

**Guía Práctica
para los Estados Unidos**



Enlace de búsqueda

Página

3

Principales Características - Indicadores Económicos

4

Intercambio Comercial Perú-Estados Unidos (US\$)

4

Principales Productos No Tradicionales Exportados de Perú a Estados Unidos

5

Tratados de Libre Comercio y otros Acuerdos Comerciales

7

Infraestructura y Logística para el Comercio Exterior

7

Operadores Logísticos

7

Principales Estudios, Herramientas e Investigaciones
Desarrolladas por MINCETUR u otras Instituciones

10

Principales Instituciones Involucradas con Comercio Exterior en Estados Unidos

Principales Características



- Población: 313.2 millones
- Área Total: 9,826,675 Km²
- Principales socios comerciales: China (19.3%), Canadá (14.2%) y México (2009).
- Puesto 5 de 183 países en el Índice de Facilidad para Hacer Negocios (2011).
- Durante el periodo 2008-2010, Estados Unidos se ha mantenido como el principal destino para las exportaciones peruanas.
- Principales regiones exportadoras: Amazonas, Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Madre de Dios, Piura, San Martín y Tumbes.

Indicadores Económicos

Indicadores Económicos	2008	2009	2010
PIB (US\$, miles de millones):	14,369.07	14,119.05	14,657.80
Crecimiento Real del PIB (precios constantes):	0.0%	-2.6%	2.8%
PIB, per cápita (US\$):	47,155.32	45,934.47	47,283.63
Inflación:	3.8%	-0.3%	1.6%

Fuentes: Perspectivas de la Economía Mundial, Fondo Monetario Internacional; Índice para Hacer Negocios, Banco Mundial; Mapa de Comercio Internacional, Centro Internacional para el Comercio y Guía de Datos de la CIA.

Intercambio Comercial Perú-Estados Unidos (millones US\$)

	2008	2009	2010
Exportaciones	5835.70	4771.50	5720.10
Importaciones	5566.50	4305.90	5801.00
Balanza Comercial	269.20	465.60	-80.90
Intercambio Comercial	11402.20	9077.40	11521.20

Fuente: SUNAT

Principales Productos No Tradicionales Exportados de Perú a Estados Unidos (Valor en FOB US\$ millones)

Partida	Producto	2008	2009	2010
0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	143.36	156.70	183.17
6109010031	T-shirts de algodón para hombre/mujer, de un solo color	152.16	117.26	121.20
6109100039	Los demás t-shirts de algodón, para hombre/mujer	71.57	69.38	77.86
2005991000	Alcachofas	52.00	44.93	58.86
0806100000	Uvas frescas	18.00	35.71	53.74
6105100051	Camisas de punto de algodón, de un solo color, para hombre	27.09	23.41	51.69
0306131300	Colas c/caparazón s/coser en agua o vapor	40.45	38.00	42.38
2001909000	Demás hortalizas, frutas y demás partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas en vinagre	17.26	20.80	33.84

Fuente: SUNAT

Tratados de Libre Comercio y otros Acuerdos Comerciales

Tratado de Libre Comercio (TLC) Perú-Estados Unidos: Entró en vigencia en febrero de 2009. Es un acuerdo comercial que contiene disciplinas que regulan y eliminan aranceles y restricciones al comercio de mercancías y servicios entre los EEUU y el Perú, incluyendo disposiciones sobre otros temas de gran relevancia como las inversiones, compras gubernamentales y propiedad intelectual.

- **Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado:** el 90% de las exportaciones originarias del Perú entran libre de aranceles a los EEUU. Este TLC incluye los beneficios de la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA, por sus siglas en inglés), la cual otorga arancel preferencial de 0% a todos los productos peruanos beneficiados por la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA, por sus siglas en inglés) y, adicionalmente, extiende los beneficios, desde octubre del 2002, a otros productos (p.ej. algunas prendas de vestir, atún envasado).

 <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/OTROS/Atpdea/presentacion.asp?cont=11379>

 <http://www.tlcperu-eeuu.gob.pe/index.php?ncategoria1=209&ncategoria2=215>,
(seleccionar Capítulo 2 – Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado y Capítulo 2 – Lista Arancelaria de Estados Unidos) y/o www.sicex.gob.pe (seleccionar Aranceles Preferenciales/APC Perú-Estados Unidos).

