



GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL ESTADOS UNIDOS 2019



Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas.....	4
3.2	Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
3.3	Nivel de Competitividad	6
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	7
4.1	Intercambio Comercial de bienes Estados Unidos – Mundo.....	7
4.1	Intercambio Comercial Perú – Estados Unidos.....	7
V.	Acceso al Mercado	9
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias.....	9
5.2	Otros impuestos aplicados al comercio.....	11
VI.	Oportunidades Comerciales	12
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	12
6.2.	Productos con Potencial Exportador	13
VII.	Tendencias del Consumidor.....	17
VIII.	Cultura de Negocios	17
IX.	Links de interés	18
X.	Eventos Comerciales	18
XI.	Bibliografía.....	19

I. Resumen Ejecutivo

Estados Unidos, es una república federal constitucional conformada por cincuenta estados y un distrito federal. Se encuentra ubicado en Norteamérica, entre los océanos Pacífico y Atlántico, y limita al norte con Canadá y al sur con México.

La economía estadounidense se mantuvo como la más importante en términos nominales a nivel mundial, al representar un cuarto del PBI global. En 2018, el producto bruto interno (PBI) de Estados Unidos experimentó un crecimiento del 2,9% en 2018, lo que equivale a un incremento de siete décimas con respecto al incremento del conjunto de 2017.

Estados Unidos es un país altamente industrializado con altos niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. Los sectores clave incluyen la agricultura (maíz, soya, res y algodón); manufactura de maquinaria, productos químicos, comida y automóviles y, mercado terciario en auge enfocado a las finanzas, seguros, bienes raíces, arriendos y arrendamientos.

Las exportaciones peruanas a Estados Unidos superaron los US\$ 8 mil millones en 2018, de las cuales 54% pertenecieron al sector tradicional y 46% al rubro no tradicional. En los últimos tres años, los envíos al país norteamericano han mostrado una tendencia al alza como consecuencia de una mayor demanda, particularmente, de minerales y productos agropecuarios con valor agregado. Por otro lado, las importaciones peruanas desde Estados Unidos han llegado a niveles registrados en el 2014, luego de haber consignado bajas entre los años 2015 y 2017.

Los aranceles impuestos por Estados Unidos a la China han afectado el comercio entre ambos países. La tasa del arancel es de 25% ad valorem para los productos que aparecen dentro de la sección 301, a esto se suma un impuesto que deben pagar las importaciones chinas de 15% aplicado desde septiembre de 2019. Los sectores más afectados son: Agropecuario, pesquero y manufacturas. Pero en medio de esta guerra comercial, ambos países han llegado a un acuerdo en el que China ha aceptado adquirir productos agrícolas estadounidenses por valor de US\$50 000 millones al año, lo que implica aumentar en US\$16.000 millones estas compras durante los próximos dos años. En tanto, el impuesto que se tiene que pagar desde septiembre de 2019 será reducido a la mitad.

II. Información General



Los Estados Unidos de América (EE.UU.) es una república federal constitucional conformada por cincuenta estados y un distrito federal. Se encuentra ubicado en Norteamérica, entre los océanos Pacífico y Atlántico, y limita al norte con Canadá y al sur con México.

EE.UU. es el cuarto país con mayor extensión territorial y el tercero más poblado con cerca de 327 millones de habitantes. Asimismo, es una de las naciones étnicamente más diversas y multiculturales debido a la inmigración a gran escala.

Luego de la Segunda Guerra Mundial, los Estados Unidos se posicionaron como la mayor economía del planeta en términos nominales, la cual representa una cuarta parte del PBI global. Asimismo, es la principal fuerza capitalista del globo, además de ser líder en investigación científica e innovación tecnológica.

Por otro lado, en la actualidad, la mayoría de los estadounidenses viven en ciudades, por lo cual EE.UU. se ubica en la tercera casilla a nivel mundial en lo relativo a población urbana, en valor absoluto. La capital y centro político del país es Washington DC; sin embargo, las mayores áreas urbanas y financieras se encuentran en Nueva York – Newark (19 millones de habitantes), Los Ángeles – Long Beach – Santa Ana (12 millones), Chicago (9 millones), Houston (6 millones) y Miami (6 millones).

