otros cultos y religiones. La mayor parte de la población se reconoce como profesante de la religión católica.

Si bien existen estudiosos como Javier Pulgar Vidal que dividen a Perú en ocho regiones naturales, la mayoría de los especialistas, además del público en general, lo hacen en tres regiones naturales, conocidas como Costa, Sierra y Selva.

REGION	CARACTERISTICAS
Costa	Faja de aspecto generalmente desértico, ubicada entre los 0 y 500 metros sobre el nivel del mar, bañada por ríos que bajan de la sierra formando 52 valles donde se desarrolla gran parte de la agricultura nacional. Ocupa el 10% de la superficie territorial nacional.
Sierra	Conformada por la Cordillera de los Andes, ocupa el 32% del territorio. Sus diversos ríos y quebradas forman valles en alturas que van desde los 500 hasta los 4,800 metros sobre el nivel del mar.
Selva	Cubre el 58% del territorio. Se distinguen dos zonas, la Selva Alta y la Selva Baja. En esta región hay grandes reservas madereras y petroleras aún no explotadas adecuadamente.

1.2. Población y Centros Urbanos

El país está organizado en 24 departamentos, una provincia constitucional (Callao) y la Ciudad de Lima Metropolitana.

CENSO	HABITANTES
Censo 1993	22,639,443
Censo 2005	26,152,265
Estimado 2006	27,377,164
Estimado 2007	27,595,432
Proyección 2008	27,834,304
Proyección 2010	28,373,736
Proyección 2020	31,330,108

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

:

Tasa de crecimiento de la Población:

AÑO	PORCENTAJE
Año 2000	1.75%
Año 2001	1.70%
Año 2002	1.66%
Año 2003	1.61%
Año 2004	1.39%
Año 2005	1.36%
Año 2006	1.32%
Año 2007	1.28%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Distribución por sexos en el año 2005:

SEXO	PORCENTAJE
Hombres	49.95%
Mujeres	50.05%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Principales Ciudades:

CIUDAD	HABITANTES
Lima	7,819.436
Piura	1.630.772
Cuzco	1.171.503
Arequipa	1.140.810
Iquitos	918.207
Callao	810.568
Trujillo	765.171
Chiclayo	738.057
Ica	665.592
Huancayo	448.355
Tacna	274.496

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

1.3. Marco Jurídico y Político

En la República del Perú, el gobierno es unitario, representativo y descentralizado y se organiza según el principio de la separación de poderes.

Son deberes primordiales del Estado: defender la soberanía nacional; garantizar la plena vigencia de los derechos humanos; proteger a la población de las amenazas contra su seguridad; y promover el bienestar general que se fundamenta en la justicia y en el desarrollo integral y equilibrado de la Nación.

Asimismo, es deber del Estado establecer y ejecutar la política de fronteras y promover la integración, particularmente latinoamericana, así como el desarrollo y la cohesión de las zonas fronterizas, en concordancia con la política exterior.

El poder del Estado emana de la soberanía popular. Quienes lo ejercen lo hacen con las limitaciones y responsabilidades que la Constitución y las leyes establecen.

1.3.1. Poder Ejecutivo

El Presidente de la República es el Jefe del Estado y del Ejecutivo, es Jefe Supremo de las Fuerzas Armadas, gobierna el país por cinco años y es acompañado en su gestión por dos vicepresidentes.

Presidente de la República: Alan García Pérez (28/7/2006)

1er Vicepresidente: Luis Giampietri Rojas

2do Vicepresidente: Lourdes Mendoza del Solar

El Consejo de Ministros, denominado Gabinete, tiene a su vez un Presidente. Este dirige la política de gobierno pero sus integrantes (ministros) son nombrados por el Presidente de la República.

Presidente del Consejo de Ministros: Yehude Simon Munaro

Ministro de Relaciones Exteriores: Embajador José Antonio García Belaúnde

Ministro de Defensa: Dr Antero Flores Araoz

Ministro de Economía y Finanzas: Luis Carranza

Ministro del Interior: Remigio Hernani Meloni

Ministro de Justicia: Dra. Rosario del Pilar Fernández Figueroa

Ministro de Educación: José Antonio Chang

Ministro de Salud: Oscar Ugarte Ubillúz

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento: Nidia Vílchez Yucra

Ministro de Agricultura: Carlos Leyton

Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo: Jorge Villasante Aranibar

Ministro de Comercio Exterior y Turismo: Mercedes Aráoz Fernández

Ministro de Energía y Minas: Pedro Sánchez Gamarra

Ministro de Transportes y Comunicaciones: Enrique Cornejo Ramírez

Ministra de la Mujer y Desarrollo Social: Carmen Vildoso

Ministro de la Producción: Elena Conterno Martinelli

1.3.2. Poder Legislativo

El Congreso de la República se encuentra representado por una única Cámara compuesta por ciento veinte representantes. Las elecciones para elegir a los congresistas se realizan junto a las elecciones presidenciales, es decir cada cinco años. Los candidatos a la presidencia no pueden integrar las listas de candidatos a congresistas. Los candidatos a vicepresidentes pueden ser simultáneamente candidatos a una representación a Congreso.

Para ser congresista se requiere ser peruano de nacimiento, haber cumplido veinticinco años y gozar del derecho de sufragio.

Composición del Congreso de la República para el período 2006-2011

BANCADAS	CONGRESO	
	BANCAS	LIDERES NACIONALES
Cédula Parlamentaria Aprista	36	Alan García
Nacionalista	23	Ollanta Humala
Unidad Nacional <ul style="list-style-type: none"> • Partido Popular Cristiano • Partido Solidaridad Nacional 	13	Lourdes Flores Luis Castañeda Lossio
Grupo Parlamentario Fujimorista <ul style="list-style-type: none"> • Cambio 90 • Nueva Mayoría • Sí Cumple 	13	Alberto Fujimori
Unión por el Perú	8	Aldo Estrada Choque
Bloque Popular	8	Antonio León Zapata
Alianza Parlamentaria <ul style="list-style-type: none"> • Acción Popular • Somos Perú • Perú Posible • Restauración Nacional 	7	Víctor Andrés García Belaúnde Alberto Andrade Alejandro Toledo Humberto Lay Sun
Alianza Nacional	6	Juan David Terry Cruz
Grupo Compromiso Democrático	3	Washington Zeballos
Sin Grupo	3	Carlos Torres Caro
Total:	120	

Fuente: Oficina Nacional de Procesos Electorales

1.3.3. Poder Judicial

El Poder Judicial está compuesto por la Corte Suprema, la Corte Superior y Juzgados en los fueros civil, penal de trabajo, agrario y de familia, complementados por la Fiscalía de la Nación y sus similares provinciales.

Fuera del ámbito de la Justicia y como organismo independiente se destaca el Tribunal Constitucional que decide sobre las cuestiones relativas a esta materia.



Fuente: Ministerio de Justicia

1.3.4. Las Regiones de Perú:

Desde Noviembre del año 2002, Perú está organizado en 26 Regiones político - administrativas.

REGIÓN	CIUDAD CAPITAL
Amazonas	Chachapoyas
Ancash	Huaraz
Apurímac	Abancay
Arequipa	Arequipa
Ayacucho	Ayacucho
Cajamarca	Cajamarca
Callao	Callao
Cusco	Cusco
Huancavelica	Huancavelica
Huánuco	Huánuco
Ica	Ica
Junín	Huancayo
La Libertad	Trujillo
Lambayeque	Chiclayo
Lima Metropolitana	Lima
Lima Provincias	Huacho
Loreto	Iquitos
Madre de Dios	Puerto Maldonado
Moquegua	Moquegua
Pasco	Cerro de Pasco
Piura	Piura
Puno	Puno
San Martín	Moyobamba
Tacna	Tacna
Tumbes	Tumbes
Ucayali	Pucallpa

Cabe destacar que la ciudad de Lima no sólo es asiento de las autoridades nacionales sino también es el centro económico donde se encuentran localizadas la mayoría de las empresas y el distrito financiero.



1.3.4.1 Naturaleza del Gobierno Regional

Los gobiernos regionales emanan de la voluntad popular, son personas jurídicas de derecho público y cuentan con autonomía política, económica y administrativa en todo aquello que les compete. Cuentan con presupuesto propio para su administración económica y financiera.

La misión de los gobiernos regionales es organizar y conducir la gestión pública regional de acuerdo a sus competencias exclusivas - compartidas y delegadas- en el marco de las políticas nacionales y sectoriales, para contribuir al desarrollo integral y sostenible de la región.

1.3.4.2 Estructura de los Gobiernos Regionales

Los gobiernos regionales están constituidos por un Consejo Regional (órgano normativo y fiscalizador), que está integrado por: El Presidente Regional, el Vicepresidente Regional y los Consejeros Regionales de las provincias de cada región, con un mínimo de 7 y un máximo de 25. Son elegidos a través del voto directo por un período de 4 años.

Tanto el Presidente Regional, como el Vicepresidente son elegidos por sufragio directo por un periodo de 4 años.

El Consejo Regional cuenta con una Secretaría Regional que se encargará de ordenar su trabajo y hacer cumplir sus funciones.

La Presidencia Regional, órgano ejecutivo, está integrado por el Presidente Regional y cuenta con Gerencias Regionales, las que son dirigidas y coordinadas por una Gerencia General.

Cada región puede poner en marcha 5 Gerencias Regionales que tratan los siguientes Temas:

1. Desarrollo económico
2. Desarrollo social
3. Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial
4. Infraestructura
5. Recursos Naturales y gestión del medio ambiente

El Presidente Regional desempeña su cargo de manera exclusiva, teniendo como única excepción la función docente.

1.4. Organizaciones y Acuerdos Internacionales

1.4.1. Organizaciones Internacionales Multilaterales

- Organización de Naciones Unidas (Miembro no permanente en el período 2006/2007)
- Organización de Estados Americanos
- FAO
- UIT
- OPANAL
- UNICEF
- UNESCO
- OMPI
- OIT
- CEPAL
- ACNUR
- OACI
- OMS
- ONUDI
- OPAQ
- Corte Penal Internacional

- Organización Mundial del Comercio
- UNASUR
- Asian Pacific Economic Cooperation (APEC)
- Consejo de Cooperación Económica del Pacífico (PECC)
- Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC)

1.4.2. Tratados internacionales

· Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI): En este marco, Perú suscribió como Estado asociado el Acuerdo de Complementación Económica N° 58 con los miembros plenos de MERCOSUR. El acuerdo se encuentra vigente desde enero 2006.

Actualmente, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (MINCETUR), se encuentra negociando un Acuerdo de Complementación Económica con México, con el objetivo de alcanzar un comercio liberado. Por otra parte, el primero de julio de 2008, se ampliaron las preferencias arancelarias del Acuerdo de Complementación Económica N° 38 con Chile, después de casi tres años de negociación.

Perú logró suscribir en 2008, con la confirmación de ambos Congresos, un TLC con Estados Unidos (se trata en realidad de un Acuerdo de Promoción económica) cuya base ha sido el ATPDEA (Agreement on Trade Promotion Drug Enforcement Agency) que permite el ingreso al mercado norteamericano de productos sustitutivos del cultivo de la coca y otros, libres de aranceles

A partir de la plena vigencia del TLC -2 de febrero de 2009-, Perú goza libre acceso en el 98% de sus partidas de exportación al mercado estadounidense. El cronograma de desgravación del 2% remanente se cumplirá en tres etapas de 5, 15 y 17 años. Por su parte Estados Unidos tendrá acceso libre en el 90% de las partidas que comercia con Perú, mientras que el 10% restante se liberará en la misma cantidad de años.

Asimismo en ocasión de la Cumbre de APEC, del pasado mes de noviembre, Perú logró suscribir con la República Popular China, un acuerdo comercial similar al concretado con Estados Unidos, aunque los plazos de desgravación en este caso serán mucho más lentos y acordó además que la Unión Europea acepte negociar un acuerdo comercial bilateral, fuera del ámbito de la CAN debido a las observaciones formuladas por Bolivia a las negociaciones en esa agrupación, facilitando así el proceso en beneficio de las exportaciones peruanas al viejo continente. Finalmente, durante el año pasado Perú suscribió tratados comerciales con Canadá y Singapur.

- **Acuerdos Multilaterales:**
 - o OMC

- **Acuerdos Regionales:**
 - o APEC
 - o ALADI
 - o CAN

- **Bilaterales:**
 - o ACE 38 Perú – Chile
 - o ACE 8 Perú – México
 - o ACE 50 Perú – Cuba
 - o ACE 58 Perú – MERCOSUR
 - o TLC con EE.UU
 - o TLC con China
 - o Protocolo Perú – Tailandia
 - o TLC – Singapur
 - o TLC – Canadá

- **Negociaciones en curso:**
 - o OMC

1.4.3. Acuerdos vigentes con Argentina

- Acuerdo de Cooperación Científica y Tecnológica
- Convenio de Cooperación entre Academias Diplomáticas
- Acuerdo de cooperación Cultural, Científica y Educativa
- Tratado de Extradición
- Convenio de Cooperación en materia de Salud
- Convenio de Cooperación y Desarrollo Sostenible del Turismo
- Acuerdo de Alcance Parcial sobre Cooperación Energética
- Convenio de Traslado de Personas Condenadas
- Acuerdo de Reconocimiento de Títulos Primarios y Medios
- Acuerdo de Reconocimiento de Títulos Universitarios

- Acuerdo de Cooperación Judicial en Materia Penal
- Convenio de Migración
- Acuerdo de Alcance Parcial sobre Cooperación e Integración Minera
- Acuerdo de Cooperación en Materia Antártica
- Acuerdo de Cooperación en Materia de Sanidad y Cuarentena Vegetal
- Acuerdo Zoosanitario
- Convenio sobre Promoción y Protección de Inversiones
- Acuerdo para evitar la Doble Tributación sobre los beneficios provenientes del ejercicio de la Navegación Marítima y Aérea
- Convenio sobre prevención del uso indebido y represión del tráfico ilícito de estupefacientes.

2. ECONOMIA

2.1. Reseña Económica

La economía de Perú se basa en la explotación, procesamiento y exportación de recursos naturales, principalmente mineros, agrícolas y pesqueros, aunque en los últimos años se observa una mayor diversificación en servicios e industrias ligeras.

Los intentos de industrialización realizados en los años 50 y 60 y sobretodo en la década del 70, basados en la sustitución de importaciones, se frustraron en gran medida debido a la fuerte crisis económica de finales de los 80 y la aplicación de una drástica política de apertura neoliberal en los 90.

La apertura económica se inició durante el gobierno de Alberto Fujimori en 1990 para hacer frente a una crisis económica muy seria que había afectado la industria y provocado una hiperinflación aguda.

La economía peruana es una de las más dinámicas de Latinoamérica. El actual ciclo económico de Perú es el más importante de su historia. Entre los años 2000 y 2008 el Producto Bruto Interno creció 52,8% lo que significa un crecimiento de la economía anual promedio del 6,2%. En 2007, la economía creció el 8,99%, alentada principalmente por el desempeño de la construcción y el incremento de la demanda interna, tanto pública como privada. Para el ejercicio 2008, se prevé un crecimiento del PBI del 9,1%, según las cifras provisionales.

El Gobierno previó, a comienzos de 2008 y para los próximos 10 años, inversiones de U\$S 25.000.000.000 en actividades mineras; U\$S 20.000.000.000 en inversiones en energía y petróleo; U\$S 20.000.000.000 en industria; U\$S 12.000.000.000 en comercio; U\$S 8.000.000.000 en agroindustria y más de U\$S 5.000.000.000 dirigidos al turismo. Debido a promisorios descubrimientos de reservas de gas y petróleo se proyecta que para el año 2010 Perú se convierta en un país exportador de petróleo, después de haber sido importador neto desde los 80. Sobre estos proyectos de inversión seguramente, a partir de la crisis económica y financiera internacional, algunos serán revisados o diferidos, habrá que esperar como evoluciona la crisis

Sin embargo, el panorama general de la economía peruana debe ser evaluado en todos sus aspectos. A pesar del dinamismo económico que se verifica en los últimos siete años, las drásticas medidas neoliberales aplicadas por los sucesivos gobiernos han conducido a una fuerte descapitalización de la economía nacional que deriva en una insuficiente presencia de empresas nacionales y favorece las de capitales extranjeros que gozan de algunas eximiciones tributarias y una reinversión relativamente baja en el país. Por otra parte, existe una gran informalidad de la economía que según las cifras oficiales, alcanza al 56%, aunque un reciente estudio del Banco Mundial sitúa ese valor en 80%.

Los sectores productivos más destacados son la minería, la pesca, la industria de la construcción y la industria alimenticia. Durante el último bienio ha sido relevante la importación de bienes de capital, de bienes intermedios y bienes de consumo como consecuencia de las desgravaciones arancelarias de fines de 2006, cuando el Gobierno peruano fijó entre sus prioridades la actualización de las principales unidades productivas para afianzar el crecimiento económico. Argentina ha aprovechado esta rebaja arancelaria al alcanzar la segunda posición como proveedor de bienes intermedios a Perú.

Entre los proyectos más importantes que se ejecutan en Perú, se destaca el realizado por Perú LNG en la construcción de la planta de licuefacción de gas natural en Pampa Melchorita. Por su magnitud en minería, el proyecto cuprífero “Tía María”, de Southern, la construcción de la mina Cerro Corona, de Gold Fields; la culminación de la construcción del nuevo molino de oro y la expansión de canchas de lixiviación de la minera Yanacocha, además de las inversiones de Cerro Verde, en sus plantas de sulfuros primarias; Milpo, en sus proyectos de exploración de Hilarión y Pukaqaqa; Shougang, que se prepara a ampliar su mina de hierro en Ica.

En la industria manufacturera sobresale la ampliación en las plantas cerveceras y equipos de frío de Backus; la instalación de un nuevo molino de cemento y de una planta embolsadora, de Cemento Andina; la ampliación del horno de Cementos Lima; los proyectos de ampliación de capacidad productiva de cementos Arequipa y SIDERPERU; además de otras inversiones en el rubro textil, en plásticos, químico, y en la industria papelera.

Durante el año 2008, en el mes de mayo, Perú fue anfitrión de la Cumbre de Jefes de Estado de la Unión Europea y Latinoamérica - ALC-UE, que contó con la participación de la Presidenta de la República Argentina, Cristina Fernández de Kirchner. Posteriormente, en noviembre, el país recibió la Cumbre de Líderes del APEC. En ambas cumbres el objetivo del gobierno peruano fue transmitir la imagen de un país organizado, serio y comprometido con la inversión y el comercio. Al respecto, el Presidente Alan García señaló reiteradas veces que “*el Perú pretende convertirse en país refugio para las inversiones*”.

2.1.1. Indicadores Económicos

- ***Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana***

En 2008 el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de Lima Metropolitana (tomado como registro más fidedigno) registró una inflación de 6,65%, muy por encima del límite superior establecido por el Banco Central de Reserva del Perú BCRP (3%).

Esta cifra se explica tanto por factores externos como internos (aumento en los precios internacionales del petróleo y algunos alimentos como el trigo, maíz y la soja), como por una serie de problemas climáticos (lluvias, inundaciones), lo que provocó un aumento de los precios internos de los alimentos nativos.

Asimismo el acelerado ritmo de la demanda interna, que en 2008 ha demostrado una tasa de crecimiento superior al PBI, impulsó aún más los indicadores de precios de la economía. Un factor a ser tenido en cuenta en la formación de precios se relaciona con la extrema concentración verificada en los grandes rubros alimenticios, como es el caso de los aceites, las harinas y los lácteos, sectores donde el mercado local adquiere características cuasi monopólicas.

De esta manera en el 2008, el precio de los alimentos aumentó 9,2%. Cabe recordar que este valor explica el 47% de la canasta de bienes y servicios que demandan los hogares.

Indicadores Macroeconómicos 2006-2008

	2006	2007	2008
Inflación (Var 0%)	1,14	3,93	6,64
Tipo de Cambio (S/. x U\$S)*	3,19	2,98	3,01
PBI (Var %)	7,6	8,9	9,1**
Demanda Interna (Var %)	10,6	11,8	13,0
Consumo Privado (Var %)	6,2	8,3	8,3
Consumo Público (Var %)	8,7	4,5	4,9
Inversión Privada (Var %)	20,1	23,4	26,5
Inversión Pública (Var %)	12,7	19,7	49,0
Exportaciones (Mill. U\$S)	23.800	27.955	31.163
Importaciones (Mill. U\$S)	14.866	19.599	29.903
Saldo Comerc. (Mill. U\$S)	8.934	8.356	1.260
Reservas Internacionales (Mill. U\$S)	17.275	27.689	30.758
RESPNF (% del PBI)	2,1	3,1	2,4
Presión Tributaria (% del PBI)	14,9	15,4	14,8

* Tipo de Cambio promedio del año.

** Valor estimado.

RESPNF: Resultado del Sector Público No Financiero

Fuente: BCRP, MEF, CIE/CCL

Elaboración: IEDEP-CCL

- ***Producto Bruto Interno - PBI***

El PBI se estima habría alcanzado un crecimiento de 9,1% durante el año 2008, el cual por tercer año consecutivo fue explicado por el comportamiento de la demanda interna que creció el 13%, la tasa más alta registrada desde el año 1995.

El mayor crecimiento se logró en los sectores no primarios como: la construcción (16,3%), el comercio (12,4%) y la industria manufactura (8,5%), los cuales generan gran parte del empleo productivo.

El sector construcción creció un 16,3%, debido a las obras ejecutadas en centros comerciales, viviendas, oficinas y carreteras. Asimismo, contribuyeron el mantenimiento y rehabilitación de carreteras, así como la ejecución de proyectos mineros y energéticos mencionados.

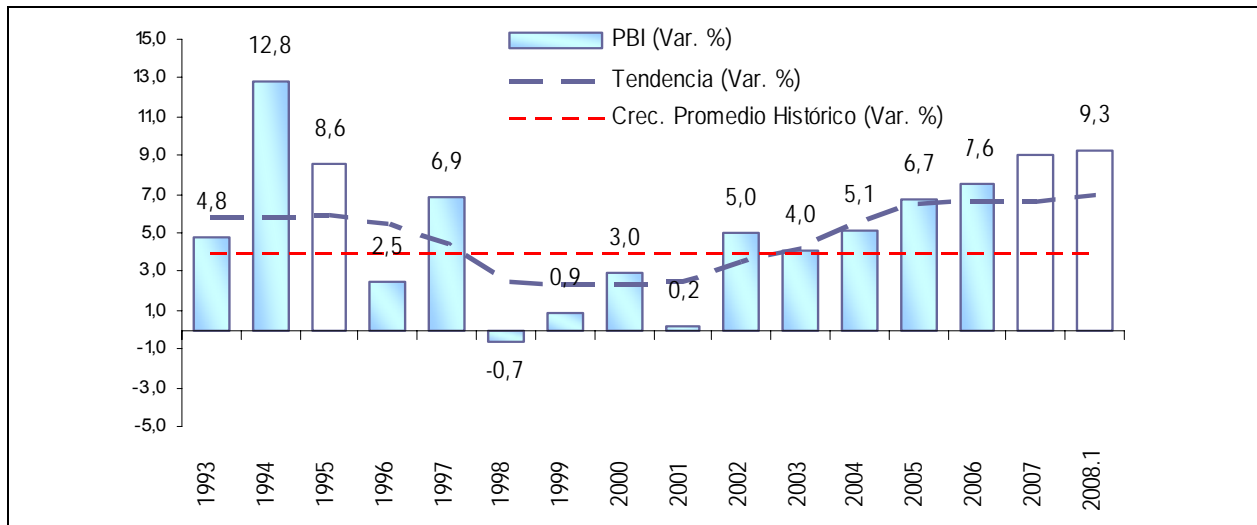
Otro indicador del dinamismo del sector de la construcción es la evolución de los créditos hipotecarios, los cuales registraron en el tercer trimestre de 2008 un incremento de 93,4% en préstamos en moneda nacional.

El sector comercio, que creció 12,4%, se vio impulsado por los mayores créditos de la banca comercial, lo que permitió una expansión que alcanzó a los suburbios de Lima Metropolitana y a las ciudades más importantes del país. Además, los niveles de ingreso promedio de la población ocupada en la capital crecieron 13,1% en el último trimestre del año 2008 con relación a similar período de 2007, siendo este aumento mayor en los sectores de construcción (21,4%). Este aumento de los ingresos impulsó directamente el consumo privado, indicador de referencia para el sector comercio.

Dentro del rubro manufacturero, la industria no primaria destinada a la producción de bienes de consumo tuvo un comportamiento bastante dinámico (explicó el 46% del crecimiento de este sector durante los 10 primeros meses del año), destacándose la producción de bebidas malteadas, cerveza, gaseosas, agua mineral y productos lácteos.

No obstante, este buen desempeño del sub-sector, fue parcialmente atenuado por la menor producción de la industria textil (entre enero y octubre de 2008 la fabricación de tejidos y artículos de punto cayó en 18,5%), afectada por una menor demanda en el mercado norteamericano. En cuanto a la producción de bienes intermedios, se destaca la fabricación de cemento, cal, yeso, productos metálicos de uso estructural y plásticos, productos vinculados al sector construcción.