- **Reglas de Origen/Solicitud de Origen:** durante los primeros tres años de vigencia del TLC, se requerirá Certificado de Origen, el cual puede ser emitido por el productor, exportador o importador sin necesidad de la intervención de una entidad certificadora. Todos los elementos que sustenten que una mercancía es originaria se deben de mantener por un mínimo de 5 años, a partir de la fecha de emisión del certificado. Adicionalmente no se requiere demostrar que una mercancía es originaria si el valor de la importación no es mayor a US\$ 1,500 dólares, siempre que no formen parte de un envío mayor.

 <http://www.tlcperu-eeuu.gob.pe/index.php?ncategoria1=209&ncategoria2=215>
(seleccionar Capítulo 4 – Reglas de Origen y Procedimientos de Origen) y/o
<http://www.tlcperu-eeuu.gob.pe/index.php?ncategoria1=209&ncategoria2=210>,
(seleccionar Contenido del Capítulo de Reglas de Origen).

 <http://www.tlcperu-eeuu.gob.pe/index.php> y para consultas específicas ponerse en contacto con
consultastlc@mincetur.gob.pe

Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC): Se estableció en 1989 y actualmente está compuesto por 21 economías, entre las cuales se encuentran Perú y Estados Unidos. El APEC es un foro de cooperación económica y comercial en el cual los compromisos se asumen de forma voluntaria, y cuenta con grupos de trabajo para tratar de armonizar la política comercial y facilitar el comercio regional.

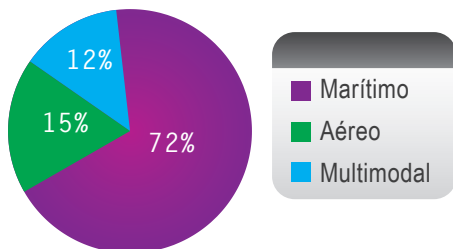
 <http://www.mincetur.gob.pe/apec1/index.asp?cont=688961>

- **Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPPA):** Es una iniciativa conformada por Brunei Darussalam, Chile, Nueva Zelanda, Singapur, Australia, Estados Unidos, Malasia, Perú y Vietnam, para la formación del Acuerdo de Asociación Transpacífico, el mismo que busca consolidarse como la base de un futuro Acuerdo de Libre Comercio del Asia-Pacífico (FTAAP).

 <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3820>

Infraestructura y Logística para el Comercio Exterior

Modo de Transporte Utilizado para la Exportación



Puntos de Ingreso Principales en los Estados Unidos

- Salt Lake City
- Puerto de Miami
- Aeropuerto de Nueva Orleans
- Puerto de Nueva York
- Puerto de Houston

Fuente: SUNAT

Operadores Logísticos

- Asociación de Agentes de Aduanas del Perú (<http://www.aaap.org.pe/>)
- Asociación Marítima del Perú (<http://www.asmarpe.org.pe>)
- Asociación Peruana de Operadores Portuarios (<http://www.asppor.org.pe>)
- Consejo Nacional de Usuarios de Distribución Física Internacional (<http://www.conudfi.org.pe/quienes.php>)

Principales Estudios, Herramientas e Investigaciones Desarrolladas por MINCETUR u otras Instituciones

- *POM Estados Unidos – Plan de Desarrollo del Mercado de Estados Unidos*
Identifica 38 líneas de productos con potencial para el mercado americano, entre los cuales aquellos con mayor potencial son:

Espárrago, Palta y Maíz Gigante

- Las importaciones de alimentos hacia Estados Unidos están sujetas al “US Bioterrorism Act 2002”. Asimismo, el FDA ha establecido los niveles máximos de residuos de pesticidas, los cuales deben de cumplirse para ingresar a este país.
- Perú domina las importaciones de espárragos frescos, por lo cual para ampliar sus exportaciones, tendrá que combinar fuerzas con la Asociación Americana de Productores Domésticos para estimular más demanda de espárragos.
- La Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) del Departamento de Agricultura de Estados Unidos aprobó el acceso de la palta Hass peruana el 2010. Sin embargo permanece el requerimiento de tratamiento cuarentenario como condición para el ingreso de la oferta nacional a los EEUU. Se debe aprovechar la contra-estación para comercializar las paltas peruanas.
- Hay oportunidades para maíz gigante fresco, congelado y enlatado ya que su consumo está ligado a días festivos (comida típica) y por lo tanto su demanda es constante.