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°1

Indicadores Económicos	2015	2016	2017	2018	2019*
Crecimiento del PBI (%)	2,9	1,5	2,3	2,9	2,6
PBI per cápita* (US\$)	56 411	57 559	59 501	62 152	64 674
Tasa de inflación (%)	0,1	1,3	2,1	2,5	2,4
Tasa de desempleo (%)	5,3	4,9	4,4	3,9	3,5

Fuente: FMI / (*) Proyectado Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

a. Producto Bruto Interno total

La economía estadounidense se mantuvo como la más importante en términos nominales a nivel mundial, al representar un cuarto del PBI global. En 2018, el producto bruto interno (PBI) de Estados Unidos experimentó un crecimiento del 2,9% en 2018, lo que equivale a un incremento de siete décimas con respecto al incremento del conjunto de 2017.

La economía estadounidense no crecía a este ritmo desde 2015, cuando también registró un crecimiento del 2,9% la Oficina de Análisis Económico del Gobierno de Estados Unidos ha atribuido el incremento del año pasado a las contribuciones positivas del gasto de los consumidores, la inversión fija no residencial y las exportaciones.

b. Nivel de empleo

El nivel de desempleo fue de 3,9% en 2018 y un total de 2,64 millones de puestos de trabajo creados el pasado año, una cifra que no se veía desde 2015. Los salarios se han incrementado en un 3,2% y se espera que sigan subiendo debido al impulso que mantiene el mercado laboral, y por tercera vez por encima del alza interanual del 3% desde 2009.

c. Inflación

El índice de precios del consumo (IPC) en Estados Unidos bajó en diciembre un 0,1 %, con lo que la inflación anual se ubicó en el 1,9 %.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial de Estados Unidos es el dólar estadounidense. A continuación se muestra el tipo de cambio de los dólares americanos (USD) en relación a los soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	3,36426 PEN
Dólar Estadounidense		Sol Peruano
1 USD = 3,36426 PEN	↔	1 PEN = 0,297242 USD

Fuente: XE.com Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

Estados Unidos es un país altamente industrializado con altos niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. Los sectores clave incluyen la agricultura (maíz, soya, res y algodón); manufactura de maquinaria, productos químicos, comida y automóviles y, mercado terciario en auge enfocado a las finanzas, seguros, bienes raíces, arriendos y arrendamientos. El sector agrícola estadounidense es, sin duda, uno de los más grandes junto con California que, por sí solos producen más de un tercio de los vegetales del país y dos tercios de sus frutas y frutos secos. Sin embargo, la agricultura solo considera el 1.0% del PIB y da empleo al 1.63% de la fuerza laboral (Banco Mundial).

Incluyendo un amplio rango de actividades, el sector industrial contribuye sobre el 19% del PIB y emplea al 18.82% de la fuerza laboral. Además de las industrias mencionadas más arriba, el país también es líder mundial en las industrias aeroespacial y farmacéutica. Gracias a sus abundantes recursos naturales, Estados Unidos se ha convertido en un líder en la producción de una cantidad de minerales, y ha sido capaz de mantener una producción diversificada. Dicho país es el mayor productor de gas líquido natural, aluminio, electricidad y energía nuclear. Es también el tercer productor a nivel mundial de petróleo y, por una gran cantidad de años, también ha estado desarrollando extracción de gas pizarra a gran escala. La producción de petróleo de USA también ha alcanzado niveles record en los últimos años.

La economía estadounidense se basa esencialmente en servicios. El sector terciario contribuye con más de tres cuartos

del PIB y emplea a más del 79.40% de la fuerza laboral del país. Una gran parte del PIB se compone del sector de finanzas, seguros, bienes raíces, renta y arrendamiento (18.2%) y del sector de servicios educacionales, salud y asistencia social (8.2%). El sector gubernamental (a nivel federal, estatal y local) contribuye con alrededor de un 11% del PIB. El 5.7% restante de la fuerza laboral se clasifica como “independiente no-agrícola”

3.3 Nivel de Competitividad

A continuación, se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Estados Unidos y para otros países similares.