Perú: Crecimiento Económico, Tendencia y Promedio Histórico (Var. % anual)



Fuente: INEI Perú. Estimaciones del MEF 2008 (Ministerio de Economía y Finanzas www.mef.gob.pe)

Duración de las Expansiones en el Perú y Crecimiento Promedio

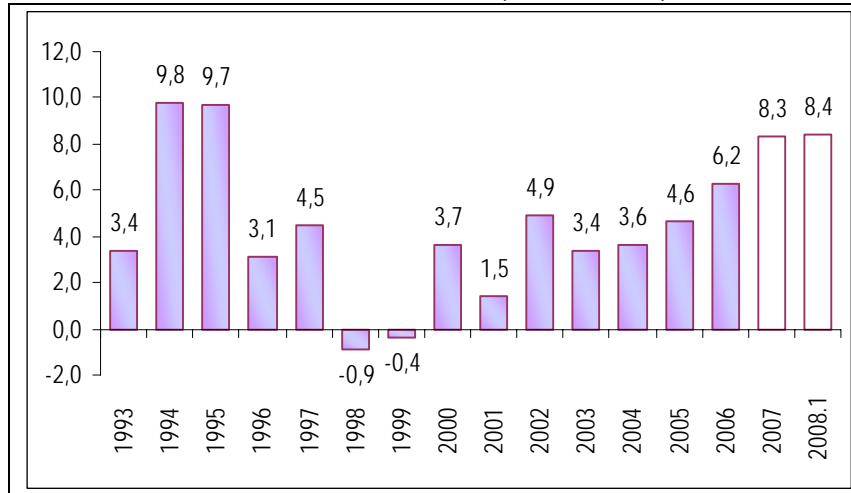
Inicio	Fin	Duración (Trim.)	Crec. Prom.
1972.2	1975.3	14	5,7
1979.1	1981.2	10	5,2
1985.4	1987.3	8	9
1991.1	1995.1	17	5,4
2001.1	2008.1*	27	6,1

* Ultimos datos disponibles

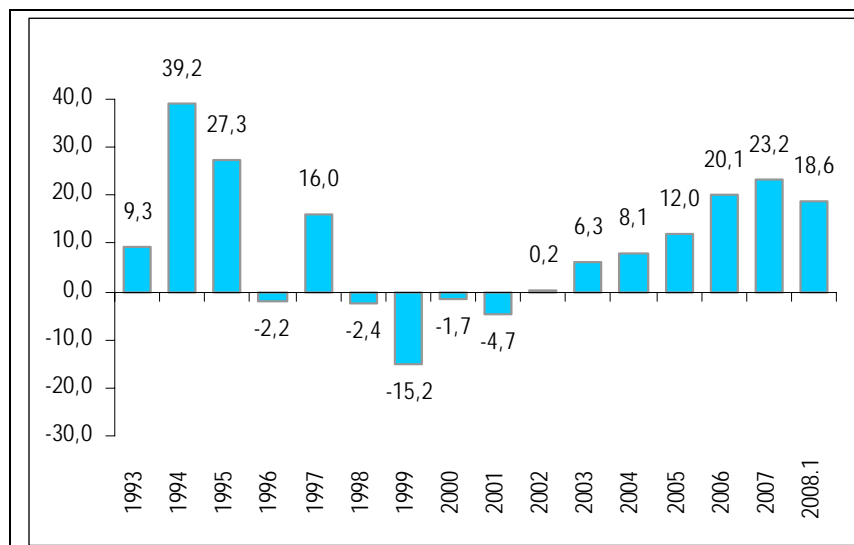
Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas www.mef.gob.pe

Indicadores que están impulsando el crecimiento económico del país

Consumo Privado (Var. % anual)

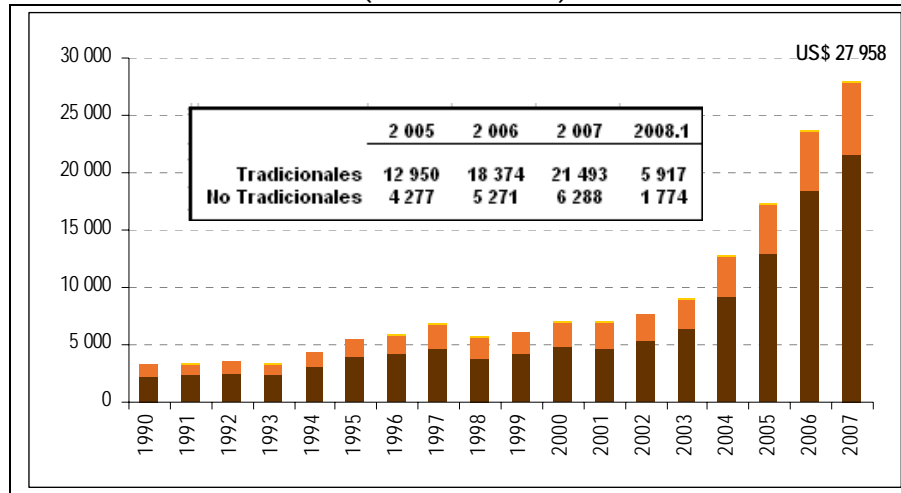


Inversión Privada (Var. % anual)



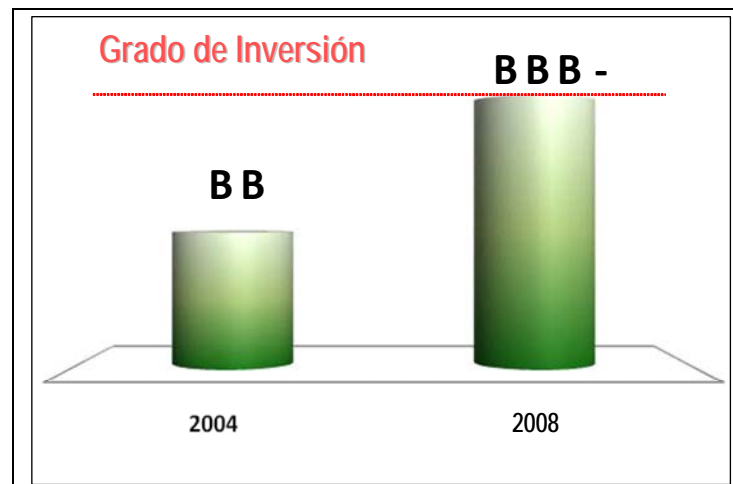
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) <http://www.bcrp.gob.pe>

Exportaciones Totales (Millones de US\$)



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) <http://www.bcrp.gob.pe>

Uno de los logros de la economía peruana que está impulsando la entrada de capitales en muchos sectores de la economía, ha sido la **obtención del grado de inversión en 2008**, según la calificador de riesgo Fitch Ratings.



* 2004 corresponde a calificación de S&P y Fitch Ratings.

2008 corresponde a calificación de Fitch (Abr. 08) y DBRS (Oct. 07).

Fuente: http://www.fitchratings.com/corporate/resource_detail.cfm?pr_id=415822&frompage=&resdet=teleconf_det

	S&P/ Fitch	Moody's	Característica
Grado de inversión	AAA	Aaa	Risk free
	AA+	Aa1	Calidad superior
	AA	Aa2	
	AA-	Aa3	
	A+	A1	Alta capacidad de repago
	A	A2	
	A-	A3	
	BBB+	Baa1	Moderada capacidad de repago
	BBB	Baa2	
	BBB-	Baa3	
	BB+	Ba1	Alguna capacidad de repago
	BB	Ba2	
	BB-	Ba3	
	B+	B1	Alta incertidumbre de capacidad de repago
B	B2		
B-	B3		
CCC+	Caa1	Altamente vulnerable al incumplimiento	
CCC	Caa2		
CCC-	Caa3		
	D	Ca	Al incumplimiento

Fuente: Bloomberg

Comparación Latinoamericana

País	S&P	Fitch	Moody's
Chile	A+	A	A2
México	BBB+	BBB+	Baa1
Perú	BBB-	BBB-	Ba1
Brasil	BBB-	BBB-	Ba1
Colombia	BB+	BB+	Ba1
Venezuela	BB-	BB-	B2
Argentina	B+	RD	B3
Bolivia	B-	B-	B3
Ecuador	B-	CCC	B3

Actualizado a Setiembre 2008

Fuente: Standard & Poor's, Fitch Ratings y Moody's



Fuente: PROINVERSION

Fuente: ProInversion <http://www.proinversion.gob.pe> Encuesta Revista América Economía 30 Noviembre 2008 / Encuesta realizada por IDC entre 164 compañías de América Latina <http://beta.americaeconomia.com/187075-Problemas-en-la-Matrix.note.aspx>

- **Programa Anticrisis**

Ante la crisis financiera mundial, el gobierno peruano ha considerado hacer frente a la coyuntura a través de un Plan Anticrisis para el año 2009, cuyo objetivo es

generar confianza en la inversión y el consumo, que prevé en principio un desembolso de 10 mil millones de soles (aproximadamente 3.226 millones de dólares) para promover el empleo y sostener el crecimiento económico.

En ese contexto, el Gobierno tiene previsto lanzar una línea de crédito de 3 mil millones de dólares para cubrir las necesidades de gastos e inversiones que pueda requerir el país. A ello se sumaría una línea de crédito internacional de 7 mil millones de dólares, en caso que el monto previsto resulte insuficiente.

Se destaca, dentro del Plan, el énfasis en sostener el mercado crediticio de Perú mediante el desembolso para créditos hipotecarios. El Estado tiene previsto destinar 900 millones de dólares para que Corporación Financiera de Desarrollo S:A. (COFIDE) los aplique a entidades financieras para el acceso a viviendas y continúe la dinámica actual del sector de la construcción.

COFIDE es un banco de segundo piso que canaliza los recursos que administra a través del aporte de otras instituciones financieras.

Las carreteras son prioritarias en este paquete anticrisis, por lo que el Gobierno coordina acortar los plazos para la construcción de las principales vías de comunicación, sobre todo aquellas que ya están presupuestadas (carreteras Ayacucho-Abancay; Chongoyape-Cochabamba y Tingo María-Pucallpa).

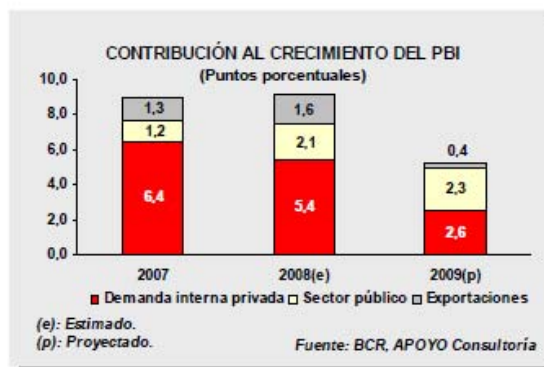
En cuanto a los programas sociales, estos no se verán afectados. Por el contrario, recibirán mayores recursos. El gasto se focalizará en los programas de lucha contra la desnutrición crónica y la superación de la pobreza.

En cuanto al área productiva, el Gobierno anunció la creación de Sierra Productiva que se sumará a Sierra Exportadora (impulso a cultivos alternativos)

Paralelamente, el Gobierno emplazó al sector privado a aumentar las inversiones con los recursos obtenidos durante años anteriores. La respuesta del sector empresarial representado por la CONFIEP-Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (www.confiep.org.pe), fue reconocer que el Gobierno ha decidido actuar y enfrentar la crisis y presionar para que el gobierno reglamente la ley de asociaciones público-privadas a fin de generar empleo y la normativa “de obras por impuestos”; que permite a las empresas medianas o grandes que apliquen el equivalente de sus impuestos a la realización de proyectos –previamente aprobados por el SNIP (Sistema Nacional de Inversión Pública) o por gobiernos locales y regionales .

El Plan Anticrisis del Gobierno busca generar un mayor impulso fiscal para el año 2009 y las medidas incluidas en dicho Plan atienden a tres objetivos:

	Medida	S/. Millones	% del PBI
1	Inversión pública	5 002	1,24
	Continuidad de inversiones	1 500	0,37
	Proyectos con financiamiento externo	548	0,14
	Ejecución adelantada de proyectos	480	0,11
	Foniprel: fase II y asignación de montos del 2008	2 294	0,57
	Infraestructura básica en salud y educación	200	0,05
2	Apoyo a la actividad privada	5 030	1,25
	Acceso a crédito hipotecario	2 920	0,72
	Programas habitacionales	1 000	0,25
	Bonos familiares	720	0,18
	COFICASA	900	0,22
	Mi Barrio	300	0,07
	Agua para todos	200	0,05
	Apoyo a MYPE y sector exportador	1 380	0,34
	Exportadores no tradicionales	900	0,22
	Fondo de Garantía Empresarial	300	0,07
	Compras directas	150	0,04
	Reducción de protección negativa	10	0,00
	Programas sociales	550	0,14
Total Plan Anticrisis	10 032	2,47	
3		US\$ Millones	% del PBI
	Líneas de crédito contingentes	9 250	2,28
	Concertado	3 000	0,74
	Acceso adicional	6 250	1,54



- El gasto adicional en inversión pública representa 1,3% del PBI del 2009.

- Se espera un crecimiento de 5,3% en el 2009.

No obstante lo descripto, no todas las medidas tendrán un impacto inmediato:

Medidas que tienen una aplicación inmediata → **Mantener el crecimiento de la demanda pública** → **Los proyectos incorporados en el plan ya han sido aprobados por el SNIP.**

Medidas cuyo efecto depende de la respuesta del sector privado → **Acceso a crédito hipotecario** → **Depende de la disposición de las familias a endeudarse.**

Medidas que requieren definir elementos claves del diseño y la operatividad. → **Apoyo a MYPE Fondo de Garantía Empresarial** → **Requieren coordinación estatal, diseñar esquemas de funcionamiento e identificar los sectores donde está la demanda.**

2.1.2. La Cuenta Corriente de Balance de Pagos

	Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	BALANZA EN CUENTA CORRIENTE (EN MILLONES DE US\$)	-1184	-1127	-1016	-71	1030	2456	1505
A.	BIENES (BALANZA COMERCIAL)	-267	306	731	2729	5163	8853	8603
	1. Exportaciones (F.O.B)	7007	7723	8986	12547	17247	23750	27588
	2. Importaciones (F.O.B)	-7273	-7417	-8255	-9818	-12084	-14897	-18985
B.	SERVICIOS	-835	-986	-931	-957	-913	-949	-928
	1. Exportaciones (F.O.B)	1510	-1544	1679	1844	2179	2343	F
	2. Importaciones (F.O.B)	-2345	-2520	-2609	-2801	-3092	-3292	F
C.	RENTA DE FACTORES	-1123	-1491	-2082	-2307	-5011	-7581	-7,8
	1. Privado	-550	-747	-1213	-2326	-4146	-6843	-7,4
	2. Publico	-573	-744	-869	-981	-865	-738	-0,4
D.	TRASFERENCIAS CORRIENTES	1042	1043	1221	3464	1791	2184	F

Fuente: SUNAT/BCRP

F: Faltan datos

2.1.3. Moneda y Finanzas

El ente encargado de la política monetaria del Perú es el Banco Central de Reserva. Creado en 1922 es uno de los Bancos Centrales más antiguos de Sudamérica

Las leyes que reglamentan los bancos y empresas financiera son la ley 26.702, la Ley general del sistema financiero y de del sistema de seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banco y Seguros (www.sbs.gob.pe).

La inversión extranjera en las empresas del sistema financiero y de seguros que están autorizadas a operar en Perú y sus subsidiarias reciben igual trato que las de capital nacional. La Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensión (SBS) es una entidad autónoma encargada de autorizar y supervisar las actividades de los bancos, financieras, compañías de seguros y las Administradoras de Fondos de pensión (AFP).

El inversionista extranjero puede establecer un banco, una sucursal o constituir una oficina de representación. Los bancos deben constituirse bajo la forma de una sociedad anónima o como sucursales de bancos extranjeros.

Durante los años 2005 y 2006 el sistema financiero, en particular los bancos, tuvieron que enfrentar una fuerte competencia del mercado de capitales tanto por el lado de las colocaciones como por la del fondeo, lo que los obligó a aumentar las tasas de interés y reducir sus operaciones en el mercado de crédito corporativo.

Esto se daba en un contexto de ganancias extraordinarias en la bolsa de valores de Lima, burbuja especulativa que se comenzó a desinflar y provocó una corrida a mediados de de 2007. Paralelamente el dólar comenzó a bajar su cotización en el mercado de cambios.

Esta situación se mantuvo estable hasta que se empezó a apreciar la profundidad de la crisis financiera y económica de los Estados Unidos, a mediados de 2008. En la actualidad las tasas de interés se encuentran en su punto más bajo de los últimos seis años en línea con las medidas tomadas por la mayoría de de los países para enfrentar la crisis. A pesar de lo expresado, debido al el fuerte compromiso asumido por el Banco Central de Reserva y las instituciones financieras, el nivel del crédito se ha mantenido estable, creando las condiciones para un aterrizaje suave hacia un escenario futuro de menor consumo.

- **Evolución del tipo de cambio nominal (respecto de US\$)**

2003	3,479
2004	3,414
2005	3,297
2006	3,275
2007	3,129
2008	3,010
2009 (*)	3,200

(*) Cotización al mes de febrero.

De acuerdo a la **evolución del dólar durante los últimos seis años**, la moneda norteamericana tuvo su cotización más alta con respecto a la moneda peruana, alcanzando un promedio de 3,479 soles por cada dólar.

Durante el **año 2008**, se profundizó la baja –nominal- llegando a cotizarse en S/. 2,69 en el mes de abril y hacia finales del año, con el estallido de la crisis mundial, el dólar se fue apreciando hasta llegar a S/. 3,10 en diciembre, arrojando un promedio para ese año de S/. 3,01.

A principios de 2009, en sintonía con la tendencia internacional, el dólar continuó apreciándose con relación a la moneda local, alcanzando a principios de febrero un nivel de S/. 3,25 por dólar.

De acuerdo a este nivel nominal, la **moneda peruana alcanza su menor nivel real desde fines de 2006**, situación enmarcada por el pesimismo de los mercados globales y la demanda general de clientes del sistema financiero, que activó ventas de dólares y de instrumentos del Banco Central de Reserva del Perú.

En lo que va del 2009, el tipo de cambio ha estado muy **presionado al alza por demanda de todos los clientes y por un cambio de expectativas**. Los bancos se resisten a quedarse sin dólares y prefieren tener posiciones largas. El Banco Central de Reserva (BCR) vendió 85 millones de dólares a un tipo de cambio promedio de 3,19 NS y sumó ventas en el año 2009 por 724,5 millones de dólares, ante varias caídas del sol.

Asimismo, colocó dos Certificados de Depósito Reajutable por un total de 555 millones de soles, que lograron gran demanda entre los bancos del sistema.

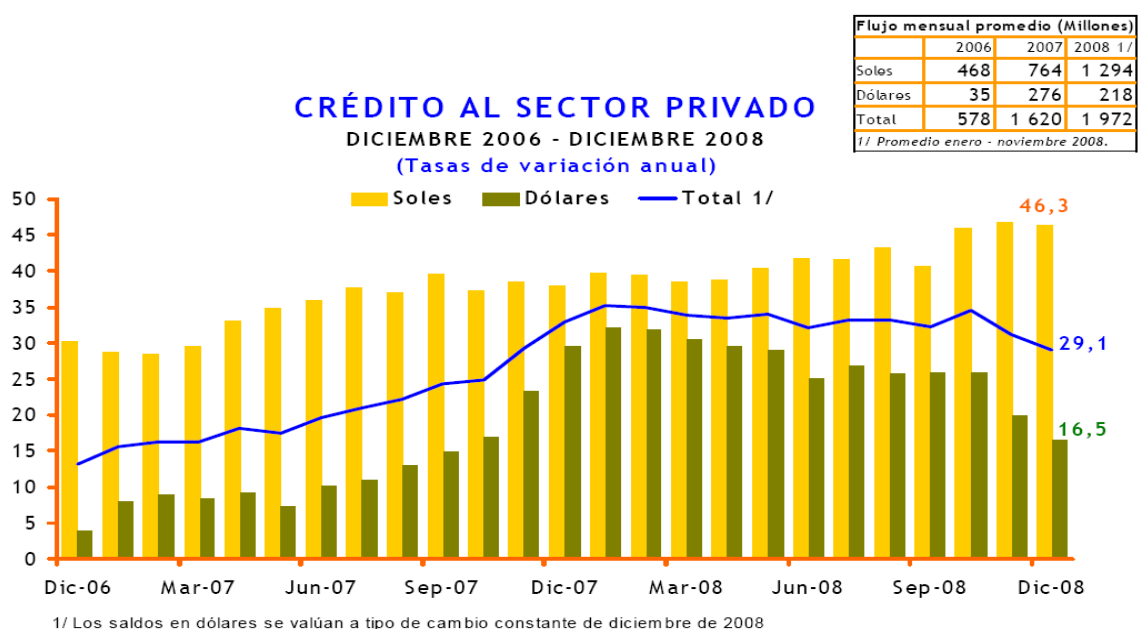
De otro lado, el BCR también inyectó liquidez en moneda nacional mediante dos préstamos Repo por 5.700 millones de NS –operaciones de financiación garantizada para bancos e instituciones financieras e instrumento clave en la instrumentación de

política monetaria-, para un sistema que comienza a sentir los efectos contagio de la crisis mundial.

- **Sistema crediticio y liquidez**

El **crédito al sector privado** aumentó 1,9 por ciento en diciembre pasado, acumulando un crecimiento durante el año 2008 de 32,5 por ciento (33,8 por ciento en noviembre). Por monedas, el segmento de soles creció 2,6 por ciento en diciembre mientras que el segmento en dólares disminuyó 0,1 por ciento.

A lo largo del año 2008 el crecimiento del crédito fue 29,1 por ciento, resultando menor al del año anterior (32,9 por ciento). La tasa de crecimiento anual más alta en 2008 se registró en enero (35,2 por ciento). A partir de noviembre pasado el crédito al sector privado ha registrado una desaceleración, ya que hasta el mes de octubre la tasa de crecimiento anual se mantuvo por encima de 32 por ciento.

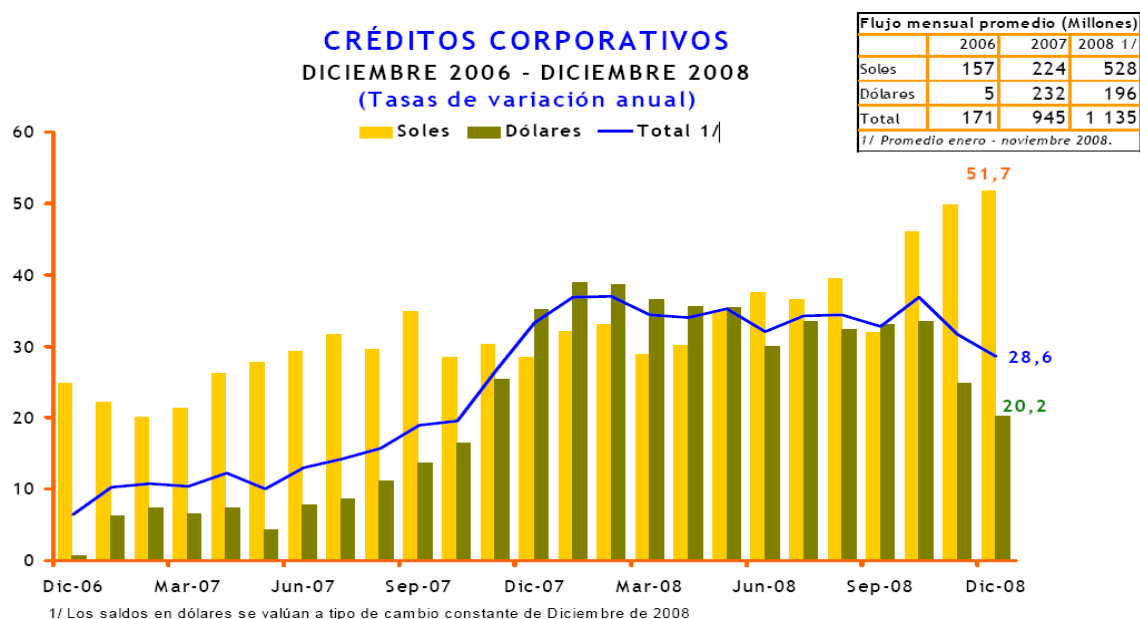


El **crédito al sector privado en soles** creció en diciembre a una tasa mensual de 2,6 por ciento, menor a la observada en noviembre (4,5 por ciento) y equivalente a un flujo mensual de S/. 1 215 millones. Por tipo de institución financiera, el crédito de la banca estatal aumentó 3,8 por ciento, más que el crédito otorgado por las instituciones de microfinanzas (2,6 por ciento) y de las empresas bancarias (2,5 por ciento).

En diciembre, el **crédito al sector privado en dólares** tuvo una disminución de 0,1 por ciento tras haber aumentado 1,7 por ciento en noviembre, acumulando un incremento de 16,5 por ciento en los últimos 12 meses (flujo de US\$ 2 392 millones).

Los **créditos corporativos en soles** crecieron 2,6 por ciento en diciembre, menor al desarrollo de los dos meses previos, aportando un incremento de S/. 465 millones, asimismo inferior al flujo mensual promedio de este segmento registrado entre enero y noviembre (S/. 528 millones). Durante el año 2008, los créditos corporativos en soles crecieron 51,7 por ciento, superando la tasa de crecimiento anual del 2007 (28,5 por ciento).

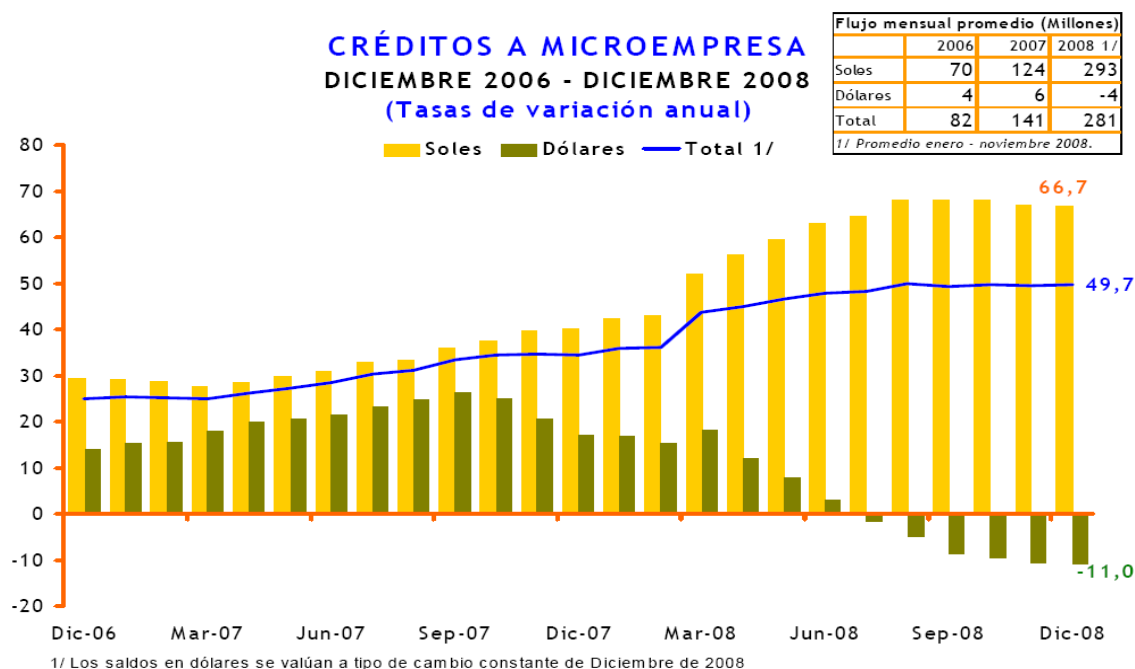
Los **créditos corporativos en dólares** registraron un crecimiento mensual de 0,1 por ciento (con un flujo mensual de US\$ 15 millones en diciembre, menor al flujo mensual promedio entre enero y noviembre de US\$ 196 millones). El segmento de créditos corporativos en dólares fue el más dinámico en 2008 (variación anual de 20,2 por ciento), cuyo flujo de US\$ 2 168 millones explicó el 91 por ciento del crecimiento anual del crédito en dólares.