Frutas Cítricas y Uvas Frescas

- Dado que las mandarinas y limones son productos que ya tienen demanda y para los cuales el Perú ya cuenta con una oferta competitiva en precio y calidad, el enfoque debe ser vender, no promover.
- Todos los cítricos provenientes del Perú deben de ser inspeccionados previamente y contar con un certificado fitosanitario que declare que están libre de *E. aurantiana*.
- Estados Unidos importa casi el doble de uvas frescas de las que exporta y la demanda de uvas orgánicas está en crecimiento por lo cual se debe explorar este mercado.

Páprika y Especies

- La calidad de este producto se determina según la presencia de impurezas. Al haber un creciente interés por productos orgánicos, la aceptación se incrementará entre menos pesticidas y otros aditivos inorgánicos se utilicen.
- El mercado de especias (en particular, orégano y romero) ha crecido significativamente debido al interés por ingredientes y sabores no tradicionales, incluyendo la gastronomía étnica, así como por la tendencia hacia la comida más saludable.

Suplementos Naturales y Cereales Nativos

- Se debe considerar la promoción y difusión de los beneficios reales de la maca y la uña de gato puesto que se han exagerado sus beneficios para maximizar las ventas. El Yacón también tiene posibilidades en este mercado.
- En el caso de los cereales nativos, los envíos tienen que estar empaquetados de acuerdo con las especificaciones de las compañías de envíos y del gobierno norteamericano. La quinua es reconocida por su alto nivel proteico y presenta una valiosa oportunidad en el mercado natural, orgánico, y vegetariano. La kiwicha se utiliza sola o combinada con otros ingredientes y es una valiosa fuente de energía.

Carmín de Cochinilla

- En Estados Unidos el carmín es el único colorante rojo aprobado por la FDA y ha experimentado un resurgimiento por la tendencia hacia productos naturales. El Perú exporta cochinilla seca para ser procesada pero también exporta el carmín (procesado).

Confecciones de Algodón, Alpaca y Vicuña

- Los productores peruanos de confecciones de algodón deben de generar más valor agregado y no competir en precio. Hay tres opciones estratégicas para cimentarse en el mercado americano: (1) ofrecer un producto que combine procesos que añadan valor a una línea existente; (2) desarrollar sus propias marcas para mercados nicho; (3) enfocarse en los minoristas de valor medio que quieran su propia línea.
- El Perú debe esforzarse por retomar el liderazgo en el diseño de ropa de fibra de camélidos.

 http://www.mincetur.gob.pe/comercio/OTROS/penx/popup_1_1.htm (seleccionar POM Estados Unidos o Presentaciones POMs/Presentación POM Estados Unidos)

• Estados Unidos – Guía de Mercado

 www.siicex.gob.pe (seleccionar País: Estados Unidos en Búsqueda por Mercado/Estados Unidos, documento PDF)

• Mercado de Estados Unidos

 www.siicex.gob.pe (seleccionar País: Estados Unidos en Búsqueda por Mercado/Estudio Mercado)

Principales Instituciones Involucradas con Comercio Exterior en Estados Unidos

- Embajada del Perú en Estados Unidos (<http://www.peruvianembassy.us/en.html>)
- Departamento de Comercio de los Estados Unidos (<http://www.ustr.gov/>)
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos
(<http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>)
- Administración para la Alimentación y los Fármacos (www.fda.gov)
- Departamento de Salud de los Estados Unidos (www.hhs.gov)
- Comisión para la Protección del Consumidor (www.cpsc.gov)
- Portal Oficial del Gobierno de los Estados Unidos (www.usa.gov)
- Servicio de Aduanas y Protección de Fronteras de los Estados Unidos (www.cbp.gov)
- Centro Internacional de Comercio Exterior de los Estados Unidos - Centro de Información Arancelario (www.usitc.gov/tata/index.htm)