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2018

Criterios	EE.UU.	Perú	Reino Unido	Chile	Canadá	Colombia	Japón
Facilidad de hacer negocios	8	68	9	56	22	65	39
Apertura de un negocio	53	125	19	72	3	100	93
Manejo permiso de construcción	26	54	17	33	63	89	44
Acceso a electricidad	54	67	7	36	121	80	22
Registro de propiedades	38	45	42	61	34	59	48
Obtención de crédito	3	32	32	85	12	3	85
Protección de los inversores	50	51	15	64	11	15	64
Pago de impuestos	37	120	23	76	19	146	97
Comercio transfronterizo	36	110	30	71	50	133	56
Cumplimiento de contratos	16	70	32	49	96	177	52
Insolvencia	3	88	14	51	13	40	1

Fuente: Doing Business 2019

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 68° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Estados Unidos se ubica en la posición 8°. Cabe recalcar que Perú cayó diez posiciones con respecto al ranking DB2018, mientras que Estados Unidos decayó dos.

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes Estados Unidos – Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes Estados Unidos – Mundo
Millones de US\$

Información Comercial de Estados Unidos							
Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018	Var. % Prom. 18/14	Var% 18/17
Exportaciones	1 619 743	1 501 846	1 451 460	1 546 462	1 665 992	0,7%	7,7%
Importaciones	2 410 856	2 313 425	2 249 113	2 406 363	2 612 379	2%	8,6%
Balanza comercial	-791 113	-811 579	-797 653	-859 900	-946 387	-	-
Intercambio comercial	4 030 598	3 815 270	3 700 573	3 952 825	4 278 371	1,5%	8,2%

Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

En general, Estados Unidos ha reducido sus barreras comerciales y se ha coordinado con otros en el sistema económico global. Estados Unidos es el mayor importador del mundo y el segundo mayor exportador de bienes, así como también el mayor importador y exportador de servicios comerciales. Sin embargo, el comercio representa solo el 26,6% del PIB del país.

Los principales socios comerciales de los Estados Unidos incluyen Canadá, México, China, Japón y el Reino Unido. Históricamente, los Estados Unidos han considerado que el comercio promueve el crecimiento económico, la estabilidad social, la democracia y mejores relaciones internacionales. Sin embargo, el presidente Donald Trump cuestionó estos principios y declaró a principios de 2018 que los Estados Unidos impondrían aranceles elevados a las importaciones de acero y aluminio; intensificando así las tensiones con China y otros socios comerciales; y conduciendo a un aumento de los precios de las importaciones para los consumidores y las empresas estadounidenses.

4.1 Intercambio Comercial Perú – Estados Unidos

Cuadro N°4: Intercambio Comercial Perú – Estados Unidos
Millones de US\$

Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018	Var. % 18/17	Var. % Prom. 17/13
Exportaciones	6 172	5 026	6 265	7 001	8 024	6,8	14,6
Importaciones	8 394	7 400	6 673	7 612	8 673	0,8	13,9
Balanza Comercial	-2 222	-2 374	-408	-612	-649	N/A	N/A
Intercambio Comercial	14 565	12 425	12 938	14 613	16 697	3,5	14,3

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Las exportaciones peruanas a Estados Unidos superaron los US\$ 8 mil millones en 2018, de las cuales 54% pertenecieron al sector tradicional y 46% al rubro no tradicional. En los últimos tres años, los envíos al país norteamericano han mostrado una tendencia al alza como consecuencia de una mayor demanda, particularmente, de minerales y productos agropecuarios con valor agregado. Por otro lado, las importaciones peruanas desde Estados Unidos han llegado a niveles registrados en el 2014, luego de haber consignado bajas entre los años 2015 y 2017.