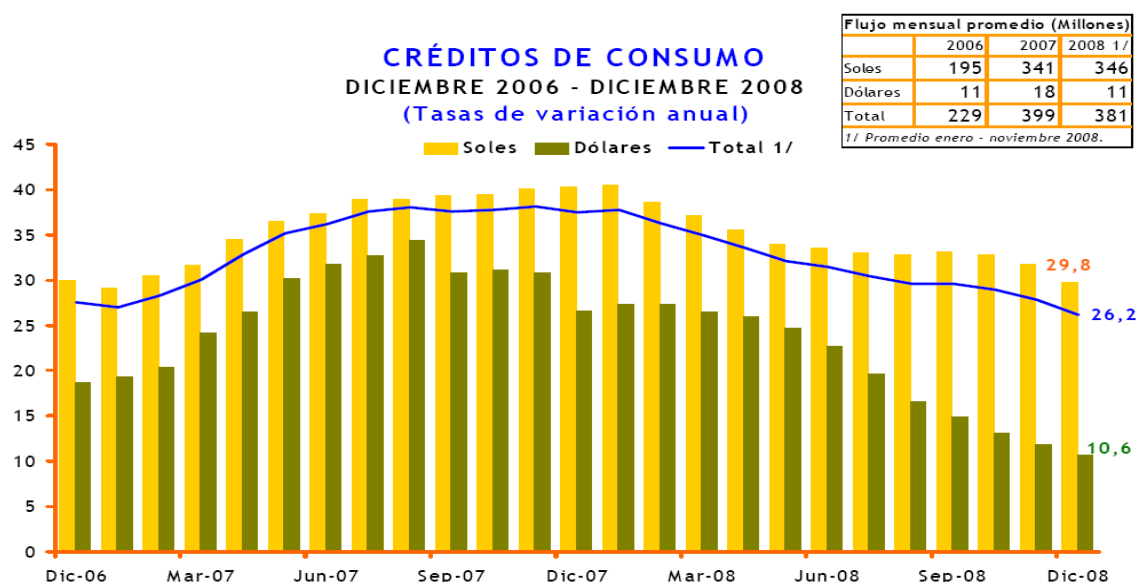
Los **créditos de microempresas en soles**, que representan el 87 por ciento del total, aumentaron 2,7 por ciento en diciembre (5,7 por ciento en noviembre), cuyo flujo mensual de S/. 226 millones fue menor al promedio registrado entre enero y noviembre de 2008 (S/. 293 millones). De este modo la tasa de crecimiento en los últimos 12 meses fue 66,7 por ciento y mayor a la tasa registrada en 2007 (40,3 por ciento), lo que significó que el flujo anual del crédito a microempresas en moneda nacional (S/. 3 452 millones) fuese 2,3 veces mayor al registrado en el año previo.

Los **créditos a microempresas en dólares** continuaron su tendencia del año, disminuyendo 1,6 por ciento en diciembre (flujo negativo de US\$ 7 millones). Con

respecto a diciembre de 2007, este segmento disminuyó 11 por ciento (flujo negativo anual de U\$S 51 millones).



Los **créditos de consumo en moneda nacional**, que equivalen al 85 por ciento del total, registraron una tasa de crecimiento mensual de 2,4 por ciento en diciembre, equivalente a flujo mensual de S/. 439 millones, superior a la variación de noviembre (1,7 por ciento) y una tasa últimos doce meses de 29,8 por ciento. Por su parte, el crédito de consumo en dólares disminuyó 1,1 por ciento (flujo mensual negativo de U\$S 13 millones); mientras que creció 10,6 por ciento con respecto a diciembre de 2007 (flujo anual de US\$ 112 millones).



2.1.4. Principales Sectores Económicos

2.1.4.1 Sector Minero

La minería peruana está orientada principalmente al mercado externo y es el sector económico que más contribuye al superávit comercial. Sin embargo, debido a su reducido encadenamiento productivo y a su baja intensidad de mano de obra, no representa un porcentaje elevado en comparación con otros sectores productivos.

Tradicionalmente, la minería ha sido uno de los sectores más dinámicos de la economía peruana, siendo sus pilares básicos el oro y la plata y, posteriormente los metales básicos. Actualmente, Perú está entre los 10 primeros exportadores de los principales metales.

La explotación minera se convierte en un importante factor económico debido a que se desarrolla en zonas alejadas, en donde no se verifican otras actividades productivas trascendentes. Esto hace que las empresas tengan que proveer infraestructura física y servicios sociales básicos para las ciudades aledañas a las zonas de explotación.

Los principales minerales explotados en el territorio peruano son el oro, la plata, el cobre y el zinc

El oro se encuentra asociado a minerales de plata y cobre en yacimientos primarios, en forma de vetas y diseminados, en yacimientos aluvionales, en las zonas norte y sudoriental del país y en yacimientos diseminados de origen volcánico de baja ley.

Para Perú el cobre es uno de los productos más importantes en valor de producción y en volúmenes de exportación. Sus usos principales se centran en la industria manufacturera, las comunicaciones, la agricultura y la medicina.

PRODUCCIÓN MINERO METÁLICA –SERIE 1998/2008 (Unidades de contenido fino)

PRODUCTO/ AÑO	COBRE (tm)	PLOMO (tm)	ZINC (tm)	PLATA (kg)	ORO (kg)	HIERRO (tlf)	ESTAÑO (tm)
1998	483,338	257,713	868,757	2,024,570	94,214	3,230,431	25,747
1999	536,387	271,782	899,524	2,231,390	128,486	2,672,630	30,618
2000	553,924	270,576	910,303	2,437,706	132,585	2,645,991	37,410
2001	722,035	289,546	1,056,629	2,673,834	138,022	3,038,401	38,182
2002	843,213	297,704	1,221,830	2,686,563	157,013	3,056,055	38,815
2003	842,578	308,874	1,372,790	2,920,922	172,619	3,484,900	40,202
2004	1,035,574	306,211	1,209,006	3,059,829	173,219	4,247,174	41,613
2005	1,009,898	319,345	1,201,671	3,193,146	207,822	4,564,898	42,145
2006	1,048,897	313,325	1,201,794	3,470,725	203,286	4,784,601	38,470
2007	1,190,281	329,154	1,444,354	3,493,909	170,127	5,103,597	39,019
I Sem 2008	607,168	165,698	782,033	1,739,450	86,860	2,756,948	19,520
Estimado 2008	1,250,000	335,000	1,500,000	3,500,000	171,000	5,200,000	39,050

VARIACIONES

PRODUCTO/ VAR %	COBRE (tm)	PLOMO (tm)	ZINC (tm)	PLATA (kg)	ORO (kg)	HIERRO (tlf)	ESTAÑO (tm)
2008 - I Sem / 2007 - I Sem	9.59%	3.42%	7.10%	5.48%	7.32%	6.65%	15.31%

Fuente: Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía.

Durante el año 2008 se ha registrado una fuerte caída en los minerales principales que afecta las proyecciones para el presente año, que no son alentadoras para el sector.

Principales Empresas Mineras

MINERALES	EMPRESAS MINERAS MÁS IMPORTANTES
Cobre	Southern Perú Copper Corporation Suc. Perú Compañía Minera Antamina S.A. BHP Billiton Tintaya S.A. Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A. Doe Run Perú S.R. Ltda. Compañía Minera CondestableS.A. Compañía Minera Atacocha Volcan Compañía Minera S.A.A. Compañía Minera Milpo S.A.
Zinc	Volcan Compañía Minera S.A.A. Empresa Minera Iscaycruz S.A. Compañía Minera Milpo S.A. Compañía Minera Antamina S.A. Compañía Minera Atacocha S.A. Compañía Minera Santa Luisa S.A. Sociedad Minera El Brocal S.A. Sociedad Minera Corona S.A. Empresa Minera Yauliyacu S.A. Cia. Minera San Ignacio de Morococha S.A.
Oro	Minera Yanacocha S.R.L. Minera Barrick Misquichilca S.A. Compañía Minera Ares S.A.C. Minera Aurífera Retamas S.A. Compañía de Minas Buenaventura S.A.A. Consorcio Minero Horizonte S.A. Cia. Minera Aurífera Santa Rosa S.A. Compañía Minera Poderosa S.A. BHP Billiton Tintaya S.A.
Plomo	Volcán Compañía Minera S.A.A. Compañía Minera Atacocha S.A. Compañía Minera Milpo S.A. Compañía Minera Santa Luisa S.A. Sociedad Minera el Brocal S.A. Sociedad Minera Corona S.A. Empresa Minera del Centro del Perú S.A. Compañía Minera Raura S.A. Empresa Minera Yauliyacu S.A.

Otros Minerales	Volcán Compañía Minera S.A.A. Compañía de Minas Buenaventura S.A.A. Sociedad Minera Corona S.A. Empresa Minera Yauliyacu S.A.
--------------------	--

Fuente: Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía

2.1.4.2. Sector Pesquero

Perú tiene una gran ventaja comparativa en este sector, debido a que está ubicado en una de las áreas de pesca más productivas del mundo, originado al sistema de corrientes que recorre sus costas: la corriente fría de Humboldt y las cálidas provenientes del Pacífico Norte.

Este sistema está asociado al afloramiento de aguas profundas ricas en nutrientes que abastecen a una gran biomasa de recursos acuáticos. Sin embargo, el mar peruano también está afectado por el fenómeno del Niño que produce cambios importantes en el hábitat y comportamiento de los stocks de pesca. Cuando se desencadena, se originan cambios climáticos cuya severidad varía de acuerdo a la intensidad del evento. Por lo general este fenómeno se da cada 15 años, el último tuvo lugar en 1998.

La pesquería es una importante actividad productiva del país, debido a que genera aproximadamente el 20% del total de exportaciones y contribuye con casi el 2% del PBI nacional.

De los más de 2,300 recursos hidrobiológicos identificados, (750 especies de peces, 872 moluscos, 412 crustáceos, etc) sólo el 5% es explotado comercialmente. Las principales especies son la anchoveta, sardina, jurel y caballa. Otras especies importantes son la merluza, las conchas de abanico, langostinos y calamares.

En la actualidad el sector pesquero está recuperándose de una profunda crisis, que se generó como consecuencia de varios factores: a) los niveles de endeudamiento alcanzados por las empresas del sector, b) fenómenos climáticos causados por el fenómeno de El Niño y c) las vedas para proteger el ecosistema establecidas por el gobierno.

La mayor parte de las empresas pesqueras alcanzó niveles de deuda tan elevados que causó la quiebra o reestructuración patrimonial de muchas de estas. Esto sucedió como consecuencia de una mala planificación en el sector, y falsas expectativas en el crecimiento de los cardúmenes. El panorama se revirtió desde el año 2007, año a partir del cual se han producido numerosas inversiones en el sector (entre ellas de importantes grupos económicos peruanos) lo que presagia una mayor concentración del sector y una reanimación de sus actividades productivas.

Actualmente el sector pesquero tiene un potencial muy grande que puede ser explotado y aprovechado. Según los especialistas, la pesca de la anchoveta será menor, pero existen otras especies que la pueden reemplazar como el jurel y la caballa. Otro punto importante es la existencia de suficiente capacidad instalada para atender a un mercado en crecimiento como es el del pescado congelado y las conservas.

Principales Empresas Exportadoras

Grupo Sindicato Pesquero del Perú S.A.
Pesquera Hayduk S.A.
Austral Group S.A.A.
Pesquera Diamante S.A.
Empresa Pesquera San Fermín S.A.
Pesquera Exalmar S.A.
Corporación Pesquera Inca S.A.
Pesquera Industrial El Angel S.A.
Corporación del Mar S.A.

Fuente: Comex

2.1.4.3. Sector Agropecuario

2.1.4.3.1. Sector Agrario

El sector agrario desempeña un importante papel dentro de la actividad económica del país, teniendo una participación del orden del 8 % sobre el PBI. Durante los últimos años su evolución ha sido mayor al promedio nacional.

Perú se ve favorecido por su geografía debido a que cuenta con una variada biodiversidad que lo transforma en una fuente natural de gran ventaja comparativa.

• Costa

Es la región que reúne las mejores condiciones para el desarrollo de productos para la exportación. Cuenta con 53 valles que ocupan un territorio equivalente a 260 mil hectáreas.

Tiene una temperatura promedio de 19.2°C, con fluctuaciones mínimas entre la noche y el día..

Productos principales: algodón, azúcar, café, mangos, limón, espárragos, uvas, fresas, paltas, mandarinas, aceitunas, frijoles entre otros.

• **Sierra**

Su altura varía desde los 800 hasta más de 5.000 metros, sobre el nivel del mar, representa el 30.5% de la superficie del Perú.

En esta región se presentan diversos ecosistemas con una variedad de climas y temperaturas que en promedio son superiores a 20°C, climas fríos con una media anual de 12°C, y más extremos con temperaturas medias de 0°C.

Productos principales: cereales, leguminosas, legumbres, hortalizas, colorantes naturales, tubérculos, tara, entre otros.

• **Selva**

Esta región cubre el 59% del territorio nacional, con una superficie de 76 millones de hectáreas comprendidas entre los 100 y 500 metros sobre el nivel del mar, las cuales están cubiertas por bosques tropicales. Las temperaturas promedian los 25°C.

Se produce en esta región: café, cacao, frutas, especies maderables (cedro, caoba, nogal, cumala, ishpingo, capirona, congona,).

**Producción agropecuaria: 2003-2007
(Variación % Anual)**

PRODUCCION	2003	2004	2005	2006	2007
Caña de Azúcar	5.20	-21.60	-9.20	15.00	6.70
Café	1.40	3.90	-22.10	46.30	18.10
Algodón Rama	-1.80	27.20	6.20	2.90	4.20
Arroz Cáscara	-1.00	-14.90	33.40	-4.40	-12.40
Maíz Amarillo Duro	-3.40	-15.90	12.00	3.10	3.80
Maíz Amiláceo	-3.40	-15.90	12.00	3.10	3.80
Ave	4.60	1.10	9.60	7.70	4.20
Vacuno	2.70	4.80	4.60	5.70	3.10
Huevos	0.20	-5.00	3.90	11.40	6.60
Leche Fresca	2.50	3.20	4.70	7.30	3.70

Fuente: Ministerio de Agricultura

*Información del índice Mensual de la Producción Nacional *Ene – Mar. 2007

Los productos agrícolas que el Perú produce y exporta se dividen en 2 categorías: tradicionales y no tradicionales.

Principales productos de Exportación Tradicional

• **Café**

Este producto representa en el comercio mundial el segundo comoditee de exportación, después del petróleo. Es el principal producto de exportación agrícola, abarcando a casi la mitad de las exportaciones agrícolas peruanas.

Las variedades más cotizadas son: la Good Hard Bean, plantada en la selva central; la Hard Bean, producida en la selva nororiental; y la Medium Hard Bean, cosechada en la selva suroriental. De todas estas la primera es la que está mejor cotizada a nivel mundial.

Los principales destinos de exportación de este comoditee son la Unión Europea, Estados Unidos y Japón.

• **Algodón**

Tradicionalmente es la materia prima más utilizada en la industria textil peruana. En Perú se producen 5 variedades principalmente: Tangüis, Pima, Supima, Del Cerro y Aspero. También en la selva se está produciendo un algodón de tipo ecológico. Las variedades Tangüis y Pima representan juntas casi el 90% de la producción algodонера nacional.

La variedad Pima es la de mayor exportación, representando aproximadamente el 75% del total, mientras que la variedad Tangüis no se exporta en la misma cantidad debido a que se destina principalmente como insumo para la industria textil local.

Principales productos de exportación no tradicional

• **Hortalizas y Legumbres**

Espárragos: Es el producto más destacado de esta línea y el de mayor éxito en sus formas de fresco, congelado y en conservas.

Cebollas frescas y secas: en especial la cebolla amarilla dulce, este producto ha incrementado su producción y exportación en los últimos años gracias a importantes avances conseguidos en los métodos de producción.

También se exportan ajos, aceitunas y páprika.

• **Plantas medicinales**

Uña de gato: Usada por distintas culturas indígenas como medicina. Diversas empresas farmacéuticas comercializan cápsulas de esta planta.

• **Frutas Frescas**

A lo largo de la última década la producción y exportación de esta línea de productos ha presentado un nivel de crecimiento muy interesante. Esta evolución puede

ser aún mayor por el potencial de tierras de cultivo y clima que favorecen su producción, sin embargo esto solo podría lograrse con mayores niveles de inversión en tecnología. Dentro de esta línea los productos más importantes son: el mango, las uvas, la palta, la mandarina, la chirimoya, el plátano, el melón, el higo y la granadilla.

· **Leguminosas**

Las de grano seco han evolucionado a lo largo de los últimos años, tanto en la diversificación de mercados como en el procesamiento. En Perú las zonas de mayor producción de estos productos son: Piura, Chiclayo, Trujillo, Barranca, Huacho, Chincha e Ica. De la producción total, estimada en 30 mil toneladas, se exporta el 50% aproximadamente. Estos productos tienen un gran potencial debido al clima peruano que permite cultivarlos entre campaña y campaña de cultivo de productos de exportación tradicional como el algodón o la caña de azúcar.

· **Cultivos andinos, cereales y granos andinos**

Dentro de esta línea se pueden identificar diferentes productos:

Raíces: maca, oca, papa (en sus diferentes variedades)

Granos: kiwicha, quinua, maíz gigante del Cuzco

Leguminosas: tarwi, caraota

Frutas: naranjilla, uchuya, pitaya, lúcuma, pepino, mora

Plantas de uso industrial: tara

· **Cultivos amazónicos**

La amazonía peruana es muy rica en productos agrícolas, destacándose los frutales y las plantas medicinales algunas de las cuales no han sido suficientemente estudiados, desconociéndose aún su potencial. Dentro de estos productos podemos encontrar: Frutas: el guaje, almendro, anona, arazá, camu camu, guanábana, guaraná, uvilla, y Hortalizas: ají, dale, jambu, ñame, siuca, culantro, uncucha, zapallo.

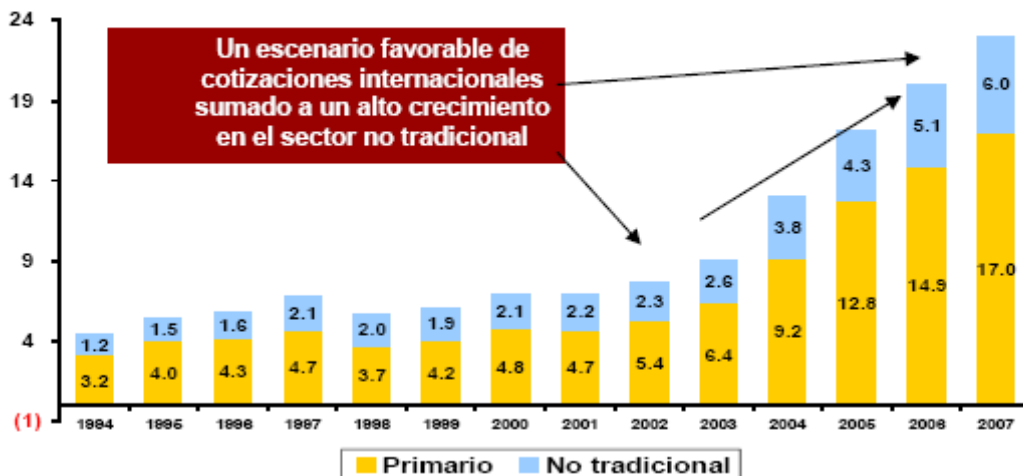
REGION	OFERTA ACTUAL	OFERTA POTENCIAL
Costa	Espárrago Algodón Mango Uva Aceituna Frijoles Marigold Cebolla Amarilla dulce Aceite esencial de Limón Pasta de tomate Azúcar Ajo	Cítricos Guanábanas Bróccoli Arroz

	Aceite de oliva Castañas	
Sierra	Cochinilla Flores Quinua Habas Orégano Tara Maíz morado Maíz gigante del Cusco	Chirimoya Sauco Maca Frijol ñuña Granadilla Hierbas aromáticas Kiwicha Maca Lúcuma Alcachofa
Selva	Café Cacao Achiote Nueces del Brasil Palmito Uña de gato Cúrcuma	Camu camu Barbasco Sangre de grado Nuez de macadamia Ajonjolí Especias Palma aceitera

Fuente: Ministerio de Agricultura

Perú: Exportaciones Totales al Mundo

Miles de millones de US\$ FOB



Principales Empresas Agrícolas Exportadoras

RAZÓN SOCIAL
Sol Produce S.A.
Perales Huancaruna S.A.C.
ALICORP S.A.
Agro Industrias Backus S.A.
Sociedad Agrícola Virú S.A.C.
Agrowest S.A.
Danper Trujillo S.A.C.
IQF del Perú S.A.
Sunshine Export S.A.C.
Complejo Agroindustrial Cartavio S.A.

Fuente: Comex

2.1.4.4. Sector Industrial

Este sector comprende las actividades de la industria manufacturera de alimentos (excepto aquellas relacionadas con elaboración de productos de pescado y fabricación de azúcar), bebidas, tabaco, productos textiles, prendas de vestir, tratamiento y teñido de pieles y cuero, productos de cuero, fabricación de papel y productos de papel, actividades de edición, impresión y reproducción de grabaciones, productos químicos, caucho, plásticos, industrias básicas del hierro y el acero, fabricación de maquinarias, equipos, artefactos electrónicos e instrumentos en general, vehículos y equipos de transporte, fabricación de muebles, otras industrias manufactureras, reciclamiento e industria de la construcción.

2.1.4.4.1. Bienes de Consumo

Entre enero y octubre de 2008 el sector fabril total creció un 8,59% mientras que los bienes de consumo lo hicieron a una tasa de sólo el 5,06% las cifras muestran una clara desaceleración del crecimiento respecto del año anterior. En 2007 el sector fabril total se había expandido un 10,81 y los bienes de consumo un 12,73.

2.1.4.4.2. Bienes Intermedios

En cuanto a las importaciones, su composición general refleja el dinamismo industrial peruano: 53.58% en bienes intermedios, cuyas compras aumentaron un 19%, 28.87% en bienes de capital (+36%), de los cuales más del 60% corresponde a bienes para la industria; 17.46% en bienes de consumo (+14%); y 0.09% en bienes diversos (+30%).

Respecto a los bienes intermedios, si bien su desempeño se explica en parte por las elevadas cotizaciones del petróleo durante ese período, fueron las compras de materias primas para la industria las que más contribuyeron al aumento de las

importaciones en general. Así, su crecimiento explicó el 28% del incremento general y el 60% del correspondiente a los bienes Intermedios.

EE.UU. (con una participación de 18% y un crecimiento del 1%), Argentina (11%, +12%), China (10%, +72%), Chile (8%, +33%) y Brasil (7%, +14%) fueron los principales proveedores de insumos para la industria.

2.1.4.4.3. Bienes de Capital

Las importaciones de bienes de capital fueron las más dinámicas. Dentro de esta categoría, las mayores compras de materiales para la construcción (+53%) evidencian la bonanza que hoy experimenta este sector. Las siguieron en dinamismo las importaciones de equipos de transporte (+39%), pero el rubro más importante de este grupo fueron los bienes de capital para la industria, cuya participación sobre el total importado fue de 19% y cuyas compras se incrementaron en 33%. Los principales países proveedores de estos últimos fueron EE.UU. (con 24% de participación y un aumento de 36%), China (13%, +53%), Brasil (11%, +36%), Alemania (8%, +27%) y México (6%, +101%).

Las importaciones CIF alcanzaron los U\$S 1 543 millones, cifra que significó un incremento de 20,3% en relación a similar mes del año anterior. Al descomponer dicho rubro, se pudo apreciar que las importaciones de bienes de capital fueron las que impulsaron dicho crecimiento, ya que las mismas crecieron en 50,8%. Así mismo, la importación de bienes de consumo, materias primas y productos intermedios, crecieron en 17,2% y 6,3% respectivamente.

Los bienes de capital son el rubro con mayor crecimiento dentro del cual los materiales de construcción, los equipos de transportes y los bienes de capital para la industria y la agricultura crecieron en 87,9%, 53%, 45,6% y 34,5% respectivamente. Los resultados positivos en esta variable son resultado de: 1) El entorno de crecimiento económico, 2) El dinamismo de las inversiones, y 3) La reducción arancelaria implementada en diciembre de 2007, que fija en 0% a 2.800 posiciones arancelarias de este sector.

2.1.4.4.4. Sector Construcción

El crecimiento del sector construcción que ha sido el que más creció los años 2007 y 2008 (16,3%) se explica por la ejecución de nuevos proyectos del programa Mivivienda, así como por el dinamismo de obras civiles en Lima y otros departamentos, obras municipales en la zona sur del país, la construcción de nueva infraestructura asociada a proyectos mineros (Alto Chicama, sulfuros primarios de Cerro Verde, la modernización de la fundición de Ilo de parte de Southern) y la ejecución de inversiones públicas en infraestructura, principalmente en la construcción,

rehabilitación y mejoramiento de tramos carreteros, rehabilitación de caminos vecinales y mantenimiento de caminos rurales.

La industria de la construcción ha sido el motor sobre el que se asentó el crecimiento de la economía lo que le asegura a Perú ingresar en las turbulencias de la crisis mundial con un efecto de arrastre que podrá disimular parcialmente la caída del crecimiento prevista para 2009.

3. ENTORNO DE NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN

3.1. Consideraciones generales

Los canales de distribución están identificados según el volumen y la forma de ofrecer el producto, en este contexto existen varios tipos de canales: el tradicional, el moderno, los stockistas y mayoristas.

El mercado peruano de productos de consumo masivo se caracteriza por una baja penetración de negocios formales en venta de alimentos. Los mercados, “bodegas”, tiendas independientes y puestos callejeros dominan el sector de la distribución al por menor en Perú.

Sin embargo las ventas a través de supermercados modernos han crecido rápidamente a partir de 2004 y la actividad de los supermercados ha experimentado un importante crecimiento en el último quinquenio, aunque aun dista del volumen comercializado a través de supermercados en otros mercados de Latinoamérica

Los puntos de venta al por menor se concentran en Lima donde el ingreso medio es cuatro veces mayor que en el resto del país aunque comienza a perfilarse una expansión hacia las ciudades más importantes del interior (Trujillo, Arequipa).

Con las campañas de erradicación del comercio ambulante este tiende a retroceder y se esta produciendo un cambio en las preferencias del consumidor medio de tendencia a mercados, bodegas y puestos ambulantes informales hacia grandes cadenas de supermercados, cuya estrategia ha sido enfocar el tema de seguridad, higiene y garantía de calidad de los productos que comercializa.

La atomización del mercado minorista continúa siendo una característica importante del mercado minorista y se observa una situación extrema, hay gran cantidad de puntos de venta pequeños con muchas limitaciones y por otra parte las cadenas de autoservicios comienzan a expandirse inclinando las preferencias por precio y calidad hacia este sector, con cada vez más amplia y variada oferta.

Estas cadenas de supermercados no compran directamente sus productos al proveedor extranjero sino que lo hacen a través de representantes locales o empresas de importación. La rotación de productos importados no es fluida debido al menor grado de poder adquisitivo y por ende de consumo.

La reactivación de la economía ha propiciado la penetración de inversionistas extranjeros en el rubro hipermercados y se ha producido una expansión geográfica de los locales (Supermercados Peruanos-Plaza Vea acaba de inaugurar en Trujillo, Comas, y otros áreas). En algunos casos la apertura de uno de estos supermercados atrae a otras cadenas y se desarrollan verdaderos centros comerciales como el caso de Plaza San Miguel.

Estas cadenas han aprovechado la demanda de los sectores de menor poder adquisitivo pero con mayor densidad poblacional, caracterizando a estos nuevos locales que el consumidor no compra por volumen sino que efectúa las compras del día.

Los grandes centros comerciales construidos en los últimos años (Jockey Plaza, San Miguel) han sido un éxito, principalmente porque se han convertido en polos comerciales –con tiendas de venta, complejos cinematográficos, cadenas de farmacias, supermercados y patios de comida) concentran el público masivo.

En el interior también comienzan a abrirse locales de supermercados con gran potencial de consumidores dispuestos recibir nuevos productos y servicios.

Las cadenas continúan evaluando proyectos de ampliación e inauguración de nuevos centros comerciales no solo en el interior sino también en los barrios (Conos) de Lima de gran concentración demográfica que se perfilan como zonas de gran dinamismo comercial a pesar de que la mayoría de los pobladores pertenecen a los sectores socioeconómicos de bajos recursos. (En Lima Norte con casi 2 millones de habitantes se inauguro recientemente un nuevo centro comercial)

3.2. Canales de distribución

Dentro del **canal tradicional** se encuentran los almacenes (que se conocen en Perú como bodegas) y los puestos de los Mercados, este canal representa un importante medio de comercialización; son más de cien mil almacenes y puestos de mercado que compiten con los supermercados, sólo en la ciudad de Lima. Este sistema tiene vigencia todavía, un poco por tradición, pero también por la baja capacidad económica de parte de la clase media-baja peruana que, por falta de efectivo, realiza las compras del hogar diariamente en esos establecimientos porque el sistema le permite diferir sus pagos.

Respecto del **canal moderno** o autoservicios, entre los años 70 y 80 el sector experimentó su crecimiento más dinámico, inaugurando locales en Lima y también en el interior, generando no sólo más opciones al consumidor sino también significando una fuente importante de trabajo.

A fines de los 80's el país entró en una crisis social, económica y política que afectó severamente a los supermercados, tras cual la mayoría de las cadenas cerraron sus locales.

Sin embargo, ese no fue el único motivo de la crisis del sector, muchas de las cadenas fueron estandarizando sus productos, precios y servicios, enfocándose únicamente en los NSE más altos; esta estrategia fue positiva y generó margen para las

cadenas, pero no se mantuvo al evolucionar el comportamiento del consumidor con tendencia a exigir cada vez más productos diferenciados y mejor calidad en el servicio; factores que fueron aprovechados por nuevos actores como Supermercados Wong.

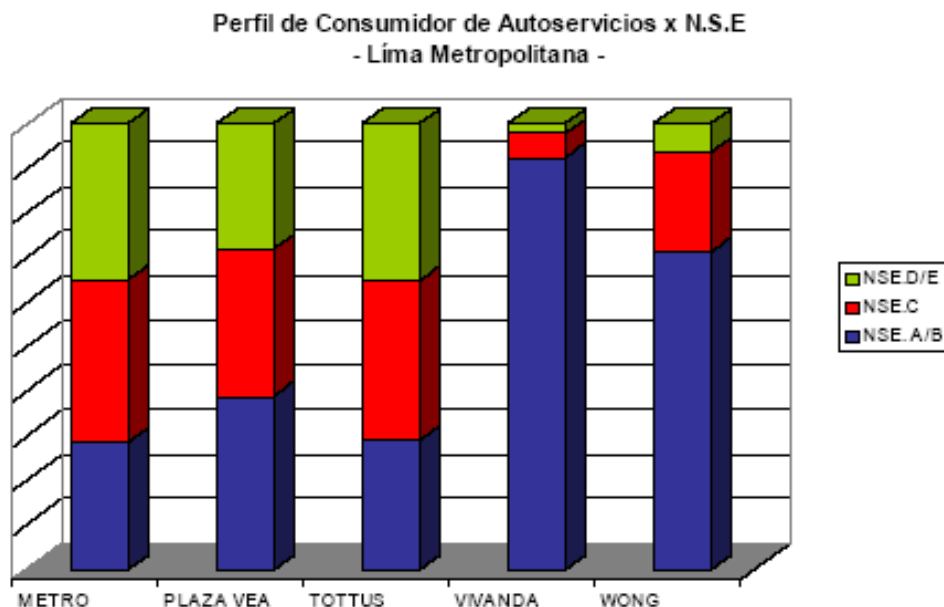
En la actualidad en el negocio de supermercados, participan tres operadores, el Grupo de Supermercados Wong (GSW), Supermercados Peruanos (SPSA) e Hipermercados Tottus, siendo este último perteneciente al grupo Saga Falabella. El GSW se inició en el mercado en el año 1983 y hasta el año 1990 inauguró 5 nuevas bocas de expendio. En 1992 inauguró Metro, su primer Hipermercado y al año siguiente su segundo Metro.

En Perú el canal de distribución más significativo (a diferencia de otros países más desarrollados) es el canal tradicional con un 69% del total comercializado. El canal Tradicional abarca a los mercados minoristas, los Mayoristas, y los almacenes. Estos son generalmente abastecidos por Distribuidores.

El canal Moderno es el de mayor crecimiento de los últimos años: su mayor expansión comenzó hace unos dos años cuando se empezaron a abrir supermercados en el interior del país. Integran este canal los autoservicios, las farmacias y las estaciones de servicio.

Los principales autoservicios son: los hipermercados Tottus, Metro, PlazaVea y Super, y los supermercados Wong, Super Vea, Vivanda, Wong, estos dos últimos dirigidos a clientes premium.

También existen pequeños almacenes como Eco (de corporación Wong) en zonas de nivel medio - bajo que tratan de suplantar a los mercados tradicionales con formatos más ordenados pero que no cuentan con la calidad de servicio que tiene un supermercado, las cadenas más importantes de farmacias son: Fasa, BTL, Inkafarma y Mifarma.



La categoría de supermercados está dividida en dos tipos, los que comercializan productos de primera necesidad y productos farmacéuticos (supermercados e hipermercados, mercados de abasto y tiendas de descuento, almacenes y farmacias) y los que comercializan ropa y electrodomésticos (tiendas por departamento, tiendas especializadas e hipermercados), siendo los hipermercados los que interactúan entre ambos (Plaza Veá, Tottus y Metro).

El sector presenta un volumen de ventas superior a los 1.200 millones de dólares anuales, en el cual Metro a través de supermercados participa con el 19%, y a través de los hipermercados, con el 42% del total.

Principales empresas:

Grupo Supermercados Wong:

- Metro

Número de locales: 22

Estrategia: Precios bajos, calidad del servicio y variedad de productos

Grupo Objetivo: NSE A, B, C, D y E

- Wong

Número de locales: 24

Estrategia: Excelencia en la calidad del servicio y variedad de productos.

Grupo Objetivo: NSE A y B

- Eco Almacenes

Número de locales: 7

Estrategia: Precios bajos y ubicarse en zonas no atendidas y costos bajos.
Grupo Objetivo: NSE C y D

Supermercados Peruanos

- Hipermercados Plaza Vea (*Incluye Supermercado San Juan)

Número de locales: 16

Estrategia: Precios bajos, sin sacrificar calidad y variedad de productos.

Grupo Objetivo: NSE A, B y C

- Vivanda

Número de locales: 5

Estrategia: Ambiente cálido y elegante, productos frescos y de calidad, mayor personal de servicio.

Grupo Objetivo: NSE A y B

- Súper Plaza Vea

Número de locales: 2

Estrategia: Precios Excelente servicio, moderno ambiente, precios bajos y oferta variada de alimentos.

Grupo Objetivo: NSE A, B y C

- Mass

Número de locales: 10

Estrategia: Productos básicos a precios bajos, locales cómodos.

Grupo Objetivo: NSE C y D

Grupo Falabella

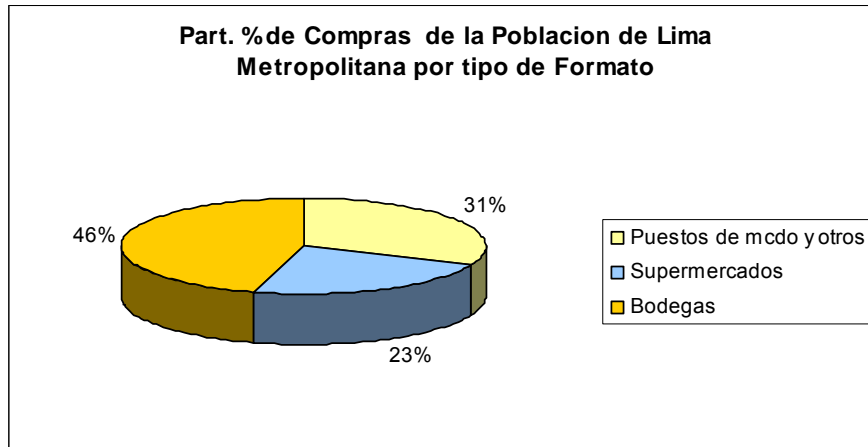
- Hipermercados Tottus

Número de locales: 5

Estrategia: Precios bajos, calidad de servicio y variedad de productos.

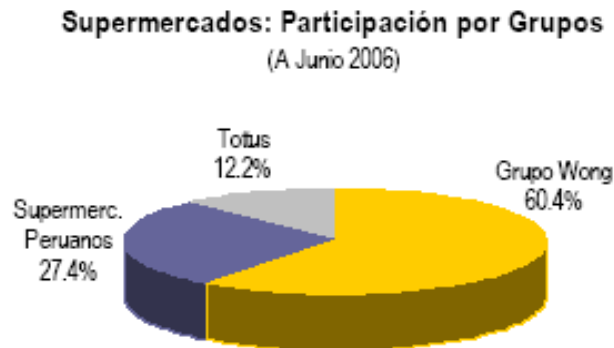
Grupo Objetivo: A, B y C

En Lima metropolitana un 23% de las compras totales se realizan en supermercados.



La participación está determinada por el volumen de las ventas de cada uno de los participantes.

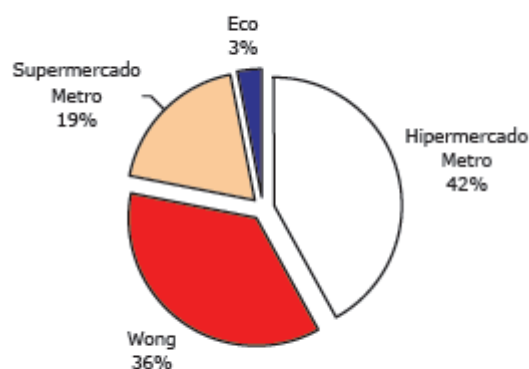
Dentro de la categoría de supermercados la participación esta dividida de la siguiente manera: Grupo Supermercados Wong con el 60.4% de participación, Supermercados Peruanos con el 27.4% para Tottus. Con el 12,2% (Fuente: APOYO).



Fuente: Apoyo y Asociados Elaboración: Estudios Económicos-Scolabank

Dentro de ese 60.4% de participación del Grupo Supermercados Wong (distribuido como se muestra en el cuadro anterior). Podemos observar que el 61% de éste, pertenece a Metro el cual representa el 37% del mercado (12% para Supermercados y 25% para Hipermercados), coronándose como el líder de la categoría con una diferencia de 15% sobre su más fuerte seguidor (Wong).

Part. % en las Ventas por Formato Comercial
(en el 2006)



Fuente: Equilibrium

Elaboración: MAXIMIXE

A pesar de la preeminencia actual del sector tradicional, existe una creciente tendencia de los consumidores a volcarse al consumo en súper e hipermercados; tanto Supermercados Peruanos, como Wong y Tottus compiten en la apertura de nuevos locales, tanto en la capital como en el interior del país lo que proyecta una reversión de la tendencia histórica

3.3. Estructura de Comercialización

3.3.1. Muestras y Materiales de Publicidad

Las muestras y materiales de publicidad dependen del tipo de producto que se quiere comercializar.

3.3.2. Productos de Consumo Masivo

En el caso de los productos de consumo masivo éste es realizado principalmente por el distribuidor con apoyo del fabricante o exportador. El fabricante provee al distribuidor del permiso para el uso del logo, slogans y todo el know-how del ingreso de la marca en otros países a fin de que éste los utilice para tener un rápido impacto y pueda hacer conocer una marca competitiva desde su ingreso al mercado. En muchos casos el exportador/fabricante apoya económicamente al distribuidor, en especial si se trata de productos que tienen un acceso difícil al mercado.

La publicidad para este tipo de productos se realiza principalmente en medios televisivos y la prensa escrita, debido principalmente al nivel de llegada y al impacto

que tienen estos medios en el consumidor final principalmente por sus posibilidades gráficas. La radiofonía también es otro canal utilizable porque tanto en la capital como en el interior se escucha radio en especial en emisoras con fuerte penetración como con como Radio-programas del Perú (RPP)

En el caso de los productos alimenticios se realizan degustaciones, en los principales centros comerciales de las diferentes ciudades del país. Para el caso de las bebidas, en especial de las que tienen contenido alcohólico, también se hacen degustaciones en las tiendas o locales de las diferentes cadenas de estaciones de servicio y presentaciones, eventos y concursos en los principales centros nocturnos de la capital.

Para el caso de los demás productos, se confeccionan muestras para promover el consumo. Estas muestras son entregadas en los principales autoservicios, centros comerciales y lugares más frecuentados por los potenciales consumidores.

3.3.3. Productos Especializados

La publicidad de este tipo de productos se remite a revistas especializadas y se confeccionan brochures con información referente a características técnicas y muestras gráficas de los productos, los cuales se distribuyen a los potenciales compradores.

Los distribuidores o concesionarios de las diferentes marcas organizan eventos de presentación cuando hacen su ingreso al mercado por primera vez o traen un nuevo modelo de una marca conocida. En estos eventos se reúnen los gerentes y encargados de compras de las potenciales empresas compradoras a los cuales se les exhibe por medio de videos el funcionamiento, características y cualidades del o los productos.

3.3.4. Promoción de Ventas

Las promociones de ventas son mayormente utilizadas en los productos de consumo masivo. Estas se traducen al cliente en forma de ofertas especiales, ventas conjuntas, sorteos con diverso tipos de premios, o venta de mayor cantidad por el mismo precio. Estas promociones son hechas en conjunto entre el exportador y el importador o en algunos casos entre el mayorista y el detallista. Hay promociones hechas por el propio mayorista, el cual ofrece al detallista o minorista ventajas tales como facilidades de pago, para poder incrementar sus ventas (las del mayorista).

En el caso de los productos especializados al venderse generalmente por negociación directa entre el exportador y el usuario final la promoción de ventas depende de la estructura de costos del exportador.

3.3.5. Prácticas Comerciales

Los diferentes importadores peruanos adquieren sus productos directamente en el país de origen vía negociación con el exportador. En algunos casos, por ejemplo: el de los productos textiles, las compras se realizan previa planificación en la que juega un papel trascendente la temporada específica del año para poder preparar las diferentes ventas de temporada.

La información de las diferentes posibilidades de importación es recibida vía ofertas exportables por comunicado de las secciones comerciales de las diferentes embajadas ubicadas en territorio peruano, por búsqueda de los encargados del área comercial de la empresa en páginas Web especializadas o por información brindada por las diferentes cámaras de comercio que existen en Lima. En la actualidad, dentro de las cámaras de comercio que tienen un mayor movimiento encontramos a la Cámara de Comercio Americana (AMCHAM); la Cámara de Comercio Perú-Brasil, con motivo de la negociación para la construcción de una carretera que una los dos países; y la Cámara de Comercio Peruano Argentina, esto debido a que Argentina es el tercer país en el ranking de importaciones peruanas de Sudamérica.

3.3.6. Compras Gubernamentales

Son regidas por el Decreto Supremo N° 079-2001-PCM que modificó la Ley N° 26850. Esta ley explica el mecanismo que el gobierno peruano utiliza para llevar a cabo las compras y con el objeto de evitar actos corruptos y preferencias en las adquisiciones por parte del gobierno peruano. En adición a este último Decreto se sumó el Decreto Legislativo 1017 de 2008 que introduce mejoras en los aspectos relativos al proceso de selección, ejecución contractual de registros y en el sistema electrónico de contrataciones públicas. Fue redactado con el objeto de adaptar la legislación nacional al TLC con Estados Unidos. Entre sus aspectos más destacados sobresale la determinación de un valor referencial que exige considerar como mínimo dos fuentes entre presupuestos y cotizaciones actualizadas. Deberá existir un tiempo mínimo de 22 días hábiles entre la convocatoria y la presentación de propuestas y de 5 días entre la integración de las bases y la presentación de propuestas.

3.3.7. Estándares de Calidad, Etiquetado y Certificaciones

Para las importaciones peruanas cada empresa establece el estándar de calidad para el producto que va a adquirir, pero manteniendo un mínimo regulado por el Estado Peruano con la ayuda de las siguientes instituciones.

- Secretaría Nacional de Sanidad Agraria
<http://www.senasa.gob.pe/>

· Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas
<http://www.minsa.gob.pe/infodigemid/>

· Dirección General de Salud Ambiental
<http://www.digesa.sld.pe/>

· Red Sudamericana de Información Sanitaria Agropecuaria
<http://www.iicasaninet.net/>

|Con el fin de poder verificar si un producto tiene acceso restringido o no al territorio peruano, se puede consultar a la dirección Web:
http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informai/ara_mrestri.htm

3.3.8. Derechos de Propiedad, Patentes y Marcas

La entidad estatal encargada de todo lo referente a propiedad, patentes y marcas es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Asimismo, información detallada y normatividad de este instituto se puede encontrar en:

<http://www.indecopi.gob.pe/>
http://www.indecopi.gob.pe/eventos/normas_obligatoriasCRT.asp

Con el fin de proteger los intereses de los autores en el caso de obras musicales existe la Asociación Peruana de Autores y Compositores, la cual tiene un funcionamiento similar a la SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores). Mayor información, así como los procedimientos y normas de esta asociación se pueden encontrar en:
<http://www.apdayc.org.pe/>

3.4. Transporte y Comunicaciones

3.4.1. Sector Transporte

3.4.1.1. Redes Viales

A finales de los años ochenta, el crecimiento de la red vial peruana y la inversión en mantenimiento de las carreteras ya existentes fueron prácticamente nulos. En 1990 cerca del 80% de la infraestructura vial se encontraba sumamente deteriorada. Ante esta crítica situación el gobierno de Fujimori implementó un plan de emergencia vial para rehabilitar las carreteras más importantes y a partir de 1992 se empezó un proceso de

privatización y concesión de los principales tramos viales, el cual continúa hasta la actualidad.

La red vial en el Perú está compuesta por más de 70,000 km. de carreteras, organizada en tres grandes grupos: las carreteras longitudinales, las carreteras de penetración y las carreteras de enlace. Estas rutas están a cargo de PROVIAS, organismo descentralizado del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, quien tiene la función mantener y ampliar dichas vías. Por la calidad y el tipo de vehículos que las recorre podemos clasificarla en 3 categorías: autopistas, carreteras asfaltadas y caminos afirmados.

.En Perú existen cerca de 300 km. de autopistas que corresponden a los tramos de acceso norte y sur a Lima a través de la Carretera Panamericana, concesionadas y con pago de peajes.

La mayor parte de las vías de comunicación terrestre en Perú son caminos afirmados construidos en base a tierra y ripio.

Estado de las principales carreteras del Perú:

- Lima - Tumbes (Panamericana Norte): La ruta se inicia con una autopista que va hasta Huacho, que luego da paso a una carretera asfaltada en su totalidad y en muy buen estado, correctamente señalizada y con los servicios de infraestructura básicas a lo largo de toda la vía.

- Lima - Tacna (Panamericana Sur): Esta vía también comienza con una autopista los primeros 132 Km., y una carretera asfaltada en buen estado para el resto. También está muy bien señalizada y posee servicios básicos cerca de las principales ciudades.

- Lima - Huancayo (Carretera Central): Es una ruta asfaltada en buen estado, con la particularidad que en su tramo inicial el ascenso es vertiginoso desde la llanura de Lima hasta los 4,818 m. s. n. m. de Ticlio.

- Chiclayo - Tarapoto: Este es un trayecto en perfecto estado, pero que en ocasiones sufre debido a las inclemencias del clima. El recorrido se puede hacer en doce horas cuando hace algunos años podía llevar hasta 30 horas.

- Nazca - Cusco: Está vía es ahora bastante transitada debido al asfaltado que permite unir ambas ciudades en un tercio del tiempo anterior.

- Arequipa - Cusco-Puno: Esta ruta es muy complicada debido a lo agreste de la geografía en el tramo inicial de Arequipa a Cuzco. Ya en el tramo Cuzco - Puno la carretera está asfaltada y los servicios mantienen una presencia importante.

- **Especificidades del Plan Anticrisis para el sector**

Los pilares del plan anticrisis en este sector son aquellos en los que el Gobierno está más interesado: la promoción y la participación del sector privado, la rehabilitación de la red vial y la prestación directa de servicios de transporte.

Con el fin de mejorar los servicios de transporte terrestre se ha previsto ampliar el sistema de concesiones para pavimentar y administrar tramos de carreteras, especialmente aquellos que mejoren el acceso a puntos de interés turístico.

Entre otras herramientas se prevé el llamado a licitación internacional para la construcción y mejoramiento de una gran cantidad de carreteras en el interior del país. Algunas de las carreteras se harán bajo el sistema de concesión mientras que el grueso será financiado por el Estado. El organismo que interviene en la ejecución de este plan es ProInversión, que se ocupa de seleccionar los diversos proyectos de inversión de las regiones para luego ponerlos en marcha. ProInversión, además colabora en el asesoramiento y el acompañamiento de las inversiones externas en este país.

Longitud de la Red Vial por Sistema de Carretera, según Departamento

DEPARTAMENTO	LONGITUD TOTAL	SISTEMA DE CARRETERA (Kms.)		
		NACIONAL	DEPARTAMENTAL	VECINAL
Total	78,554.04	17,094.65	14,595.75	46,863.64
Amazonas	1,651.64	651.66	391.12	608.86
Ancash	5,066.96	1,320.59	1,133.35	2,613.02
Apurímac	2,923.15	559.15	544.60	1,819.40
Arequipa	6,160.46	1,028.63	1,390.40	3,741.43
Ayacucho	4,437.93	598.90	935.02	2,904.01
Cajamarca	5,602.18	1,099.90	761.44	3,740.84
Cuzco	5,483.99	804.38	1,706.96	2,972.65
Huancavelica	3,596.28	412.11	736.46	2,447.71
Huánuco	3,067.23	854.29	368.85	1,844.10
Ica	2,416.54	846.94	345.40	1,224.20
Junín	6,424.54	869.65	592.54	4,962.35
La Libertad	3,915.73	750.27	790.25	2,375.21
Lambayeque	1,880.40	502.30	109.40	1,268.70
Lima	4,792.46	1,275.79	597.76	2,918.91

Loreto	743.50	44.15	494.40	204.95
Madre de Dios	956.76	440.73	55.50	460.53
Moquegua	1,703.58	459.68	267.30	976.60
Pasco	2,359.33	469.56	568.62	1,321.15
Piura	4,268.55	858.20	583.85	2,826.50
Puno	5,375.66	1,346.29	1,219.57	2,809.80
San Martín	2,002.27	709.36	185.85	1,107.06
Tacna	2,002.87	609.56	483.30	910.01
Tumbes	902.35	198.75	333.80	369.80
Ucayali	819.66	383.81	-	435.85

3.4.1.2. Sector Portuario

Perú tiene 24 puertos, de los cuales 19 son marítimos, 4 fluviales y 1 lacustre; y según el sistema de amarre se dividen en puertos de atraque directo y lanchonaje. Los puertos peruanos están bajo la administración de la Empresa Nacional de Puertos S. A. (ENAPU PERU), entidad descentralizada del Ministerio de Transportes y Comunicaciones de este país.

3.4.1.3. Transporte Marítimo

La red de puertos marítimos en la costa peruana está compuesta por 19 puertos a lo largo del litoral del Pacífico que son los siguientes:

- En el norte: Cabo Blanco, Talara, Paita, Pacasmayo, Eten, Chicama, Salaverry, Chimbote, Besique, Casma y Huarmey.
- En el centro: Supe, Huacho, Chancay, Callao y Cerro Azul.
- En el sur: General San Martín, Matarani e Ilo.

El más importante es, sin dudas, el puerto del Callao, a 15 kilómetros de la ciudad de Lima. Este puerto está ubicado en la zona central del litoral peruano, en la Cuenca del océano Pacífico.

Se interconecta con Lima a través de cuatro vías de comunicación terrestre. Sus instalaciones resultan actualmente insuficientes tanto en capacidad como en tecnología

para afrontar el flujo diario de embarques y desembarques de productos nacionales y extranjeros. Así por ejemplo, la descarga de un buque de entre 18 y 30 mil toneladas (capacidad mínima y máxima que el puerto puede administrar logísticamente) demora en promedio una semana, mientras que ésta misma actividad toma dos o tres días en cualquier puerto extranjero. Se encuentra actualmente en proceso de expansión y modernización a través de una licitación pública internacional obtenida por un consorcio denominado “Dubai Ports”, que agrupa empresas y operadores de Emiratos Árabes y Malasia.

También en este sector se avanza en la actualización y ampliación de algunos de los puertos regionales a través de procesos licitatorios y entrega de concesiones.

3.4.1.4. Transporte Fluvial

Los ríos, llamados también "las carreteras del Perú", son un medio vial importante para la distribución física, porque muchas localidades carecen de carreteras y aeropuertos. Los principales puertos fluviales de la amazonía son: Iquitos y Yurimaguas, en el departamento de Loreto; Pucallpa, en Ucayali y Puerto Maldonado en Madre de Dios. Tocahe Nuevo, Juanjui y Bellavista en San Martín. Son muchos los ríos navegables en la selva peruana, pero los principales son el Amazonas, el Ucayali, El Huallaga, el Marañón y el Urubamba; estos ríos pueden admitir el tráfico de embarcaciones de hasta 10 000 TM.

Las principales embarcaciones que surcan los ríos de la selva son barcos de “chatas”, que navegan por los ríos de gran caudal transportando hasta 300 personas; su capacidad máxima de carga es de 20 TM.