Cuadro N°5

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2017	2018	Var.% 18/17
TRADICIONAL	3,621	4,357	20.3%
<i>Minero</i>	2,541	2,604	2%
Oro	1,865	1,832	-2%
Metales Menores	197	320	63%
Zinc	88	69	-22%
Cobre	132	129	-2%
Resto	260	253	-2%
<i>Petróleo Y Gas Natural</i>	825	1,542	87%
Petróleo, Derivados	800	1,526	91%
Petróleo Crudo	26	15	-40%
<i>Agrícolas</i>	220	186	-16%
Café	183	182	0%
Chancaca	36	3	-93%
Resto	1	1	0%
<i>Pesquero</i>	34	25	-27%
Aceite de Pescado	33	24	-25%
Harina de Pescado	1	0	-71%
NO TRADICIONAL	3,379	3,667	8.5%
Agropecuario	1,680	1,873	11.5%
Artesanías	0	0	-6.0%
Maderas y papeles	14	15	11.3%
Metal-mecánico	121	154	27.7%
Minería no metálica	209	218	3.9%
Pesquero	233	242	4.0%
Pieles y cueros	2	2	26.2%
Químico	112	123	9.4%
Sidero-metalúrgico	263	217	-17.4%
Textil	629	680	8.0%
Varios (inc. joyería)	116	143	22.8%
TOTAL GENERAL	7,000	8,024	14.6%

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

Las exportaciones tradicionales (US\$ 4 357 millones) mostraron un importante incremento de 20,3% como consecuencia directa de la mayor demanda de petróleo y derivados (+ US\$ 726 millones) y metales menores (+ US\$ 123 millones),

En tanto, los envíos no tradicionales (US\$ 3 667 millones) experimentaron una expansión de 8,5% como consecuencia de la mayor demanda de alimentos, particularmente de los sectores agropecuario (+ US\$ 193 millones) y pesquero (+ US\$ 9 millones).

Cuadro N° 6

Estados Unidos : Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	Var. % Prom. 18/14	Var.% 18/17	% Part. 2018
806100000	Uvas frescas	126	216	248	273	302	24	11	8
810400000	Arándanos rojos	13	54	129	166	280	116	69	8
709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	235	272	269	261	231	0	-12	6
804400000	Paltas frescas o secas	121	83	75	175	176	10	0	5
2510100000	Fosfatos de calcio naturales	100	129	108	104	145	10	39	4
6109100031	T-shirt de algodón para hombres o mujeres	104	92	101	111	111	2	1	3
7113190000	Artículos de joyería de los demás metales preciosos	41	45	68	84	107	27	27	3
6109100039	Los demás t-shirts de algodón para hombres o mujeres	98	70	73	68	83	-4	21	2
2005991000	Alcachofas	62	60	60	61	66	2	9	2
7901120000	Cinc sin alear	39	31	62	83	62	12	-25	2
	Resto	1,940	1,968	1,910	1,993	2,104	2	6	57
	TOTAL	2,880	3,020	3,103	3,379	3,667	6	9	100

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Debido a la preponderancia del sector agropecuario, cuatro de los cinco principales productos peruanos exportados a Estados Unidos pertenecen a este rubro. Productos posicionados como las uvas y espárragos frescos, tienen una participación conjunta del 16% sobre el total exportado no tradicional.

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

El arancel general es de 3,5% para bienes procedentes de países que no cuenten con acuerdos comerciales con Estados Unidos. En caso de mercancías originarias de algún país con el cual Estados Unidos ha suscrito un TLC, el arancel puede ser cero o estar sujeto a un beneficio porcentual. Desde febrero de 2009 se encuentra vigente el Acuerdo de Promoción Comercial entre Perú y EE.UU. Para mayor información sobre el TLC visitar [Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos](#).

Los aranceles impuestos por Estados Unidos a la China han afectado el comercio entre ambos países. La tasa del arancel es de 25% ad valorem para los productos que aparecen dentro de la sección 301, a esto se suma un impuesto que deben pagar las importaciones chinas de 15% aplicado desde septiembre de 2019. Los sectores más afectados son: Agropecuario, pesquero y manufacturas. Pero en medio de esta guerra comercial, ambos países han llegado a un acuerdo en el que China ha aceptado adquirir productos agrícolas estadounidenses por valor de US\$50 000 millones al año, lo que implica aumentar en US\$16.000 millones estas compras durante los próximos dos años. En tanto, el impuesto que se tiene que pagar desde septiembre de 2019 será reducido a la mitad.