3.4.1.5. Aeropuertos

A comienzos de la década del 90, el transporte aéreo se mostraba deficiente, con una inadecuada infraestructura. Esto estaba generado por la falta de recursos con que contaba la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC), a lo que debía sumarse el excesivo intervencionismo del Estado en la aviación comercial, lo que hacía muy difícil el mercado para los operadores privados.

En 1991, se eliminaron las restricciones y procedimientos que impedían el libre desarrollo de la aviación civil y a la vez se permitió la libre fijación de las tarifas y fletes para el transporte de pasajeros y de carga. Este decreto legislativo también eliminó el monopolio de CORPAC en la prestación de servicios de transporte aéreo. Con estas reformas, el acuerdo de cielos abiertos firmado con Estados Unidos y la privatización de las empresas estatales de transporte aéreo, la aviación civil comenzó a crecer nuevamente.

En noviembre del año 2000, como resultado de varias negociaciones, el consorcio Lima Airport Partners (LAP) se adjudicó la concesión del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, de Lima. Este es un consorcio formado por Flughafen Frankfurt Main AG, Bechtel Enterprises International y la empresa peruana Cosapi S.A.

Perú cuenta actualmente con un total de 33 aeropuertos y 28 aeródromos.

El aeropuerto Internacional Jorge Chavez, de Lima, es el más importante del país mientras que el resto es utilizado sobre todo regionalmente, aunque pueden ser operados internacionalmente los aeropuertos de Arequipa, Cusco, Chiclayo, Iquitos, Juliaca, Pisco (alternativo), Pucallpa, Talara, Tacna y Trujillo. Los aeropuertos más importantes, según el total del movimiento general de operaciones son Lima, Nazca, Cusco, Pucallpa, Arequipa, Chiclayo, Trujillo e Iquitos.

También en este sector se procederá durante 2009 a licitaciones públicas para la actualización y aprovisionamiento de varios aeropuertos regionales a través del sistema de concesiones como ocurre con el Aeropuerto Jorge Chavez.

3.4.1.6. Ferrocarriles

La Red Ferroviaria del Perú alcanza actualmente a 1691 kilómetros y está compuesta por el Ferrocarril del Centro, el Ferrocarril del Sur y el Ferrocarril del Sur-Oriente. Dichos ferrocarriles, estuvieron administrados por la Empresa Nacional de Ferrocarriles (ENAFER), la cual en el año 1993 fue incluida al proceso de Promoción de la Inversión Privada en las empresas del Estado, al ser declarada de preferente interés nacional

El Ferrocarril Central es el principal medio de transporte de los productos minerales en la región central del país, cubre importantes áreas mineras ubicadas en el departamento de Pasco, Junín y Lima. Los principales puntos de embarque de productos mineros son la estación de Cerro de Pasco (con destino La Oroya y Patio Central-Callao) y La Oroya (con destino Patio Central – Callao).

La ruta por la que se transporta el mayor volumen de carga es la que conecta Cerro de Pasco – Patio Central; esta ruta concentra la quinta parte del volumen total transportado por el Ferrocarril del Centro, siendo el concentrado de zinc (perteneciente a la empresa Volcan) el principal producto transportado. La segunda ruta en importancia es Cerro de Pasco – Cajamarquilla, que transporta principalmente concentrado de zinc también de la empresa Volcan. Le sigue en importancia la ruta La Oroya – Patio Central, a través de la cual se transporta concentrado de zinc de las empresas El Brocal y Volcan, así como barras de cobre y de zinc de la empresa Doe Run. Por otra parte resulta importante señalar que a partir de abril de 2001 la empresa

El Brocal comenzó a utilizar la ruta Unish – Patio Central para el transporte de sus productos.

Un proyecto de gran importancia pero aún inconcluso es la construcción de un ferrocarril eléctrico para el transporte de pasajeros en la ciudad de Lima.

**Red Ferroviaria según Empresa y Tramo: 1999 – 2007
(Kilómetros)**

EMPRESA Y TRAMO	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL	2120.8	2121.4	2027.4	2021	2021	2021
HUANCAYO- HUANCAVELICA-IPD (1)	134.5	134.3	134.3	134.3	134.3	134.3
FERROVIAS CENTRAL ANDINA S.A. (2)	590.0	590.0	496.0	489.6	489.6	489.6
CALLAO – HUANCAYO	590.0	590.0	496.0	489.6	489.6	489.6
FERROCARRIL TRANSANDINO S.A.	1,075.4	1,075.4	1,075.4	1,075.4	1075.4	1075.4
MATARANI – CUSCO	934.0	934.0	934.0	934.0	934	934
CUSCO – HIDROELECTRICA	141.4	141.4	141.4	141.4	141.4	141.4
SOUTHERN COPPER CORP.	257.8	257.8	257.8	257.8	257.8	257.8
TOQUEPALA - ILO – CUAJONE	257.8	257.8	257.8	257.8	257.8	257.8
FERROCARRIL TACNA - ARICA (3)	63.1	63.9	63.9	63.9	63.9	63.9
TACNA – ARICA	63.1	63.9	63.9	63.9	63.9	63.9

Fuente: Empresas Ferroviarias

Tráfico Ferroviario de Carga, Toneladas – Kilómetros e Ingresos

EMPRESA	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL					
CARGA (MILES T.M.)	7,158	7,242	6,999	7,276	1,661
TONELADAS-KM (MILES)	1,115,644	1,159,117	1,101,449	1,164,378	299,534
INGRESOS (MIL.NUEVOS SOLES)	63,422	67,112	71,916	83,806	25,838
FERROCARRIL TACNA - ARICA (1)					
CARGA (MILES T.M.)	0	0	0	0	0
TONELADAS-KM (MILES)	0	0	0	0	0
INGRESOS (MILES NUEVOS)	0	0	0	0	0

SOLES)					
HUANCAYO-HUANCAVELICA - IPD (2)					
CARGA (MILES T.M.)	43	43	45	29	5
TONELADAS-KM (MILES)	4,785	4,992	5,094	3,084	469
INGRESOS (MILES NUEVOS SOLES)	1,042	1,027	1,112	837	167
FERROVIAS CENTRAL ANDINA S.A.					
CARGA (MILES T.M.)	1,727	1,705	1,588	1,615	415
TONELADAS-KM (MILES)	346,229	343,735	337,071	362,042	98,993
INGRESOS (MILES NUEVOS SOLES)	46,155	48,837	51,912	56,018	15,301
FERROCARRIL TRANSANDINO S.A.					
CARGA (MILES T.M.)	299	309	336	404	201
TONELADAS-KM (MILES)	132,928	141,681	154,272	187,552	49,867
INGRESOS (MILES NUEVOS SOLES)	16,225	17,248	18,892	26,951	10,370
SOUTHERN COPPER CORP. (3)					
CARGA (MILES T.M.)	5,089	5,185	5,030	5,228	1,040
TONELADAS-KM (MILES)	631,702	668,709	605,012	611,700	150,205
INGRESOS (MILES NUEVOS SOLES)	0	0	0	0	

Fuente: Empresas Ferroviarias

3.4.2. Sector de Telecomunicaciones

La industria de telecomunicaciones cambió drásticamente desde la privatización de la Compañía Peruana de Teléfonos (CPT) y la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) y su adquisición en 1994 por Telefónica de España (hoy en día Telefónica).

En 1998, el sector peruano de telecomunicaciones había expandido sus redes en aproximadamente 167% en comparación con 1993 y la densidad telefónica (es decir, el número de teléfonos por cada 100 habitantes) se había incrementado de 2,9 a comienzos de los años ochenta a 7.8 en 1998.

Finalizado el periodo de concurrencia limitada, en el que Telefónica era el único operador, el gobierno abrió el mercado a nuevos operadores dispuestos a brindar servicios de telefonía local y de larga distancia, tanto nacional como internacional. También estableció que los nuevos operadores podían utilizar para ello la infraestructura de Telefónica, pagándole un derecho de interconexión.

Cuando se abrió el mercado de las telecomunicaciones entraron diversas empresas al sector. Durante los primeros años sólo ingresaron para el rubro de telefonía móvil empresas como Bellsouth, Nextel y TIM, las cuales invirtieron casi 1,000 millones de dólares.

Actualmente empresas como AT & T, Americatel Perú S.A., Telefónica, Nextel Telmex y Claro brindan red de cobertura, calidad de servicio y se han ampliado el ofrecimiento de servicios tales como el acceso a Internet, la telefonía móvil, de larga distancia y la satelital.

En el campo de las telecomunicaciones, el Gobierno está abocado a la promoción de inversionistas privados con el objeto de mejorar el servicio de la telefonía fija y móvil, así como en el grado de penetración del uso del Internet, principalmente en las zonas más alejadas del país.

Existen en marcha proyectos de Acceso a Internet en Capitales de Distrito del Perú y Servicio Público de Telefonía Fija Local y Portador Local en las Provincias de Lima y Callao.

Los procesos programados por ProInversión para 2007 fueron: el Proyecto de Telecomunicaciones Móviles Banda D y E, Proyecto de Telecomunicaciones Móviles Banda B, Proyecto de Implementación de Banda Ancha Rural a Nivel Nacional y el Proyecto de Implementación de Telecomunicaciones Rural – Internet Rural.

Cabe señalar que aun hay espacio para una mayor competencia, ya que la densidad telefónica (tanto en líneas instaladas como en líneas en servicio), si bien ha crecido, podría seguir aumentando a un ritmo mayor, tanto para Lima como para los diversos departamentos del interior del país, dado que el índice se ubica en 19,6 líneas instaladas y 16,8 en servicio por cada 100 habitantes en el caso de Lima y en 5,6 líneas instaladas y 4,8 en servicio por cada 100 habitantes en el interior de Perú. La promoción de la competencia, ha permitido que los consumidores puedan acceder a un mayor número de servicios.

En los últimos años la tendencia ha sido hacia la telefonía móvil: existen en la actualidad más de 14 millones de usuarios de celulares. La razón de esta tendencia se basa en que la competencia entre Compañías del sector es tan grande que se generan permanentemente mejores condiciones para el usuario. Las dos empresas que compiten en el mercado son: Claro y Telefónica de Perú. Los consumidores prefieren este segmento de la telefonía porque pueden limitar sus gastos al no tener costos fijos y limitar sus llamadas con el sistema de tarjetas.

3.5. Estructura de Franquicias

Para el caso de Perú es importante tener en cuenta que, como sucede en otros países latinoamericanos, el sistema de franquicias atraviesa las primeras etapas de su desarrollo evolutivo. En base al análisis del Presidente de la Cámara Peruana de Franquicias acerca de la cuestión, Perú se encontraría en una segunda etapa caracterizada por el ingreso de las grandes marcas al mercado y por las negociaciones entre grupos comerciales de gran importancia. Cabe destacar al respecto que actualmente existe una cantidad aproximada de 96 marcas de las cuales sólo el 33% son nacionales.

La primera franquicia se instala en Perú en el año 1976 – *Hertz*- y posteriormente comienza el proceso de desarrollo del sector. Dicho sistema de franquicias ha registrado una evolución interesante aunque no alcanzó a tener la intensidad que necesita, principalmente por la falta de conocimiento de los empresarios locales de las ventajas que brinda el sistema en contraste con el nivel de desarrollo logrado en otros países, en los que dicho modelo de negocios representa un volumen interesante en el sector comercio.

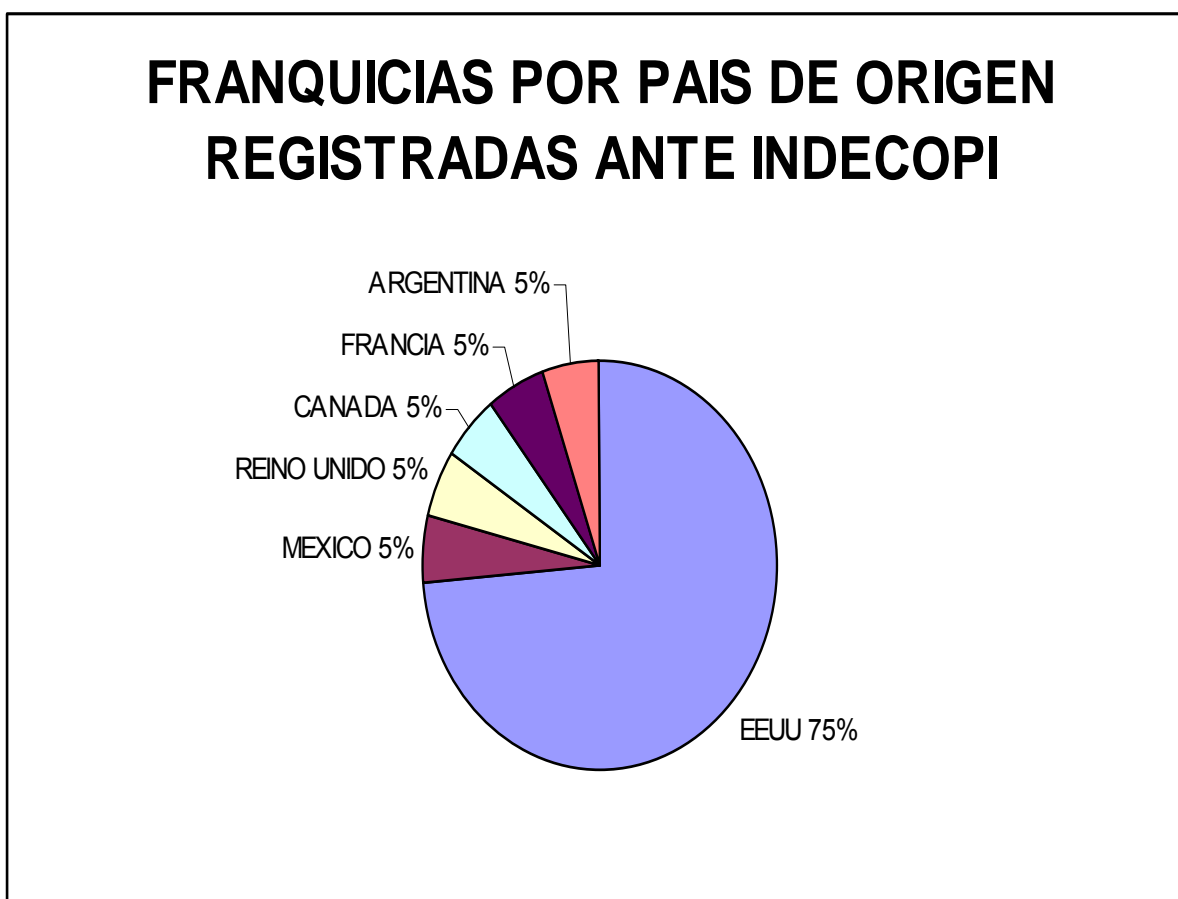
La institución que vela por el respeto y cumplimiento de la libre competencia, así como protege todas las formas de propiedad intelectual, desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y la biotecnología es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), creado mediante Decreto Ley N° 25.868 en noviembre del 1992.

INDECOPI a través de la Oficina de Signos Distintivos se encarga del registro de Contratos de Transferencia de Tecnología Extranjera, lo cual no es aplicable a todas las franquicias de acuerdo a su modelo *per se*. En la práctica, al no existir obligatoriedad de ley al registro de franquicias, ésta tiene un connotación de carácter voluntario, por lo cual en Perú las franquicias son contratos que involucran a las partes contratantes, (franquiciante y franquiciado), sin que su incumplimiento esté sujeto a penalidad alguna, acorde con un criterio de economía de libre mercado donde se busca reducir los costos de transacción.

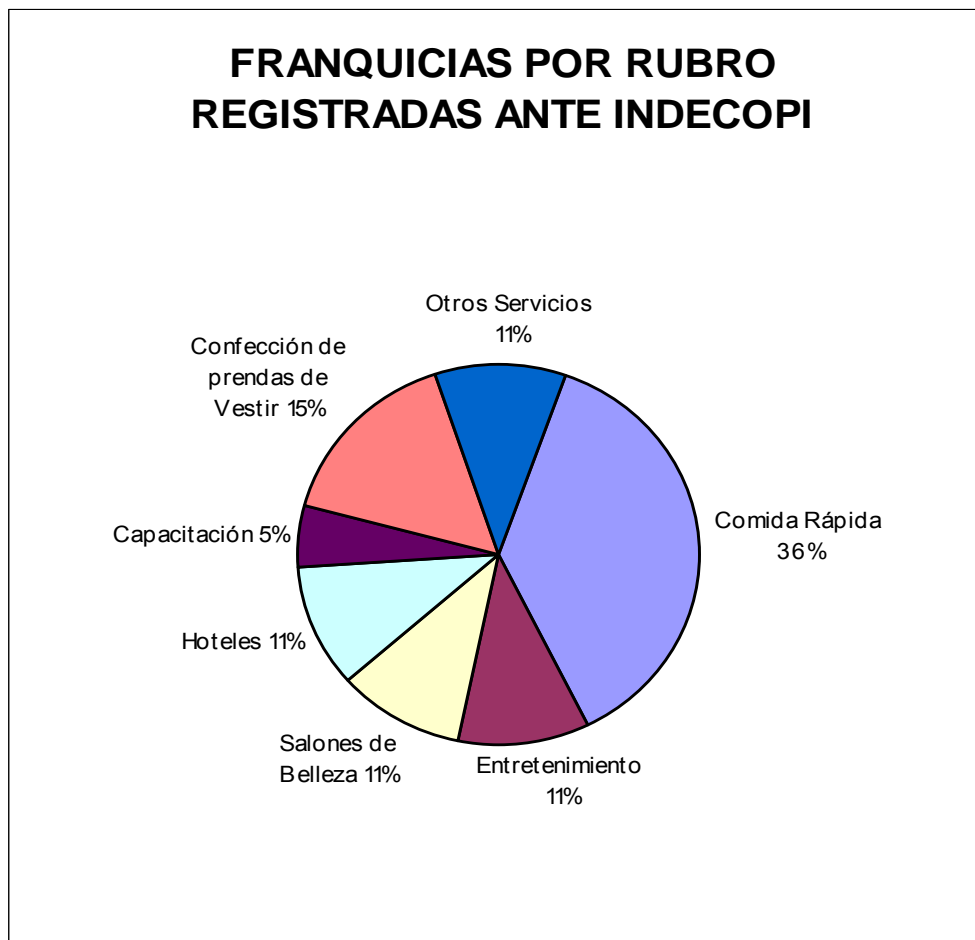
Como se muestra en el siguiente cuadro, en Perú sólo se encuentran registradas en el Área de Registro de Contratos de Transferencia de Tecnología Extranjera de la Oficina de Signos Distintivos de INDECOPI diecinueve (19) franquicias extranjeras, a saber:

EMPRESA	RUBRO	PAIS EXPORTADOR	EMPRESA RESIDENTE
THE COCA COLA COMPANY	Industria de Bebidas no alcohólicas	EEUU	Diversas embotelladoras nacionales
BURGER KING CORPORATION	Comida rápida	EEUU	SAIDEL S.A.
PIZZA HUT. INC	Comida rápida	EEUU	SIGDELO S.A.
SIR SPEDDY INC	Servicios de impresión	EEUU	ANDIAMO S.A.
MEXICANA DE ELECTRODOMESTICOS S.A. DE C.V (INVERSIONES MOY)	Servicios de esparcimiento	MEXICO	GVA S.A.
PEPE (UK) LTD	fabricación de prendas de vestir	REINO UNIDO	NORTH PACIFIC S.A.
HELL QUICK! INC	Servicios de reparación de calzado, alteración de ropa y monogramas	EEUU	RUDOLF NOVY POBLETE S.A.
UNITED FACTORIES CORPORATION USA INC	Comercialización de Prendas de Vestir para niños	EEUU	DESARROLLOS DE VALERY S.A.
DOMINO'S PIZZA INTERNATIONAL INC	Comida rápida	EEUU	ANN ARBOR PERU S.A.
CHOICE HOTELS LATINA	Servicios de Hospedaje	EEUU	TURISMO CANAYMA S.A.
FIC HOLDINGS INC	Servicio de belleza femenino	EEUU	CORPORACION PI S.A.
HOLIDAY INN INC.	Servicios de hotelería	EEUU	INVERSIONES DON QUIJOTE S.A.
DUNKIN DONUTS INC	Pastelería	EEUU	NUTRA S.A.
NATIONAL CAR RENTAL SYSTEM INTERNATIONAL LTD	Alquiler de vehículos	EEUU	COPA S.A.
SUBWAY PARTNERS C.V.	Comida rápida	EEUU	PERSONAS NATURALES
MC DONALD'S CORPORATION	Comida rápida	EEUU	Mc.Donald's SISTEMAS DEL PERU S.A.
MAD SCIENCE GROUP	Actividades de entretenimiento y educativas orientadas a la ciencia	Canadá	DELOSI S.A.
MOD'ART INTERNATIONAL	Capacitación en diseño de modas	Francia	ASOCIACION CIVIL MODART PERU
LEONARDO ROBERTO GIORDANO	Salones de belleza	Argentina	ROBERTO IVAN LUKAC MIKLOS

En el próximo gráfico, podemos observar que de las diecinueve franquicias extranjeras registradas, catorce (14) o sea el 75% son de origen Norteamericano (USA) y las cinco (5) restantes corresponden a diversos países, **Argentina**, México, Reino Unido, Francia y Canadá. Se aprecia además en esta información que no existe registrada ninguna franquicia peruana y que no todos los contratos de franquicia o que involucran transferencia de tecnología se llegan a registrar, por lo que difícilmente se podría determinar el número exacto de franquicias extranjeras que operan en el país.



Asimismo, del total de franquicias registradas el 36% pertenecen al sector de comida rápida, seguido del 15 % por el rubro de confección de prendas de vestir:



Actualmente, en Perú existe la **Cámara Peruana de Franquicias** cuyo objetivo es promover el desarrollo adecuado de este modelo de negocios y la mayor difusión de las ventajas asociativas, tal como ha sucedido con entidades similares en otros países latinoamericanos como es el caso de Colombia a través de la Asociación Colombiana de Franquicias y Venezuela a través de Pro Franquicias.

La estabilidad económica por la que atraviesa el Perú, presenta una gran oportunidad para el desarrollo de nuevos negocios y la llegada a través del sistema franquicias de empresas extranjeras, así como la posibilidad de exportar franquicias nacionales, la difusión de casos de éxito transmitirá rápidamente los beneficios del sistema de franquicia como ha sucedido en países como España o México.

-Para información complementaria ver apartado 5.3. Cómo obtener una Franquicia en Perú-

4. COMERCIO EXTERIOR

4.1. *Evolución reciente y consideraciones generales*

El **intercambio comercial global de Perú** ascendió a **61.066** millones de dólares, desagregado en **exportaciones totales** por **31.163** millones de dólares e **importaciones totales** por **29.903**. El **saldo comercial** arrojó un superávit de **1.260**, **presentando una contracción del 81% con relación al año 2007**.

Para el período bajo análisis, el panorama comercial peruano refleja que las **exportaciones aumentaron un 12,1% respecto del año 2007**. El rubro más dinámico fue el de las **exportaciones no tradicionales**, al expandirse 19,7%, superando a las exportaciones tradicionales que registraron un crecimiento de 9,6%.

Las **importaciones** acumuladas en el período enero-diciembre de 2008 sumaron **29 903** millones de dólares, lo cual representa un **incremento de 46,2%** respecto de similar período del año anterior. **Todos los componentes registraron incrementos significativos**, destacando las importaciones de **bienes de capital y materiales de construcción** (59,2%), seguido por los **bienes de consumo** (42,9%) y por las **materias primas y productos intermedios** (39,8%).

En **diciembre de 2008**, mes donde comienzan a presentarse los efectos de la **recesión mundial**, las **exportaciones cayeron un 33,6% respecto de similar mes del año anterior**. Ello habría sido **producto de la contracción de las exportaciones tradicionales (-38,3)** por las **menores cotizaciones internacionales de los minerales, petróleo y harina de pescado** y por el **retroceso de las exportaciones no tradicionales (-20,0%)**.

La **caída de las cotizaciones internacionales de las materias primas**, derivado de **una menor demanda mundial**, **afectó a las exportaciones peruanas** y por tercer mes consecutivo mostraron un comportamiento negativo.

La **disminución de la demanda de los principales socios comerciales del Perú**—especialmente los *Estados Unidos*— y la **caída en el precio de los metales** marcaron una **profunda disminución de las exportaciones** en el último mes de 2008 y **afectaron el resultado global del 2008**.

Con relación a las **importaciones**, durante el mes de diciembre registraron un **crecimiento de 6,1% respecto de similar mes del año anterior**. Ello explicado por el

crecimiento en la importación de bienes de capital y materiales de construcción (34,0%) y bienes de consumo (29,0%) principalmente, a pesar de la caída registrada en la importación de las materias primas y productos intermedios (-18,8%).

La **desaceleración de diciembre** causó que el **resultado del año** fuera **modesto**. En **2008**, las **exportaciones** crecieron **12.1%**, **nivel inferior a los estimados** y del avance conseguido en 2007, año en el que los envíos aumentaron 16%.

Perú mantiene un saldo comercial positivo con Suiza, Venezuela, Japón, Canadá e Italia. Por el contrario, obtuvo déficit comercial con Estados Unidos, Brasil, China, Singapur y Argentina.

4.1.1. Exportaciones

-Por grandes rubros-:

En el año 2008, las **exportaciones tradicionales** sumaron US\$ 23.440 millones de dólares logrando un **incremento de 9,6%**, sustentado en el **resultado favorable de todos sus componentes: productos agrícolas (48,8%), productos pesqueros (22,7%), petróleo y derivados (15,5%) y minerales (6,6%)**. No obstante el hecho que los minerales registraron el menor ritmo de crecimiento, **continuaron siendo el sector de mayor importancia relativa en la estructura de la exportación de productos tradicionales** al registrar una participación del **78%**.

En **diciembre**, las exportaciones tradicionales fueron las más afectadas por la desaceleración general (**-38,3% respecto de diciembre de 2007**), específicamente por las **menores ventas al exterior de petróleo y derivados, minerales y pesqueros**, explicado por el **descenso de sus cotizaciones internacionales**. Cabe destacar para este mes, el **comportamiento positivo de las exportaciones agrícolas** que fueron los **únicos productos cuyas ventas al exterior registraron un crecimiento (20,0%)**.

Respecto del **número de empresas** que realizaron actividades exportadoras de productos tradicionales, durante el 2008, se registraron **459 exportadores cifra superior a los 429 registrados en el 2007**. De dicho total, el 42% de empresas realizaron ventas al exterior por montos mensuales superiores a US\$ 1 millón.

Las **exportaciones no tradicionales** sumaron 7.546 millones de dólares y registraron una tasa de crecimiento del 19,7%, destacando el **dinamismo en las ventas del sector metal-mecánico (+49,9%¹)**, químico (+29,3%), agropecuario (+26,9%), pesquero (+4,4%) y textil (+16,2%).

¹ Respecto del año 2007 – válido para los demás ítems.

En **diciembre de 2008**, las exportaciones no tradicionales presentaron una **evolución desfavorable**. En dicho mes, las exportaciones no tradicionales ascendieron a US\$ 573 millones (**-20,0%** respecto del mismo mes del 2007) **por las menores exportaciones en casi todos sus sectores a excepción del metal-mecánico**. El sector **siderúrgico-metalúrgico** fue **el que más cayó** (-61,0%), seguido del **textil** (-26,3%), minería no metálica (-18,2%), pesquero (-17,1%), agropecuario (-15,0%), el sector denominado resto -incluye artesanías, papeles, (-14,1%) y químico (-0,6%).

Cabe señalar que las exportaciones no tradicionales **se caracterizan por una mayor diversificación de productos** entre los que destacan principalmente las exportaciones del sector textil (27%), agropecuario (25%) y químico (14%), según cifras del año 2008.

Respecto del **número de empresas** que realizaron exportaciones de productos no tradicionales, durante el año 2008 se identificaron **6.896 exportadores**, cifra superior en 439 a la obtenida en similar período del año anterior. De ese total, un 13% de las empresas registraron exportaciones por montos mensuales superiores a US\$ 1 millón.

La **estructura** de las exportaciones peruanas **por grandes rubros** puede desagregarse del siguiente modo:

TRADICIONALES: 75%

Productos agrícolas: 3%² - 2%³

Productos pesqueros: 8% - 6%

Petróleo y derivados: 11% - 8%

Minerales: 78% - 59%

NO TRADICIONALES: 25%

Agropecuario: 25% - 6%

Metal-mecánico: 4% - 1%

Minería no metálica: 2% - 0,5%

Pesquero: 8% - 2%

Químico: 14% - 3%

Resto: 8% - 2%

Sidero-metalúrgico: 11% - 3%

Textil: 27% - 6%

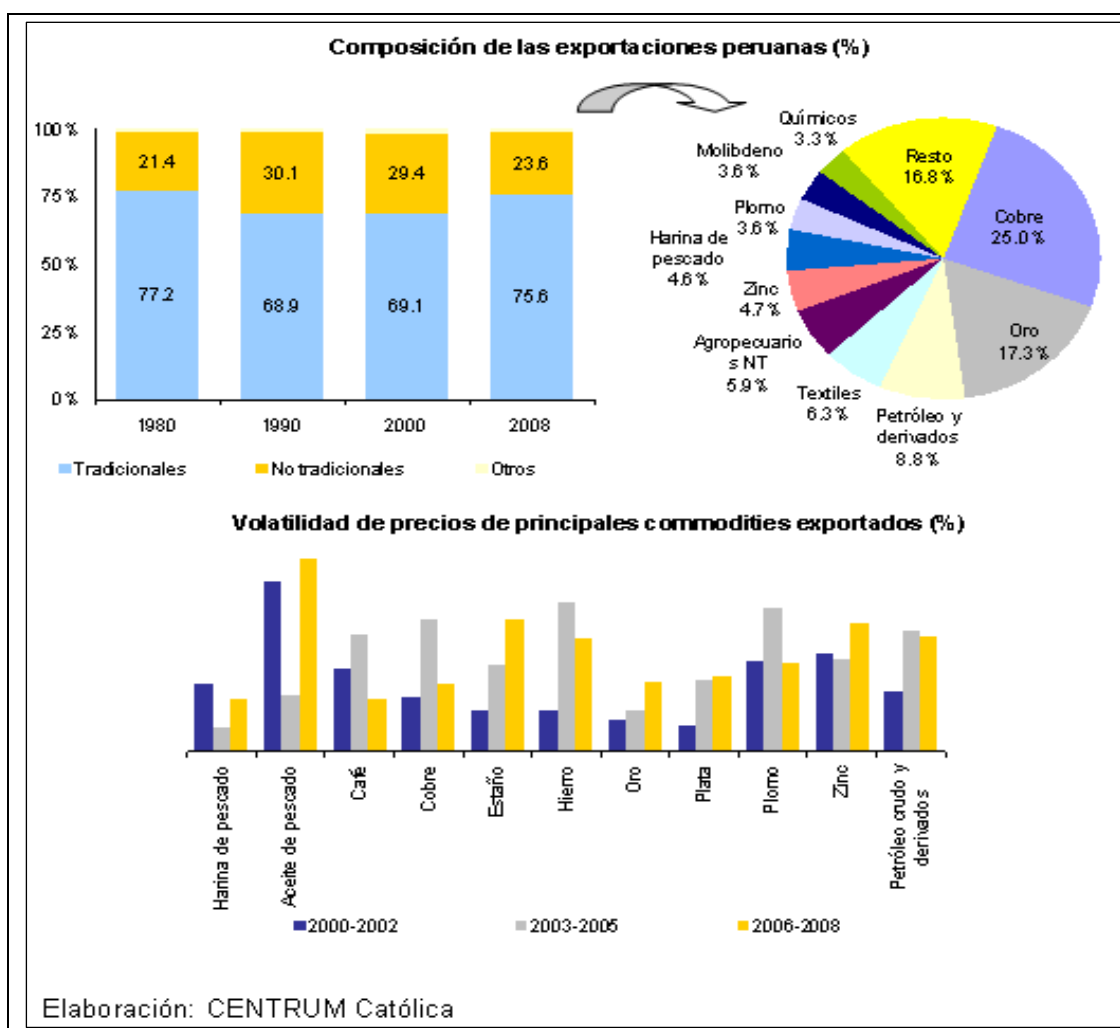
Otros: 2% - 0,5%

²

Calculado sobre el total del rubro: productos tradicionales -válido para los demás ítems.

³

Calculado sobre el total de las exportaciones.- válido para los demás ítems.



Posición Peruana en los Mercados de sus Principales Productos de Exportación

	Mundo	Latino América
Cobre	4	2
Oro	5	1
Zinc	3	1
Plata	1	1
Plomo	4	1
Molibdeno	4	2

**EXPORTACION DEFINITIVA
PRINCIPALES PRODUCTOS NO TRADICIONALES
PERIODO : ENERO - NOVIEMBRE 2008**

SECTOR / PRODUCTO	VALOR FOB US\$	PESO NETO (Kg)
PRODUCTOS NO TRADICIONALES	6 965 354 186	4 968 175 325

1	7408110000	ALAMBRE DE COBRE REFINADO CON LA MAYOR DIMENSION DE LA SECCION TRANSV. SUP. A 6 MM	279 646 966	35 367 212
2	709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	207 437 295	96 946 515
3	6109100031	"T-SHIRT"DE ALGODON P'HOMB.O MUJ.,D'TEJ.TEBIDO D'UN SOLO COLOR UNIF.INCL.BLANQLEADOS	187 564 310	5 654 839
4	2005600000	ESPARRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN CONGELAR	169 112 235	59 325 652
5	6109100039	LOS DEMAS "T-SHIRTS" DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES	151 331 217	4 197 219
6	307490000	DEMÁS JIBIAS, GLOBITOS,CALAMARES Y POTAS, CONGELADAS, SECAS, SALADAS O EN SALMUERA	116 961 199	169 288 938
7	6105100041	CAMISAS D'PTO.ALG.C/ABERT.DEL.PARC.,C.Y PUÐ.DE TEJ.ACAN.P'HOMB.,TEBIDO D'UN SOLO COLO	104 301 551	2 618 386
8	1605909000	DEMÁS MOLUSCOS E INVERTEBRADOS ACUATICOS, PREPARADOS O CONSERVADOS	95 558 293	82 620 405
9	3920209000	LAS DEM-S PLACAS DE POL-MEROS DE POLIPROPILENO	85 016 290	27 070 714
10	402911000	LECHE EVAPORADA SIN AZUCAR NI EDULCORANTE	84 312 384	57 801 371
11	904201010	PAPRIKA (CAPSICUM ANNUUM, L.) ENTERA	82 094 468	33 211 120
12	6106100090	LAS DEMAS CAMISAS,BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIDAS	81 400 392	1 818 613
13	7901120000	CINC SIN ALEAR, CON UN CONTENIDO DE CINC INFERIOR AL 99,99% EN PESO	72 200 137	32 768 161
14	804400000	AGUACATES (PALTAS) , FRESCAS O SECAS	71 577 897	51 285 228
15	2005991000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES)	70 739 799	30 353 378
16	806100000	UVAS FRESCAS	65 145 200	33 628 909
17	7228300000	LAS DEMAS BARRAS, SIMPLEMENTE LAMINADAS O EXTRUDIDAS EN CALIENTE DE LOS DEMAS ACEROS	64 119 697	62 256 854
18	2817001000	OXIDO DE CINC (BLANCO O FLOR DE CINC)	58 766 603	27 263 683
19	2807001000	ACIDO SULFURICO	58 611 817	695 978 825
20	2835250000	HIDROGENOORTOFOSFATO DE CALCIO ("FOSFATO DICALCICO")	55 530 408	66 718 313
21	4409291000	LAS DEM-S TABLILLAS Y FRISOS	55 516 205	70 313 311

		PARA PARQU+S, SIN ENSAMBLAR		
22	804502000	MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	55 157 354	74 127 578
23	7113190000	ART. DE JOYERIA DE LOS DEMAS METALES PRECIOSOS, INCLUSO REVESTIDOS O CHAPADOS	54 784 457	5 463
24	2309909000	DEMAS PREPARACIONES UTILIZADAS PARA LA ALIMENTACION DE LOS ANIMALES	51 345 204	77 329 096
25	3923302000	BOMBONAS DE PREFORMAS	49 306 970	21 700 409

(*)Corresponden a Regimenes Definitivos de Exportación -Aduanas.

(**) Se consideró información de las 25 principales partidas arancelarias no-tradicionales, período enero-noviembre 2008.

Fuente: SUNAT

- ***Países de destino***

El **principal destino para las exportaciones peruanas** es, en primer lugar, los **Estados Unidos**, al representar el 18% de las mismas, con un nivel de ventas de 5.742 millones de dólares y un incremento de 7,3% respecto del año 2007. Al mercado estadounidense se le vende principalmente minerales y petróleos y derivados, siendo los más requeridos el cobre refinado, oro, aceites crudos de petróleo, gasolinas, plata en bruto, los demás aceites pesados, entre otros.

El segundo mercado en importancia de las exportaciones peruanas es **China**, totalizando US\$ 3 737 millones en el **año 2008**, cifra que **significó un crecimiento de 23,2% y explicó el 12% de las exportaciones totales**. A China se le venden principalmente minerales y harina de pescado.

Suiza es el tercer mercado de destino de las exportaciones peruanas en 2008, con un monto ascendente a US\$ 3 410 millones, registrando un crecimiento de 46,0% respecto del año 2007. Asimismo, su participación en el total de las exportaciones peruanas aumentó de 8% en el 2007 a 11% en el 2008. Es importante destacar que la **exportación al mercado suizo se caracteriza por su elevada dependencia en las ventas de oro, producto que concentra alrededor del 99% del total exportado a ese país**.

Los mercados que presentaron mayor dinamismo fueron **Tailandia , Suecia y Corea del Sur**.

Según bloques comerciales, el APEC concentró el 54% de las exportaciones totales en el año 2008, seguido del Resto de países no agrupados con el 20%; la Unión Europea con el 18%; y finalmente la CAN y MERCOSUR que en conjunto representaron el 8%.

Argentina se encuentra en la posición N° 28 como destino de las exportaciones peruanas con un monto de U\$S 136.159.982 FOB.

**PERU: REGIMENES DEFINITIVOS
EXPORTACION DEFINITIVA
RANKING DE PAISES
PERIODO : ENERO - DICIEMBRE 2008**

NRO.	PAISES	VALOR FOB US\$	PESO NETO (Kg)	PESO BRUTO (Kg)
TOTAL EXPORTACION DEFINITIVA		31 162 752 605	25 331 871 418	26 546 210 233
1	ESTADOS UNIDOS	5 742 279 301	3 762 186 788	3 830 605 622
2	CHINA	3 737 243 503	8 002 438 438	8 390 408 893
3	SUIZA	3 410 323 026	6 384 162	6 827 973
4	CANADA	1 949 848 812	578 480 418	594 392 651
5	JAPON	1 853 187 919	2 057 445 726	2 226 108 433
6	CHILE	1 837 656 325	1 934 004 623	1 997 890 545
7	VENEZUELA	1 076 084 725	161 913 927	168 223 666
8	ALEMANIA	1 028 424 492	585 371 103	618 927 995
9	ESPAÑA	1 015 011 094	812 794 607	894 181 488
10	ITALIA	926 408 470	245 753 172	256 917 710

28	ARGENTINA	136 159 982	63 943 741	66 427 295
-----------	------------------	--------------------	-------------------	-------------------

(*) PERU : Corresponden a Régimenes Definitivos de Exportación - Aduanas

(**) Sólo se consideró información de los 10 principales países, período ene.-nov. 2008

FUENTE: SUNAT

Peru: País exportador	Ranking Mundial
Espárrago fresco	1
Páprika	1
Madera virola	1
Harina y Aceite de pescado	1
Café orgánico	2
Mangos frescos	7
Carmín de cochinilla	8
Alachofas	8
Palta	10
Blusas de algodón	17
Uvas	20

4.1.2. Importaciones

-Por uso económico-:

Las **importaciones** acumuladas en el período enero-diciembre de 2008 alcanzaron los **29.903** millones de dólares, lo cual representa un **incremento de 46,2% respecto del año anterior**. **Todos los componentes registraron incrementos significativos**, destacando las importaciones de **bienes de capital y materiales de construcción** (59,2%), seguido por los **bienes de consumo** (42,9%) y por las **materias primas y productos intermedios** (39,8%).

Los **bienes de consumo** totalizaron 4.681 millones de dólares, significando un crecimiento del 42,9% respecto de 2007, destacando el **crecimiento de los bienes de consumo duradero** (53,6%) respecto de los bienes de consumo no duradero (33,9%).

Durante el mes de **diciembre** de 2008, los **productos primarios e intermedios** registraron una **caída de 18,8%** respecto de similar mes del 2007. Este comportamiento estaría reflejando el menor precio de importación de algunas **mercancías cuyas cotizaciones internacionales han disminuido, como los minerales, los derivados del petróleo y algunos alimentos**, en virtud de la coyuntura global.

Según componentes, **todos los rubros mostraron un comportamiento negativo en sus niveles de importación:** combustibles, lubricantes y productos conexos (-46,7%), materias primas y productos intermedios orientados a la agricultura (-34,2%) y materias primas y productos intermedios orientados a la industria (-2,9%).

Respecto de los **bienes de capital y materiales de construcción**, fueron importados por una cifra de 9.944 millones registrando un **incremento de 59,2% respecto del año 2007**. Este resultado fue **impulsado por el dinamismo de todos sus componentes**, como bienes de capital para la agricultura, equipos de transporte, bienes de capital para la industria y materiales de construcción.

La **estructura** de importaciones **por uso económico** puede desagregarse del siguiente modo:

Bienes de Consumo: 15%
Materias primas y productos intermedios: 51%
Bienes de capital y materiales de construcción: 33%
Diversos: 1%

**PERÚ : REGIMENES DEFINITIVOS
 IMPORTACION DEFINITIVA
 RANKING DE PRINCIPALES 25 SUBPARTIDAS NACIONALES
 PERÍODO : ENERO - DICIEMBRE 2008**

NRO.	SUBPARTIDA	DESCRIPCION ARANCELARIA	VALOR FOB US\$	VALOR CIF US\$	PESO NETO (Kg.)	PESO BRUTO (Kg.)
TOTAL IMPORTACION DEFINITIVA			27 730 439 668	29 896 191 075	21 363 779 937	21 615 458 573
1	2709000000	ACEITES CRUDOS DE PETROLEO O DE MINERAL BITUMINOSO	3 271 158 564	3 373 566 105	5 023 074 591	5 023 074 591
2	2710192110	LOS DEMAS ACEITES PESADOS : GASOILS (GASOLEO) : DIESEL 2	1 256 730 335	1 310 454 409	1 382 408 465	1 382 408 466
3	8517120000	TELFONOS MÓVILES (CELULARES) Y LOS DE OTRAS REDES INAL-MBRICAS	686 135 535	699 792 522	3 335 446	3 705 020
4	1001902000	LOS DEMAS TRIGOS	393 997 699	476 093 443	1 245 692 982	1 245 692 982
5	1005901100	MAIZ DURO AMARILLO	299 714 832	395 106 385	1 392 156 424	1 392 161 940
6	8703239020	LOS DEMAS VEHICULOS CON MOTOR DE EMBOLO (PISTÉN) ALTERNATIVO, DE ENCENDIDO POR CHISPA DE CILI	356 412 975	390 980 440	51 857 849	51 862 027
7	8701200000	TRACTORES DE CARRETERA PARA SEMIREMOLQUES	325 880 527	344 333 304	38 752 523	38 788 394
8	7214200000	BARRA DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR CON MUESCAS, CORDONES, SURCOS O RELIEVES	304 560 906	334 612 791	330 315 725	330 320 575
9	1507100000	ACEITE DE SOJA EN BRUTO, INCLUSO DESGOMADO	307 637 104	324 131 527	271 537 449	271 537 682
10	2304000000	TORTAS Y DEMAS RESIDUOS SOLIDOS DE LA EXTRACC. D'ACEITE DE SOJA (SOYA), INCL. MOLIDOS	267 343 697	314 738 647	732 382 108	732 449 391
11	8703229020	LOS DEMAS VEHICULOS EMSANBLADOS CON MOTOR DE EMBOLO (PISTÉN) ALTERNATIVO, DE ENCENDIDO POR CH	208 594 963	245 102 488	38 381 291	38 383 087
12	7305110000	TUBOS UTILIZADOS EN OLEODUCTOS O GASODUCTOS, SOLDADOS LONGITUDINALMENTE CON ARCO SUME.	200 665 785	230 000 747	149 331 392	150 834 463
13	8704211010	LOS DEM-S VEHICULOS CON MOTOR DE EMBOLO (PISTÉN), DE ENCENDIDO POR COMPRESIÉN (DIESEL O SEMI-D	200 486 732	227 488 871	26 339 502	26 376 892
14	3902100000	POLIPROPILENO, EN FORMAS PRIMARIAS	211 881 968	222 875 659	127 476 297	129 628 127
15	8704230000	VEHICULOS DIESEL PARA TRANSPORTE DE MERCANCIAS CON CARGA > 20 T	209 957 228	221 261 418	25 474 295	25 514 979

16	8528720000	LOS DEMAS APARATOS RECEPTORES DE TELEVISIÉN, EN COLORES	182 499 526	192 910 631	25 427 235	27 319 186
17	8471300000	MAQUINAS AUTOM. P'TRATAMIENTO/ PROCESAMIENTO DE DATOS,DIGITALES,PORTATILES PESO<= 10KG	171 153 454	175 397 485	1 296 924	1 387 639
18	8429510000	CARGADORAS Y PALAS CARGADORAS DE CARGA FRONTAL	160 935 844	170 311 800	25 092 000	25 361 818
19	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	160 739 647	167 641 185	9 273 309	10 209 851
20	8702109000	VEHIC. AUTOMOV. P' EL TRANSPORTE DE MAS DE 16 PERSONAS, INCL EL CONDUCTOR, DIESEL	160 461 156	166 781 122	16 246 371	16 259 423
21	3901100000	POLIETILENO DE DENSIDAD INFERIOR A 0,94, EN FORMAS PRIMARIAS	155 656 232	165 546 730	92 778 956	93 867 702
22	8414802300	LOS DEMAS COMPRESORES DE POTENCIA SUPERIOR O IGUAL A 262,5 KW (352 HP)	153 369 629	159 917 749	2 016 472	2 274 635
23	3901200000	POLIETILENO DE DENSIDAD SUPERIOR O IGUAL A 0,94, EN FORMAS PRIMARIAS	146 321 101	156 756 547	92 332 971	93 352 917
24	3102101000	ABONOS MINERALES O QUIMICOS NITROGENADOS - UREA INCLUSO EN SOLUCION ACUOSA - CON UN PORCENTAJ	127 771 935	153 560 496	277 085 488	277 113 650
25	3904102000	POLICLORURO DE VINILO SIN MEZCLAR CON OTRAS SUSTANC. OBT.POR POLIMERIZAC. EN SUSPENSI	135 111 443	146 936 027	121 301 030	123 934 020

Se Excluyen de las cifras las Donaciones y el Servicio Diplomático

Cifras Preliminares al 06/01/2009

Fuente : SUNAT - Declaraciones Unicas de Aduanas

Elaboración : INETyP - Oficina de Estadística

PERÚ : REGIMENES DEFINITIVOS
 IMPORTACION DEFINITIVA
 RANKING DE 10 PRINCIPALES IMPORTADORES
 PERÍODO : ENERO - DICIEMBRE 2008

NRO.	IMPORTADOR	VALOR FOB US\$	VALOR CIF US\$	PESO NETO (Kg)	PESO BRUTO (Kg)
TOTAL IMPORTACION DEFINITIVA		27 730 439 668	29 896 191 075	21 363 779 937	21 615 458 573

SUBTOTAL PRINCIPALES IMPORTADORES		21 989 355 438	23 647 468 791	19 201 073 383	19 046 390 194
1	REFINERIA LA PAMPILLA S.A.	3 128 492 343	3 245 446 163	4 493 000 546	4 492 921 285
2	PETROLEOS DEL PERU PETROPERU SA	1 309 851 633	1 348 772 810	1 789 082 159	1 788 897 190
3	PERU LNG S.R.L.	654 042 062	709 870 146	177 681 754	174 498 655
4	FERREYROS S.A.A.	499 270 777	520 634 751	43 305 250	42 234 131
5	ALICORP SAA	464 292 506	512 347 309	792 367 820	791 697 834
6	EMPRESA SIDERURGICA DEL PERU S.A.A.	414 851 118	457 281 569	675 074 736	673 851 273
7	TOYOTA DEL PERU S A	387 330 394	438 358 014	45 370 941	45 214 575
8	CORPORACION ACEROS AREQUIPA S.A.	386 941 351	426 698 268	546 869 615	546 188 378
9	MANU PERU HOLDING S.A.	322 103 853	333 360 874	365 686 173	365 686 173
10	TELEFONICA MOVILES S.A	252 951 124	258 640 921	1 321 696	1 190 527

Fuente SUNAT

- *Países de origen*

El principal origen de las importaciones peruanas es Estados Unidos, manteniéndose como principal abastecedor de bienes importados al mercado nacional con una participación del 19% del total de importaciones, seguida por China (14%), Brasil (8%), Ecuador (6%) y Argentina (5%). Comparando esta estructura con la del año 2007, se observa que China es el país que más ha incrementado su participación, al hacerlo en dos puntos porcentuales.

En el 2008, las importaciones peruanas originarias de Estados Unidos registraron un incremento de 54,8% respecto al 2007. Este resultado reflejó la mayor demanda nacional por diesel 2, los demás trigos, aceites bases para lubricantes, policloruro, polietileno, polipropileno, los demás grupos electrógenos gasolineros de corriente alterna, entre otros.

En el caso de China, se ha verificado un crecimiento de 64,3% respecto del año 2007. Los productos más requeridos del mercado chino correspondieron a teléfonos móviles celulares, máquinas automáticas para el tratamiento o

procesamientos de datos, motocicletas, aparatos receptores de televisión en colores, entre otros.

Por su parte, las importaciones originarias de **Brasil** arrojaron un aumento de 28,3% respecto al período enero-diciembre del 2007. Se importaron principalmente **aceites crudos de petróleo, teléfonos móviles celulares, vehículos para el transporte de personas, barras de hierro o acero sin alear, vehículos para el transporte de mercancías.**

PERÚ : REGIMENES DEFINITIVOS
IMPORTACION DEFINITIVA
POR 10 PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN
PERÍODO : ENERO - DICIEMBRE 2008

NRO.	PAIS / IMPORTADOR	VALOR FOB US\$	VALOR CIF US\$	PESO NETO (Kg)	PESO BRUTO (Kg)
	TOTAL GENERAL :	27 730 439 668	29 896 191 075	21 363 779 937	21 615 458 573

NRO.	PAISES	VALOR FOB US\$	VALOR CIF US\$	PESO NETO (Kg.)	PESO BRUTO (Kg.)
1	ESTADOS UNIDOS	5 207 426 381	5 576 868 431	3 448 096 340	3 473 167 938
2	CHINA	3 714 343 425	4 063 044 604	1 552 629 385	1 610 771 717
3	BRASIL	2 271 871 242	2 416 306 242	1 193 383 027	1 209 380 057
4	ECUADOR	1 732 696 133	1 773 696 888	2 711 212 036	2 723 780 534
5	ARGENTINA	1 380 646 280	1 581 261 682	2 537 145 160	2 546 215 327
6	COLOMBIA	1 210 773 134	1 280 946 934	1 694 782 292	1 716 191 531
7	JAPON	1 141 319 105	1 274 731 539	225 483 102	228 143 054
8	CHILE	1 122 308 532	1 183 062 028	1 185 999 671	1 217 823 647
9	MEXICO	1 106 598 973	1 163 275 999	370 533 706	379 608 166
10	ALEMANIA	807 414 450	854 185 704	141 378 571	147 626 117

Fuente: SUNAT

4.2. **COMERCIO BILATERAL ENTRE PERÚ Y ARGENTINA**

4.2.1. *Aspectos generales*

Las relaciones comerciales entre Argentina y Perú se rigen por el **Acuerdo de Complementación Económica Nro. 58 Perú - MERCOSUR (ACE-58)** en vigencia desde el 1/1/06, que incluye un **programa de liberación arancelaria** entre las partes. En lo que respecta al comercio bilateral específicamente, existen **cronogramas de desgravación de los productos negociados en un plazo de 10 años, incrementándose año tras año.**

Al respecto, el **intercambio comercial ha tenido un crecimiento sostenido** en ambos países a lo largo de los **últimos seis años (2003-2008)**, aunque se mantiene *tradicionalmente deficitario para Perú*, patrón que responde a cuestiones de tipo estructural.

Este desequilibrio ha sido originado por la **necesidad del Perú de importar alimentos de origen agropecuario**, es decir: granos, carnes y otros productos del mismo rubro que son adquiridos de manera prioritaria. Asimismo, se registran compras de petróleo y derivados, como también de manufacturas de diverso tipo. Cabe considerar que, con la **reciente implementación del TLC con EE.UU.**, algunos **productos importados por Perú -caso del maíz y los cereales- son susceptibles de ser reemplazados por similares de origen norteamericano**, lo cual implicaría un desvío de comercio y una disminución de compras a nuestro país, en caso ésto ocurriese.⁴

4.2.2. *Evolución y cifras*

Básicamente **Perú es desde siempre un socio comercial muy interesante y atractivo para Argentina.** Actualmente, la relación comercial está pasando su mejor momento y en el **cierre del año 2008**, el intercambio comercial entre ambos países alcanzó los **1.516 millones de dólares.**

Entre el 2006 y el 2008, el comercio –expresado en US\$- prácticamente se ha duplicado, en parte como producto del alto precio de los bienes primarios.

Respecto del **déficit comercial crónico para Perú**, dicha tendencia **se ha incrementado en los últimos años:** durante el 2006 la balanza comercial arrojó un saldo deficitario de US\$ 627 millones, en 2007 de 864 y **en 2008 de 1.244 millones.**

⁴ La cuestión acerca de las implicancias para nuestro país de la implementación del TLC Perú-EE.UU., será analizada en sección aparte.

	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES
	US\$ (FOB)	US\$ (FOB)
2000	28'148,136	261'253,919
2001	21'350,464	397'194,438
2002	13'967,107	541'980,394
2003	20'638,567	467'908,746
2004	36'803,103	483'614,613
2005	56'719,584	608'921,766
2006	74'521,852	701'329,142
2007	119,568,116	983,236,117
2008	136,159,982	1,380,646,280

* Fuente: Aduanet: www.aduanet.gob.pe

* Elaboración: Embajada de Argentina en el Perú

* Las cifras no consideran donaciones

4.2.3. Principales productos comerciados

- *Ranking general de los 10 primeros productos:*

Año 2008- Exportaciones argentinas a Perú: aceite de soja (21%), maíz duro amarillo (17%), trigo (13%), residuos y pellets de extracción de aceite de soja (5%); cebada -excepto p/siembra- (2%); vehículos para transporte de mercancías (2%); trigo -excepto p/siembra- (2%); habas de soja (1%); gases butanos (1%); papel y cartón.

Referencia: Los principales productos de exportación argentinos en el 2007 fueron: maíz duro amarillo (21%); aceite de soja (19%); trigo (10%); residuos y pellets de extracción de aceite de soja (6%); camionetas pick-up (4%); tubos para oleoductos o gasoductos (3,5%). En proporción menor se encuentran: medicamentos (1%); papel y cartón (1%); vehículos para transporte de mercancías (1%); cables de aluminio; aceite de girasol, legumbres, cebada y vinos.

*Se aprecia que los tres primeros productos se mantienen, aunque el **aceite de soja** pasó a ocupar el lugar más alto del ránking en ventas a Perú. La **cebada**, que ocupó en 2007 el puesto 9 en ventas, pasó al puesto 5, mejorando fuertemente su posicionamiento.*

Año 2008- Importaciones procedentes de Perú: combustibles destinados a empresas de aviación (23%); estaño sin alear (9%); plástico y manufacturas de propileno (6%); minerales de zinc (5%); alambres de cobre refinado (4%); libros, folletos e impresos (3%); fungicidas a base de cobre (2%); manufacturas de cobre (2%); fosfato dicalcico (2%); camisas de algodón (2%).

Referencia: Los principales productos de importación argentinos en el 2007 fueron: minerales de zinc (22%); combustibles minerales (17%), cobre y sus manufacturas (12%); estaño sin alear (9%); plástico y manufacturas de propileno (5%); sulfatos (3%) y químicos e insecticidas (2%).

*Se aprecia la notable disminución en las compras de **minerales de zinc** a Perú, que en el año 2007 representaron el 22% y en el 2008, sólo el 5% del total de los productos importados por nuestro país. Asimismo, se refleja una tendencia creciente en la importancia relativa de las compras de **combustibles**, que casi representan una cuarta parte del total importado (23% para el 2008).*

- ***Principales productos por grandes rubros:***

Materias primas:

Se destacan las ventas de maíz duro y reventón, trigos, cebada, habas de soja, sorgo, semillas de cebollas y semillas de alfalfa.

Manufacturas de origen agropecuario:

Se destacan las ventas de aceite de soja, pellets y residuos de la industria alimentaria, leche y nata, grasa láctea, vinos, aceite de girasol, despojos de la industria bovina, mondongos de animales (estómagos), manteca, gelatinas, cortes finos de carne, extracto de quebracho, preparaciones para alimentación infantil, duraznos preparados o en conserva, chocolates, arroz blanqueado, carnes y despojos de gallina y harina de trigo.

Productos de origen industrial:

Se destacan las ventas de vehículos para transporte de mercancías, papel y cartón, lanas peinadas, gases butanos, medicamentos, gas propano, tubos de hierro o acero, tractores, muebles de metal, partes de máquinas de sondeo o perforación, compresores, polietileno, carburadores, placas, láminas y tiras de polímeros, intercambiadores de calor y filtros/depuradores de agua.

El total de los **productos precedentemente enumerados representan una muestra representativa del 77% del total exportado a Perú en el 2008**. De acuerdo a los valores de esta muestra, se refleja la siguiente **estructura: materias primas 47%, manufacturas de origen agropecuario 40% y productos de origen industrial 14%**.

Queda así en **evidencia la proporción mayoritaria de alimentos y bienes agropecuarios en las ventas a Perú.**

Referencia: En **2007**, la composición de las exportaciones argentinas -sobre el 100%- reflejó la siguiente estructura: productos primarios (PP) 38% manufacturas de origen agropecuario (MOA) 36%, manufacturas de origen industrial (MOI) 23%, combustibles y energía 3% -datos 2007.

A modo comparativo y para obtener una tendencia sobre la evolución de la composición de las ventas a Perú por grandes sectores, cabe señalar que, en promedio, las exportaciones argentinas para el **período 1995-2000** se concentraron fuertemente en productos primarios -principalmente granos- (40%), grasas y aceites (14%) e industrias químicas (9%). Si se toman las cifras del año 2004, se registran productos primarios (32%), grasas y aceites (36%); bienes de capital (15%) y combustibles y energía (4%).

*De estos datos estadísticos y su evolución, puede señalarse que **Perú ha sido y continúa siendo cada vez más, un socio muy importante en términos relativos para las exportaciones argentinas de agroalimentos.***

*En razón de ello y en base al **perfil de las ventas peruanas hacia Argentina, concentradas significativamente en productos de minería y derivados del petróleo, existe un gran interés de ambos gobiernos en intercambiar productos con mayor valor agregado.***

PERÚ : REGIMENES DEFINITIVOS
IMPORTACION DEFINITIVA
PRINCIPALES PRODUCTOS POR PAIS DE ORIGEN
PERÍODO : ENERO - DICIEMBRE 2008

NRO.	PRODUCTOS	VALOR FOB US\$	VALOR CIF US\$	PESO NETO (Kg)	PESO BRUTO (Kg)
5	ARGENTINA	1 380 646 280	1 581 261 682	2 537 145 160	2 546 215 327
1	ACEITE DE SOJA EN BRUTO, INCLUSO DESGOMADO	296 494 729	312 582 418	261 713 791	261 713 791
2	MAIZ DURO AMARILLO	232 972 607	306 810 570	1 070 545 735	1 070 545 735
3	LOS DEMAS TRIGOS	185 727 960	226 886 452	619 368 080	619 368 080
4	TORTAS Y DEMAS RESIDUOS SOLIDOS DE LA EXTRACC. D'ACEITE DE SOJA (SOYA), INCL. MOLIDOS	71 202 914	85 266 330	195 440 370	195 440 370
5	CEBADA EXCEPTO PARA LA SIEMBRA	30 063 483	37 241 099	83 967 900	83 967 900
6	VEHICULOS DIESEL PARA TRANSPORTE DE MERCANCIAS CON CARGA > 20 T	29 149 353	29 821 821	3 359 970	3 359 970
7	TRIGO DURO EXCEPTO PARA LA SIEMBRA	21 377 266	26 561 975	73 190 710	73 190 710
8	HABAS DE SOJA, INCLUSO QUEBRANTADAS, EXC. PARA SIEMBRA	16 767 521	19 259 875	34 058 800	34 060 665
9	GASES BUTANOS, LICUADO	12 845 723	14 408 000	15 704 892	15 704 892
10	PAPEL Y CARTON BLANQUEADOS DE PESO > A 150 G/M2: CON LAMINA INTERMEDIA DE ALUMINIO EN TIRAS O B	13 351 559	14 333 495	4 873 723	4 989 489
	TOTAL :	909 953 115	1 073 172 036	2 362 223 971	2 362 341 602
	RESTO :	470 693 165	508 089 645	174 921 189	183 873 725

Fuente: SUNAT

IMPORTACIONES ARGENTINAS PROCEDENTES DE PERÚ

PRODUCTOS		TOTAL FOB US\$
1	CARBURREACTORES TIPO QUEROSENO PARA REACTORES Y TURBINAS DESTINADO A LAS EMPRESAS DE AVIACIÓN	31 115 734
2	ESTADO EN BRUTO, SIN ALEAR	12 567 918
3	LAS DEM-S PLACAS DE POL-MEROS DE POLIPROPILENO	8 804 055
4	MINERALES DE CINCO Y SUS CONCENTRADOS.	6 689 429
5	LOS DEMAS ALAMBRES DE COBRE REFINADO	5 736 850
6	DEMÁS LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES	4 056 561
7	LOS DEMAS FUNGISIDAS - A BASE DE COMPUESTOS DE COBRE	3 540 098
8	CABLES, TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES, DE COBRE, SIN AISLAR PARA ELECTRICIDAD.	3 421 932
9	HIDROGENOORTOFOSFATO DE CALCIO ("FOSFATO DICALCICO")	3 312 790
10	CAMISAS D'PTO.ALG.C/ABERT.DEL.PARC.,C.Y PUÑ.DE TEJ.ACAN.P'HOMB.,TEDIDO D'UN SOLO COLO	3 007 923
TOTAL :		82 253 290
RESTO :		53 906 692

* Fuente: aduanet. www.aduanet.gob.pe

* Elaboración: Embajada de Argentina en el Perú

** Sin considerar donaciones

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ARGENTINA A PERU

PRODUCTOS PRIMARIOS		2008	
PRODUCTOS	U\$S FOB	ARANCEL	
MAIZ DURO AMARILLO	232.972.607	9%	
LOS DEMAS TRIGOS	185.727.959	0%	
CEBADA EXCEPTO PARA LA SIEMBRA	30.063.483	9%	
TRIGO DURO EXCEPTO PARA LA SIEMBRA	21.377.266	0%	
HABAS DE SOJA, INCLUSO QUEBRANTADAS, EXC. PARA SIEMBRA	16.767.521	0%	
MAIZ REVENTON (ZEA MAYS CONVAR. MICROSPERMA O ZEA MAYS VAR. EVERTA)	4.976.406	9%	
SORGO DE GRANO (GRANIFERO) EXCEPTO PARA LA SIEMBRA	4.590.940	9%	
MAIZ PARA SIEMBRA	1.506.091	0%	
SEMILLAS DE CEBOLLAS, PUERROS (POROS), AJOS Y DEMAS			
HORTALIZAS DEL GENERO ALLIUM	759.237	0%	
SEMILLAS DE ALFALFA PARA SIEMBRA	209.423	0%	
	498.950.933		
MANUFACTURAS DE ORIGEN AGROPECUARIO			
ACEITE DE SOJA EN BRUTO, INCLUSO DESGOMADO	296.494.729	0%	
TORTAS Y DEMAS RESIDUOS SOLIDOS DE LA EXTRACC. D'ACEITE DE SOJA (SOYA), INCL. MOLIDOS	71.202.914	0%	
LECHE Y NATA CONCEN.C.AZUC.O EDUL.,EN POLVO,GRANUL.,O SOLID.CONT.GRASA <=1.5%PESO,ENV	9.583.843	0%	
GRASA LACTEA ANHIDRA (BUTTEROIL)	8.800.425	0%	

DEMÁS VINOS EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD <= A 2 L	7.769.674	9%
ACEITE EN BRUTO DE GIRASOL	7.261.624	0%
LOS DEMÁS DESPOJOS COMESTIBLES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADOS	3.350.275	0%
ESTOMAGOS(MONDONGOS) DE ANIMALES,EXCEP.PESCADOS,FRESC.,REFRIG.,CONGEL.,SALAD.,ENSALM	3.223.310	0%
MANTEQUILLA (MANTECA)	1.804.234	0%
GELATINAS Y SUS DERIVADOS	1.638.876	9%
½CORTES FINOS ₇₁ DESHUESADA DE CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCA O REFRIGERADA	1.624.420	17%
EXTRACTO DE QUEBRACHO	1.489.453	0%
LAS DEMÁS PREPARACIONES PARA LA ALIMENTACIÓN INFANTIL ACONDICIONADAS PARA LA VENTA AL POR MENO	1.377.442	0%
LOS DEMÁS DURAZNOS PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO	1.080.079	9%
DEMÁS CHOCOLATE Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO	1.060.238	9%
ARROZ SEMIBLANQUEADO O BLANQUEADO, INCLUSO PULIDO O GLASEADO	774.349	0%
CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES DE GALLO O GALLINA SIN TROCEAR, CONGELADOS	737.274	9%
HARINA DE TRIGO O DE MORCAJO (TRANQUILLON).	549.512	0%
½CORTES FINOS ₇₁ DESHUESADA DE CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA CONGELADA	462.885	17%
	420.285.556	

PRODUCTOS DE ORIGEN INDUSTRIAL

VEHICULOS DIESEL PARA TRANSPORTE DE MERCANCIAS CON CARGA > 20 T	29.149.353	0%
PAPEL Y CARTON BLANQUEADOS DE PESO> A 150 G/M2: CON LAMINA INTERMEDIA DE ALUMINIO EN TIRAS O B	13.351.559	0%
LAS DEMÁS LANAS PEINADAS ENROLLADOS EN BOLAS ("TOPS")	12.993.817	9%
GASES BUTANOS, LICUADO	12.845.723	0%
LOS DEMÁS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	11.858.907	9%
GAS PROPANO, LICUADO	11.016.005	0%
DEMÁS TUBOS DE PERFORACION DE HIERRO O ACERO DE ENTUBACION,P' PETROLEO O GAS	8.966.283	0%
TRACTORES DE CARRETERA PARA SEMIREMOLQUES	6.553.992	0%
LOS DEMÁS MUEBLES DE METAL	6.113.520	9%
LAS DEMÁS PARTES DE MÁQUINAS DE SONDEO O PERFORACIÓN DE SUB-PA. 8430.41 u 8430.49	5.380.093	0%
LOS DEMÁS COMPRESORES DE POTENCIA SUPERIOR O IGUAL A 30 KW (40 HP) E INFERIOR A 262,5	6.156.861	0%
POLIETILENO DE DENSIDAD INFERIOR A 0,94, EN FORMAS PRIMARIAS EQUIPO PARA LA CONVERSION DEL SISTEMA DE CARBURACION DE VEHICULOS AUTOMOVILES PARA SU	4.528.365	0%
LAS DEMÁS PLACAS,LAMINAS,HOJAS Y TIRAS DE POLIMEROS DE ETILENO	4.390.438	9%
LOS DEMÁS INTERCAMBIADORES DE CALOR.	4.233.548	0%
LOS DEMÁS APARATOS PARA FILTRAR O DEPURAR AGUA	512.048	0%
	143.622.577	

PRODUCTOS PRIMARIOS	498.950.933
MANUFACTURAS DE ORIGEN AGROPECUARIO	420.285.556
PRODUCTOS DE ORIGEN INDUSTRIAL	143.622.577
SUB TOTAL	1.062.859.066
PORCENTAJE DEL TOTAL EXPORTADO	77,00%
OTROS PRODUCTOS	317.787.214
TOTAL EXPORTACIONES ARGENTINA A PERU	1.380.646.280

PRINCIPALES EXPORTADORES PERUANOS A ARGENTINA

EXPORTADOR		TOTAL FOB US\$
1	REPSOL YPF MARKETING S.A.C.	20 849 689
2	MINSUR S. A.	12 567 918
3	MOBIL OIL DEL PERU S.R.L.	10 240 987
4	OPP FILM S.A.	10 125 263
5	TECNOFIL S A	6 453 902
6	DEVANLAY PERU S.A.C.	5 826 931
7	QUEBECOR WORLD PERU S.A.	4 044 672
8	SALES Y DERIVADOS DE COBRE SA	3 540 098
9	COMPA±IA MINERA ATACOCHA S.A.A.	3 470 431
10	INDECO S.A.	3 421 932
TOTAL :		80 541 824
RESTO :		55 618 158

PRINCIPALES IMPORTADORES PERUANOS DE PRODUCTOS ARGENTINOS

IMPORTADOR		TOTAL FOB US\$	TOTAL CIF* US\$
1	ALICORP SAA	220 499 499	238 523 477
2	CARGILL AMERICAS PERU S.R.L.	121 416 720	137 814 345
3	SAN FERNANDO S.A.	95 383 744	118 341 092
4	LOUIS DREYFUS PERU S.A.	75 887 276	91 511 730
5	UNION DE CER PER BACKUS Y JOHNSTON S.A.A	40 462 820	51 240 078
6	CONTILATIN DEL PERU S.A	37 559 646	49 382 997
7	ATLAS TRADING & SHIPPING PERU S.R.L.	33 560 093	42 635 021
8	FERREYROS S.A.A.	40 819 442	41 898 950
9	ADM-SAO PERU S.A	29 542 522	38 064 284
10	GRANELES DEL PERU S.A.C.	28 114 609	35 978 201
TOTAL :		723 246 371	845 390 176
RESTO :		657 399 909	735 871 506

* Consulta ordenada por CIF

- ***Ránking por países***

En **2008**, nuestro país ocupó el **5to. lugar como proveedor de Perú**, es decir, las **exportaciones argentinas** (que **representan el 5% de las compras totales de Perú en el exterior**) se encuentran posicionadas dentro de los principales socios comerciales actuales de Perú. Los primeros cuatro lugares son ocupados por Estados Unidos, China, Brasil y Ecuador.

A modo de referencia, en el **año 2007**, **Argentina se posicionó en el mismo lugar como proveedor** (es decir que nuestras exportaciones mantuvieron su importancia relativa respecto de los demás socios comerciales), aunque **en materia de compras a Perú, Argentina ocupó el puesto 26to.**

Este último dato refleja la **disminución en el nivel de importancia de las importaciones realizadas por nuestro país de origen peruano, ya que en 2008 Argentina se posicionó 28vo. como comprador de productos de ese origen. Dicha situación es clara cuando se analiza la evolución reciente de la balanza comercial bilateral y el déficit crónico creciente que ésta presenta para Perú.**

Cabe destacar al respecto que **Perú presenta un perfil de inserción económica internacional de corte neoliberal**, que se plasma cada vez más acentuadamente en la concreción de **Tratados de Libre Comercio con distintos países**. En adición a los esquemas regionales vigentes como la CAN, el ACE 58 (Mercosur-Perú) y el ACE con Chile, **especial mención merece la participación peruana en el Asian Pacific Economic Cooperation (APEC), en el Sistema General de Preferencias (SGP) con la Unión Europea y Japón, la reciente implementación del TLC con Estados Unidos -implicancias para Argentina se analiza en ítem separado-, y la firma del TLC con la República Popular China**, anunciada por ambos presidentes en ocasión de la reciente visita del mandatario Hu Jintao en noviembre de 2008.

Asimismo, el **avance verificado en términos de la firma de Tratados de Libre Comercio** de Perú con Singapur, China y Tailandia; las **negociaciones en curso** con Canadá, la Unión Europea y México y, finalmente, los **acercamientos** con Corea del Sur, Japón, Australia e India, **evidencian el perfil comercial que Perú desea profundizar a mediano y largo plazo, ponderando asociaciones extra-regionales en materia de comercio exterior.**

No obstante ello, **estos acuerdos configuran un escenario de importantes oportunidades de negocios para nuestro país**, ya que las **empresas argentinas podrán llegar a terceros mercados desde Perú, en base a una integración y cooperación industrial o alianzas estratégicas.** Por este motivo, Argentina debería

maximizar esfuerzos en aprovechar tal coyuntura de acuerdo con las reglas que exigen los TLCs y los porcentajes de integración peruana para poder acceder a esos mercados.

Dentro de esta **perspectiva las relaciones comerciales y de inversión entre ambos países tienden a incrementarse**. Cabe señalar que en Perú se encuentran asentadas importantes empresas argentinas de diferentes rubros, que van desde la transmisión de gas, petróleo, alimentos, servicios y asesorías técnicas (*Pluspetrol, Transportadora de gas del Perú -TGP-, Techint, Arcor, Laboratorios Bagó, Laboratorios Roemmers, Molinos del Perú SAC- Molinos Río de la Plata, Dominion Pacífico-Dominion Group, Parafina del Plata, GIE S.A.- Empresa de Ingeniería de Integridad de Ductos, Galileo Argentina y Beta Mark*).

Argentina debería también aprovechar la posibilidad que otorga el plan de financiamiento del **Banco de la Nación Argentina** que alcanza los 400 millones de dólares para ingresar con alguna ventaja en el **mercado de bienes de capital peruano que se encuentra ávido de atraer inversiones a fin de continuar con la actualización de su sistema productivo con tecnología de punta**.

Debido a la **importancia que reviste el mercado peruano para la Argentina**, se han realizado **numerosas misiones comerciales de empresarios argentinos** a la ciudad de Lima, en una proporción mayoritariamente conformada por PyMEs. En el 2007 se han realizado 15 misiones y en 2008 otras 17. De todos modos, este demostrado **interés de sectores empresariales argentinos no es recíproco en términos de recepción de empresas peruanas en Argentina**.

Este **desequilibrio** demuestra la escasez de oferta peruana en relación con las demandas del mercado argentino.

RANKING DE PAISES QUE EXPORTAN AL PERU

NRO.	PAIS / IMPORTADOR	VALOR FOB US\$	VALOR CIF US\$	PESO NETO (Kg)	PESO BRUTO (Kg)
	TOTAL GENERAL :	27 730 439 668	29 896 191 075	21 363 779 937	21 615 458 573
NRO.	PAISES	VALOR FOB US\$	VALOR CIF US\$	PESO NETO (Kg.)	PESO BRUTO (Kg.)
1	ESTADOS UNIDOS	5 207 426 381	5 576 868 431	3 448 096 340	3 473 167 938
2	CHINA	3 714 343 425	4 063 044 604	1 552 629 385	1 610 771 717
3	BRASIL	2 271 871 242	2 416 306 242	1 193 383 027	1 209 380 057
4	ECUADOR	1 732 696 133	1 773 696 888	2 711 212 036	2 723 780 534
5	ARGENTINA	1 380 646 280	1 581 261 682	2 537 145 160	2 546 215 327
6	COLOMBIA	1 210 773 134	1 280 946 934	1 694 782 292	1 716 191 531
7	JAPON	1 141 319 105	1 274 731 539	225 483 102	228 143 054
8	CHILE	1 122 308 532	1 183 062 028	1 185 999 671	1 217 823 647
9	MEXICO	1 106 598 973	1 163 275 999	370 533 706	379 608 166
10	ALEMANIA	807 414 450	854 185 704	141 378 571	147 626 117

Fuente: SUNAT

RANKING DE PAISES QUE IMPORTAN DE PERU

NRO.	PAISES	VALOR FOB US\$	PESO NETO (Kg)	PESO BRUTO (Kg)
TOTAL EXPORTACION DEFINITIVA		31 162 752 605	25 331 871 418	26 546 210 233
1	ESTADOS UNIDOS	5 742 279 301	3 762 186 788	3 830 605 622
2	CHINA	3 737 243 503	8 002 438 438	8 390 408 893
3	SUIZA	3 410 323 026	6 384 162	6 827 973
4	CANADA	1 949 848 812	578 480 418	594 392 651
5	JAPON	1 853 187 919	2 057 445 726	2 226 108 433
6	CHILE	1 837 656 325	1 934 004 623	1 997 890 545
7	VENEZUELA	1 076 084 725	161 913 927	168 223 666
8	ALEMANIA	1 028 424 492	585 371 103	618 927 995
9	ESPAYA	1 015 011 094	812 794 607	894 181 488
10	ITALIA	926 408 470	245 753 172	256 917 710
11	BRASIL	895 234 395	384 349 285	422 256 402
12	PAISES BAJOS	758 165 013	252 270 180	270 812 618
13	COLOMBIA	706 471 279	430 627 468	460 164 214
14	TAIWAN (FORMOSA)	596 116 331	142 130 747	142 806 710
15	COREA (SUR), REPUBLICA DE	551 694 954	798 323 019	856 456 968
16	ECUADOR	503 264 456	614 387 770	629 241 389
17	BELGICA	411 620 781	319 437 312	338 536 348
18	REINO UNIDO	368 384 722	94 166 393	102 870 669
19	BOLIVIA	350 890 548	227 915 403	233 910 686
20	MEXICO	298 567 967	556 421 619	595 667 467
21	PANAMA	296 000 230	646 872 479	649 703 470
22	INDIA	281 406 582	170 478 410	187 172 105
23	FINLANDIA	252 171 931	205 790 127	224 171 106
24	FRANCIA	197 156 308	57 003 329	71 712 200
25	BULGARIA	193 610 282	129 003 787	140 721 394
26	SUECIA	184 155 886	91 425 683	99 008 572
27	COREA (NORTE),REPUBLICA	179 141 844	108 502 638	118 972 559
28	ARGENTINA	136 159 982	63 943 741	66 427 295
29	NO DECLARADOS	126 163 408	211 538 539	211 538 545
30	AUSTRALIA	79 810 054	115 172 328	122 212 601

4.3. Implementación del TLC Perú-EE.UU.

El **01/02/2009** comenzó a regir el TLC entre Perú y EE.UU., cuyos efectos concretos alcanzan a los exportadores peruanos y a los consumidores del mercado local. La **vigencia del convenio permite que el 78% de los productos que el Perú importa de EE.UU. ingrese al país sin pagar aranceles.**

Este hecho debería redundar en el corto plazo en una reducción de precios de gran parte de los bienes que se importan de EE.UU. Efectivamente, antes de entrar en vigor el acuerdo, los importadores peruanos tenían que pagar un derecho de aduanas de entre 9% y 17% del valor de la mayoría de los 5.382 **productos que actualmente gozan del beneficio de arancel cero**, a modo de ejemplo: *juguetes, prendas de vestir, algunos electrodomésticos, videojuegos, motocicletas, ciertas medicinas, vehículos con una cilindrada superior a 3.000 cc, sillas de ruedas, calzado, prendas de cuero, algunas bebidas alcohólicas, entre otros.*

El resto de las partidas se irá desgravando en un plazo máximo de 17 años, en el que la totalidad de los productos que Perú y EE.UU. intercambian pagarán arancel cero.

Por otra parte, los **consumidores locales tendrán acceso, en el mediano plazo, a productos peruanos elaborados con insumos norteamericanos.**

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, **el 98% de los envíos a EE.UU. estará exonerado del pago de derechos de aduana.** El resto de los bienes se desgravará de acuerdo con el plazo fijado para cada producto. Estos plazos fluctúan entre cinco, siete, diez, quince y diecisiete años.

El sector agrícola mantendrá de manera permanente el acceso mediante el ATPDEA, que liberaba del pago de impuestos aduaneros al 99% de las exportaciones de este sector. Asimismo, la **totalidad de los productos del sector textil y confecciones, ingresarán a EE.UU con arancel cero.**

Respecto a los **riesgos para la industria local** que podría significar el ingreso de productos norteamericanos a menores precios, el **gobierno peruano aseguró que la mayor parte de los bienes que ingresarán desde Estados Unidos con arancel cero son bienes complementarios, así como bienes industriales, insumos y maquinarias, que se abaratarán para los productores peruanos.**

A modo de ejemplo, las autoridades locales señalaron que este acuerdo comercial *permitiría la renovación de la flota de transporte público*, ya que podrán importarse ómnibus con arancel cero, así como camiones.

Cabe destacar que, **para acelerar la vigencia plena del TLC, el gobierno de Perú adelantó la implementación de la nueva Ley de Contrataciones del Estado, que crea el Organismo Supervisor de Contrataciones del Estado en reemplazo del Consejo Superior de Contrataciones y Adquisiciones del Estado (Consucode).**

4.3.1. Implicancias para Argentina

A efectos de establecer una primera proyección estimada del impacto de la reciente implementación del TLC Perú-EE.UU, se efectuó **análisis comparativo con una muestra representativa que incluye los 11 principales productos de exportación argentina a Perú de materias primas, de MOAs y de productos industrializados (33 productos que representan el 72% del total exportado en el período enero a noviembre de 2008)**, como así también las **importaciones peruanas de origen norteamericano de los mismos productos y del mismo período.**

En base al análisis de esta muestra representativa de productos, pueden señalarse las siguientes consideraciones:

1.- Ventas de productos argentinos por 657 millones de dólares ingresan al mercado peruano con arancel 0%, es decir, que el caso de estos productos no debería esperarse reemplazo o desvío de comercio hacia productos norteamericanos. Los productos son: vehículos para transporte, tractores, partes de maquinaria, tubos de acero o perforación, compresores, polietileno, intercambiadores de calor, carburadores, filtros y depuradores de gases, aceite de soja, trigo, residuos de aceite de soja, habas de soja, aceite de girasol, semillas de cebolla y de hortalizas, grasa láctea, leche o nata en polvo o granulada, estómagos de animales, manteca, despojos de carne bovina, preparaciones para alimentación infantil, arroz y harina de trigo.

2.- Ventas argentinas a Perú por 280 millones de dólares (30% del total de la muestra de productos seleccionados de exportación a este mercado) competirían a partir del 1/2/09 con productos norteamericanos que ingresarán al mercado peruano con arancel menor al arancel vigente para productos argentinos. Los productos son: muebles de metal, plástico en láminas o placas, maíz duro amarillo, cebada, sorgo de grano, maíz reventón, gelatinas, duraznos preparados o en conserva, chocolate y preparaciones de cacao, carnes y despojos de gallina, cortes finos de carne deshuesada.

3.- Desagregando esta cifra:

a) *Ventas argentinas por 263 millones competirían directamente con productos norteamericanos que ingresarán al mercado peruano libres de arancel (0%).* Los productos son: maíz duro amarillo, cebada, maíz reventón, duraznos preparados o en conserva, chocolate y preparaciones de cacao y cortes finos de carne deshuesada. El nivel de aranceles aplicados a estos mismos productos de origen argentino es del 9%, a excepción de los cortes finos de carne, con arancel del 17%.

b) *De este monto, el maíz y la cebada de origen argentino (261 millones con un nivel arancelario del 9%) competirían con maíz y cebada norteamericana que ingresará al mercado peruano libre de arancel.*

4.- Sobre el total señalado de 280 millones -punto 2 ut supra- y realizando un análisis por grandes rubros, se verifica que 4 millones corresponden a exportaciones argentinas de M.O.A., 10 millones a M.O.I. y 266 millones a materias primas (especialmente maíz y cebada), rubro que evidencia el riesgo más alto de ser reemplazado a futuro por productos norteamericanos.

5.- Cabe aclarar que para el período enero a noviembre de 2008 las exportaciones argentinas de los productos señalados ascendió a 937 millones de dólares (el total exportado fue de 1.295), mientras que las compras peruanas de origen EE.UU. fueron por 417 millones de dólares, es decir, menos de la mitad. No obstante ello, en el escenario de un TLC vigente con EE.UU., es naturalmente esperable un incremento de los flujos de comercio entre Perú y EE.UU.

6.- Finalmente, se señala que EE.UU. es el principal socio comercial de Perú mientras que Argentina ocupa el puesto 5to. como exportador a Perú y el puesto 28vo. como comprador de productos peruanos.

5. INVERSIONES

La **Inversión Extranjera Directa (IED) en Perú ascendió a 16,867 millones de dólares al primer semestre del 2008**, reportó la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (ProInversión). De acuerdo al país de procedencia, **España sigue liderando el stock de inversión** al concentrar el 22.11 por ciento, cifra que presenta un monto acumulado al 30 de junio de 3,729 millones de dólares.

En segundo lugar se ubica el **Reino Unido** con una participación de 20.27 por ciento y un monto de 3,419 millones de dólares. **Estados Unidos** acumula una inversión de 2,762 millones de dólares y se ubica como el tercer inversor en el país.

Estos tres países son las principales fuentes de inversión a Perú, siendo origen del 58.77 por ciento de la inversión extranjera en el país.

Holanda, en cuarto lugar, tiene una participación de 8.33 por ciento con 1,404 millones de dólares; y Chile se ubica en el quinto lugar con 990.8 millones al concentrar el 5.87 por ciento.

Para el período 2007-2008 el sector con mayor incremento de capital es comunicaciones, cuyas inversiones en mayor medida han sido efectuadas en telefonía fija durante los años noventa y en telefonía móvil en la presente década, concentrando hasta junio del 2008 el 22.27 por ciento del total con 3,756.4 millones de dólares.

Entre las principales inversiones destacan las realizadas por Telmex, Global Crossing y Nextel. En segundo lugar está el sector minero con 3,510 millones de dólares que representa el 20.81 por ciento del total.

El auge por el mayor precio de los metales, desde hace ya aproximadamente cuatro años, ha generado el desarrollo y exploración de nuevos proyectos mineros así como la consolidación de empresas mineras ya establecidas en Perú.

Durante este mismo período el sector industria ocupa el tercer lugar en participación obteniendo el 16.23 por ciento con 2,736 millones de dólares.

Otro sector que también destaca es finanzas que, debido al ingreso de varios bancos, ha obtenido el 15.41 por ciento para este período, lo que representa 2,598 millones de dólares.

El sector energía también ha tenido gran importancia al concentrar el 9.93 por ciento de la inversión, por un monto de 1,674 millones de dólares.

ProInversión destaca que el sector transporte ha crecido dinámicamente principalmente por la participación de Odebrecht, Hidalgo & Hidalgo, Camargo Correa

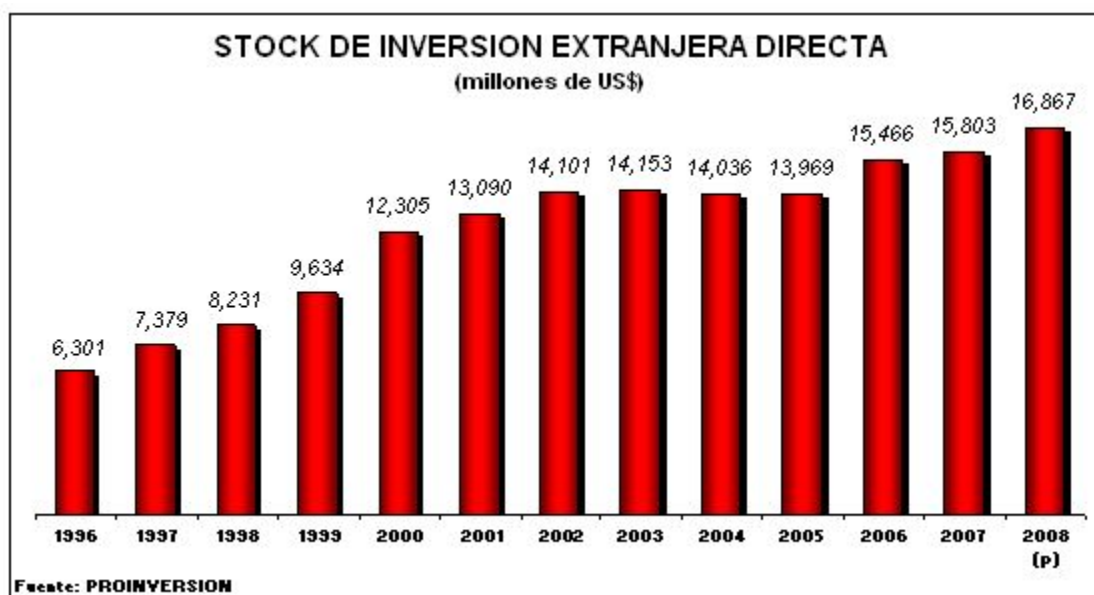
y Andrade y Gutierrez, como principales inversionistas extranjeros, en el desarrollo de infraestructura a través de concesiones.

Este sector concentró el 1.69% de la IED en el último año con un monto de 285.5 millones de dólares.

Entre los principales inversionistas que efectuaron algún movimiento de capital, ya sea a través de aportes o adquisición de acciones en el período 2007 – 2008, destaca el grupo chileno Cencosud y Parque Arauco en el sector comercio.

También Gold Fields del Reino Unido con su proyecto minero Cerro Corona, Pan Pacific Copper de Japón, Deutsche Bank de Alemania, Rio Blanco Copper del Reino Unido y Banco Santander Central Hispano de España.

A lo señalado debe añadirse el especial interés del gobierno en captar inversiones externas para lo que ha generado un clima especialmente favorable a las mismas. Las garantías que reconoce el Estado a los inversores son las siguientes: Igualdad de tratamiento, por lo que la Ley no discrimina entre nacionales y extranjeros, estabilidad del régimen del impuesto a la Renta vigente en el momento de la suscripción del convenio y estabilidad del régimen de libre disponibilidad de divisas y de remesas de beneficios dividendos y regalías en el caso de inversiones de capital externo.



+

5.1 Inversiones Argentinas

Las inversiones argentinas oscilan en un monto de 2.000 millones de dólares -datos 2008-. Las inversiones más representativas se radican en los sectores de petróleo, gas, alimentos, productos medicinales, ingeniería y alumbrado público.

Las principales empresas argentinas radicadas en Perú son: *ARCOR, Laboratorios Bagó, Pluspetrol, Transportadora de Gas del Perú, Techint, Molinos del Perú S.A.C.- Molinos Río de la Plata, Dominion Pacífico-Dominion Group, Beta Mark, Parafina del Plata, GIE S.A.-Empresa de Ingeniería de Integridad de Ductos, Galileo Argentina y Laboratorios Roemmers.*

5.2. Cómo establecer una empresa en Perú

1.-Elección del tipo de sociedad:

Principales formas empresariales previstas por la ley

- la Sociedad Anónima
- la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada
- la Sucursal
- la Asociación en Participación
- el Consorcio
- otros

Las gestiones pueden ser realizadas de manera directa o a través de un **representante**.

Documentos que acrediten la calidad de representante:

Poder otorgado por la persona jurídica en el exterior, designándolo como representante
El poder deberá estar legalizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú
Si el poder ha sido otorgado en idioma extranjero, deberá ser traducido al español.
En caso el representante sea ciudadano extranjero, se necesita visa de negocios y/o carnet de extranjería.

2.- Preparación de la minuta de constitución:

La minuta es el contrato social de la empresa, deberá contener la información detallada de la empresa que se va a establecer (identificación de socios fundadores, objeto social, estatuto, descripción de los cargos de los directivos.

La minuta deberá ser firmada por un abogado.

3.- Apertura de cta. corriente a nombre de la empresa en una institución bancaria local.

4.- Inscripción de la sociedad en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)

- la minuta se presenta ante notario público, quien lo elevará a escritura pública y preparará los documentos para la inscripción ante la Superintendencia Nacional de Registros Públicos

5.- Obtención del Registro Unico del Contribuyente (RUC)

- Se obtiene ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), órgano de administración tributaria en Perú
- Requisitos:
 - testimonio de constitución social debidamente inscrito en SUNARP
 - recibo de agua, luz del domicilio fiscal
 - formulario de solicitud de inscripción de RUC de la SUNAT
 - documento de identidad en original del representante legal
 - título de propiedad o contrato de alquiler del local donde realizará su actividad comercial.

6.- Apertura y legalización de los libros de sociedad y libros contables

Requisitos:

- copia de formulario de RUC
- libro a legalizar
- pago por derecho de trámite

Autorización del libro de planillas ante el Ministerio de Trabajo y Promoción Social

- solicitud de autorización por libro de planillas o libro de hojas sueltas debidamente enumeradas
- copia de RUC
- nombre o razón social del empleador
- nombre del representante legal y n° de DNI
- dirección del centro de trabajo(s)
- pago por derecho de trámite

Obtención de la licencia municipal de funcionamiento (en la municipalidad respectiva, **división de licencias**)

Licencia de funcionamiento de establecimientos comerciales, industriales, servicios y servicios profesionales (Ley n° 27.972)

- solicitud

- certificado de zonificación y compatibilidad uso
- informe favorable de defensa civil
- copia del registro único del contribuyente (RUC)
- copia del documento de identidad del interesado o del representante legal de ser el caso
- título de propiedad o contrato de alquiler del lugar donde realizará su actividad comercial
- copia simple de escritura de constitución de la persona jurídica, de ser el caso
- copia de la autorización y/o certificación del sector correspondiente si fuera el caso
- pago por derecho de trámite

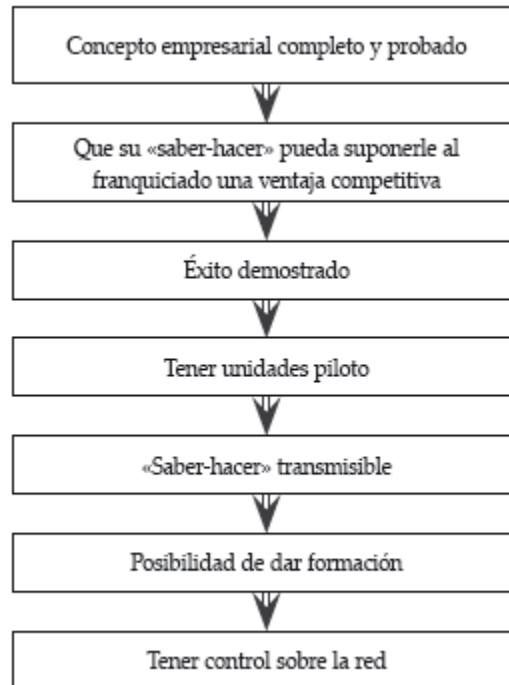
7.- Registro de Inversión Extranjera Directa: Leg. n° 662 : Establece la obligatoriedad del Registro de Inversión Extranjera, aunque no establece plazo perentorio.

5.3. Cómo obtener una Franquicia en Perú

- **Requisitos**

Siguiendo los criterios internacionales, un sistema de franquicia deberá estar perfectamente establecido cuando cuenta con un concepto de éxito probado a través de centros pilotos, un *know how* diferenciado y transmisible, tener la propiedad o la autorización de uso de las marcas y distintivos propios, y la capacidad de proporcionar formación, asistencia técnica y servicios de marketing a sus franquiciadores.

Actualmente, la **Cámara Peruana de Franquicias** ha establecido una serie de requisitos que deberá tener un emprendimiento comercial para ser considerado franquiciable, a saber:



Las Franquicias deben gestionarse a través de la Cámara Peruana de Franquicias –ver en apartado 7. Datos Útiles-

6. ACCESO AL MERCADO

6.1. Sistema Arancelario

El Estado Peruano es el que fija e impone los aranceles para el ingreso de los diferentes productos a su territorio. La entidad estatal responsable de vigilar, difundir y hacer cumplir esta normativa es la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria por medio de la Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas.

- **Estructura**

La Ley General de Aduanas establece el régimen legal aplicable a las importaciones y exportaciones. No existen restricciones a estas operaciones. Por excepción, debido a razones de seguridad o salud pública, la importación de algunos bienes puede estar prohibida (ejemplo algunos animales, pesticidas, bienes usados, etc.) Esta prohibición debe basarse en norma con rango de ley.

En general las importaciones están sujetas al pago de derechos Ad Valorem CIF e Impuesto al Valor Agregado (denominado en el Perú Impuesto General a las Ventas – IGV).

Modificación de Tasas de derechos arancelarios AD/VAL para un grupo de subpartidas nacionales Decreto Supremo N°158-EF publicado el 13/10/2007, Decreto Supremo N° 163-2007-EF publicado el 27/10/2007 y Decreto Supremo N° 038-2008-EF PUBLICADO EL 07/03/2008, quedando el Arancel de Aduanas del Perú de la siguiente manera:

- Lista de subpartidas nacionales con tasa del 0% Ad Valorem CIF
- Lista de subpartidas nacionales con tasa del 9% Ad Valorem CIF
- Lista de subpartidas nacionales con tasa del 17% Ad Valorem CIF

En el Perú, se aplican las normas de la OMC sobre valoración de importaciones.

La Ley General de Aduanas recoge procedimientos para facilitar el comercio exterior, autorizando la suspensión de pago de derechos e impuestos a la importación de bienes que ingresan por un período para transformarse y reexportarse. Un ejemplo son los regímenes de admisión temporal.

Asimismo, la Ley contiene normas que autorizan la importación de bienes con suspensión del pago de impuestos y derechos para propósitos o usos específicos, por un determinado período (importación temporal).

Existe un régimen de *drawback* que permite al exportador recuperar en forma total o parcial los tributos que gravan las importaciones de insumos y partes, en tanto el valor CIF no exceda del 50% del valor FOB de exportación.

La legislación peruana regula también la existencia de zonas francas definidas como zonas del territorio amparadas por la ficción legal de ser consideradas como ubicadas fuera del país. En estas zonas, los bienes que ingresen importados no pagan derechos ni impuestos.

El Arancel de Aduanas del Perú ha sido elaborado en base a la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA), con la inclusión de subpartidas adicionales de conformidad a la facultad otorgada por el Artículo 4° de la Decisión 249 de la Comisión de la Comunidad Andina.

La SUBPARTIDA NACIONAL presenta la siguiente estructura:

DIGITOS					DENOMINACION
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	
1° 2°					Capítulo
1° 2°	3° 4°				Partida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°			Subpartida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°		Subpartida NANDINA
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	Subpartida nacional

Los datos referentes al tratamiento arancelario para los diferentes tipos de productos, se pueden encontrar en:

http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informai/tra_ar.htm

6.2. Regimenes Especiales

Perú tiene acuerdos de preferencias arancelarias con varios países de la región.

Dichos acuerdos se pueden encontrar en:

<http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informai/aiges00.htm>

7. DATOS ÚTILES

- La diferencia de horario con Argentina (ciudad de Buenos Aires) es de -3 hrs. en verano y de -2 hrs. en invierno.
- El cambio de moneda extranjera es libre en todo el Perú, tanto Dólares como Euros pueden ser fácilmente cambiados en todos los Bancos, Casa de Cambio y Hoteles.
- El horario Bancario es de lunes a viernes de 09:00 a 18:00 hrs. en horario corrido y los sábados de 09:00 a 13:00 hrs.
- Los Supermercados y Centros Comerciales atienden de las 10:00 a 21:30 hrs.

Principales Organismos, Cámaras y Asociaciones de Perú:

- **MINCETUR – MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**

Tel: 511/ 513-6100

Web: www.mincetur.gob.pe

- **BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ**

Tel: 511/ 613-2000

Web: www.bcrp.gob.pe

- **PROINVERSIÓN – AGENCIA DE LA PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN PRIVADA – PERÚ**

Tel: 511/ 612-1200

Web: www.proinversion.gob.pe

- **SUNAT – SUPERINTENDENCIA NACIONAL TRIBUTARIA**

Tel: 511/ 315-0730

Web: www.sunat.gob.pe

- **CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA**

Sr. Peter Anders Moores - Presidente
Asist. María Esther Matta

Directo: 511/ 219-1607
E-mail: presidencia@camaralima.org.pe
José Rosas - Gerente General
jrosas@camaralima.org.pe
Sec. Srta. Noelia Schmitt
nschmitt@camaralima.org.pe
Gracia Takano – Centro de Comercio Exterior
g.takano@camaralima.org.pe

Comité de Importadores de Maquinarias, Equipos, Repuestos y Herramientas

Sr. Benami Grobman - Presidente
Av. Gregorio Escobedo 398, Jesús María, Lima 11.
Tel: 511/ 463-3434
Fax: 511/ 463-9813
Pag. Web: www.camaralima.org.pe

• **CÁMARA DE COMERCIO PERUANO-ARGENTINA**

Vilma Schenone Dulanto, Presidente
Asist. Adriana Zelaya
E-mail: azelaya@nlg.pe
Telf: 511/ 241-1026 - anx. 233
Imelda Moreno, Gerente
E-mail: gerencia@camaraperuano-argentina.org
Av. Camino Real N° 479, Ofc. 301-B, San Isidro
Tel.: 511/ 421-6175 / 440-1093
Fax: 511/ 440-1093
Web: www.camaraperuano-argentina.org

• **COMEX PERU- SOCIEDAD DE COMERCIO EXTERIOR**

Juan Francisco Raffo, Presidente
Bartolomé Herrera 254, Miraflores, Lima 18.
Tel: 511/ 222-2695, 422-5781
Fax: 511/ 422-5942
E-mail: arodrigo@comexperu.org.pe
(Secretaria María Virginia Clavijo)
E-mail: mclavijo@comexperu.org.pe
Web: www.comexperu.org.pe

• **SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS**

Eduardo Farah - Presidente
Sec. Martha Marín

E-mail: mmarin@sni.org.pe
Directo: 511/ 616-4411
Federico de Aparisi, Gerente General
E-mail: fda@sni.org.pe
Anexo 210
Amelia Chu Olivera - Coordinadora Eurocentro Perú
E-mail: ameliachu@sni.org.pe – anx.236
Dr. Alejandro Daly – Asesor de Comités – Director Tesorero
Sec. Fabiola Barrios
E-mail: fbarrios@sni.org.pe – tel: 442-2460
Los Laureles 365, San Isidro, Lima 27.
Tel: 511/ 616-4444;
Fax: 511/ 616-4402
E-mail: mmarin@sni.org.pe
Web: www.sni.org.pe.

• **PERUCAMARAS – CAMARA NACIONAL DE COMERCIO,
PRODUCCION Y SERVICIOS**

Guillermo Vega Alvear – Presidente
Alan kessel del Rio – Past Presidente
Sra. Mónica Watson – Gerente General
Av. Gregorio Escobedo 396, 3er Piso Jesus Maria
TEL: 219-1580
FAX: 219-1586
Asist. Srta. Sandra Crespo
E-mail: cadministracion@perucam.com
Web: www.perucam.com

• **ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES - ADEX**

José Luis Silva Martinot - Presidente
Fernando Ferreyros Cannock - Gerente General
Asist. Presidencia y Gerencia General Sra. Carmen Martinez (anx. 330)
Tel: 511/ 618-3330
E-mail: lhelguero@adexperu.org.pe;
ggeneral@adexperu.org.pe
Javier Prado Este 2875, San Borja, Lima 41.
Tel: 511/ 618-3333
Fax: 511/ 618-3355
Web: www.adexperu.org.pe

- **PROMPERÚ – COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO**

Sra. Pilar Pajares Sayán - Directora Ejecutiva (E)

Sec. Fátima Chipoco, Rina Llamosas

E-mail: dejecutiva@prompex.gob.pe; rllamosas@prompex.gob.pe

Mario Ocharán, Gerente Inteligencia Comercial

E-MAIL: mocharan@prompex.gob.pe

Sec. Rossana Merino

E-mail: rmerino@prompex.gob.pe

Av. Republica de Panama 3647, San Isidro, Lima 27.

Tel: 511 / 222-1222

Fax: 511 / 421-4650

Web: www.prompex.gob.pe

- **SOCIEDAD DE HOTELES DEL PERU – SHP**

José Koechlin - Presidente

Calle 7 de Junio 145 of. 802, Miraflores – lima 18

Teléfono: (511) 241-0499

Telefax: (511) 242-5214

E-mail: asistente@sociedadhotelesdelperu.org;

gerencia@sociedadhotelesdelperu.org

Web: www.sociedadhotelesdelperu.org

- **FERIAS MULTISECTORIALES S.A.C.**

Rodolfo Zegarra Loza – Gerente General

Sec. Nita Ochoa

E-mail: rzegarra@feriasmultisectoriales.com;

nochoa@feriasmultisectoriales.com

Calle Corregio 159 (alt. Cdra. 23 av. San Luis), San Borja – Lima 41

Telefax: 511 / 224-8865 – 224-8809

- **CONFIEP – CONFEDERACIÓN NACIONAL DE INSTITUCIONES EMPRESARIALES PRIVADAS**

Jaime Cáceres Sayán - Presidente

Carmen Buenazo – Secretaria (Ext.245)

Av. Víctor Andrés Belaunde 147, Edif. Real 3, Ofc. 401, San Isidro – Lima 27

Tel: 511/ 415- 2555

Fax: 511/ 415-2566

E-mail: cbuenano@confiep.org.pe

Web: www.confiep.org.pe

- **SOCIEDAD NACIONAL DE MINERIA, PETROLEO Y ENERGIA**

Isaac Cruz Ramirez - Presidente
Caterina Podestá - Gerente General
Francisco Graña 671, Magdalena, Lima 17.
Tel: 511/ 460-1600;
Fax: 511/ 460-1616
E-MAIL: cpodesta@snmpe.org.pe
Web: www.snmpe.org.pe

- **CÁMARA PERUANA DE FRANQUICIAS**

Sr. Luis Kiser – Presidente
Av. José Pardo 138 Piso 10 Ofc. 1001, Miraflores
Tel: 511/ 446-5983
E-mail: lkiser@cpfranquicias.com
Web: www.cpfranquicias.com

EMBAJADA DE LA REPÚBLICA DE ARGENTINA EN PERÚ

Av. Arequipa 121, Lima

Tel: 433-9966 // 433-3381 // 433-4545

E-mail: embajada@terra.com.pe

Oficina Asuntos Económicos, Comerciales y Turismo

Anexos: 178, 179, 284

E-mail: hagsecomperu@terra.com.pe

secomperu@terra.com.pe

eargentina@terra.com.pe