Cuadro N° 7

Estados Unidos : Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	080610	Uvas frescas	3°	Chile - 52% México - 24%	0%	0%
2	081040	Arándanos rojos	2°	Chile - 32% México - 24%	0%	0%
3	070920	Espárragos, frescos o refrigerados	2°	México - 54% Chile - 1%	0,05%	0%
4	080440	Paltas frescas o secas	2°	México - 87% Chile - 3% Rep. Dominicana - 2%	11,2 cents/Kg	0%
5	251010	Fosfatos de calcio naturales	1°	Marruecos - 2%	0%	0%
6	610910	T-shirts, de punto, de algodón	12°	Honduras - 12% Nicaragua - 10% China - 9%	16,5%	0%
7	711319	Artículos de joyería de los demás metales preciosos	13°	India - 21% China - 13% Francia - 12%	7%	0%
8	610910	Los demás T-shirts de algodón para hombres o mujeres	12°	Honduras - 12% Nicaragua - 10% China - 9%	16,5%	0%
9	200599	Alcachofas	2°	China - 27% Canadá - 6% México - 6%	6,4%	0%
10	790112	Cinc sin alear	3°	Canadá - 73% México - 18% India - 1%	3%	0%

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

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Medidas No Arancelarias

Normas y requisitos técnicos

En Estados Unidos, la reglamentación de homologación y certificación no es centralizada, sino – por el contrario – se encuentra repartida entre la Administración Federal, Estatal, Local y un importante número de organizaciones del sector privado.

Para el seguimiento de la normatividad se debe consultar en las siguientes páginas web:

- A. [Leyes Federales \(US Code\)](#)
- B. [Reglamentos Federales \(Code of Federal Regulations\)](#)

Las normas federales son de cumplimiento obligatorio en todo el país, mientras que las estatales y locales lo son en cada uno de sus respectivos territorios.

Normalización y homologación privada

En la Unión Americana existe un gran número de instituciones y asociaciones privadas que desarrollan normas de calidad voluntarias para un sector en específico, denominados industrial standards, independientemente de que ya exista normatividad en el ámbito federal o estatal. Pese a que estas normas son de perfil privado y voluntarias, en varios casos terminan siendo de cumplimiento obligatorio en la medida que los diferentes actores del mercado así lo soliciten como requisito previo a su comercialización como garantía de calidad.

El [American National Standards Institute \(ANSI\)](http://www.ansi.org) es la organización privada administradora y coordinadora del sistema voluntario de normalización de los Estados Unidos. En su web page (www.ansi.org) se puede encontrar un catálogo de sus normas, la lista de asociaciones colaboradoras que realizan dichas normas, así como estándares internacionales.

Por otro lado, la institución federal [National Center for Standards & Certification Information](http://www.nist.gov) posibilita la localización de normas, reglamentos técnicos y procedimientos de control de la calidad para productos no agropecuarios.

Por último, las instituciones competentes (federales, estatales o locales) pueden solicitar algunas veces el cumplimiento de normas emitidas y recomendadas por organismos sectoriales.

Entidades de verificación y certificación

Varias de las normas federales, estatales y locales exigen la verificación y certificación adecuada de los productos. En casos particulares el fabricante puede autocertificarse, mientras que en otros se solicita la certificación de un laboratorio acreditado.

En lo que respecta a productos industriales, la [Underwrites Laboratories - UL](http://www.ul.com) es el organismo de validación y certificación de calidad y seguridad de mayor relevancia en Estados Unidos. Empero, en tiempos recientes están surgiendo otros laboratorios independientes, entre los que resalta el consorcio de laboratorios privados [Intertek Testing Services - ITS](http://www.intertek.com); el cual tiene una sucursal en Perú.

En el caso de productos de consumo (excl. material eléctrico y de gas) es la [Consumer Product Safety Commission – CPSC](http://www.cpsc.gov) quien se encarga de publicar las normas de obligado cumplimiento y de proporcionar información necesaria sobre laboratorios acreditados que pueden verificar y certificar dichos productos.

Normas de calidad para productos alimentarios

Existen numerosas normas y disposiciones de carácter técnico y jurídico para productos agropecuarios, farmacéuticos y sanitarios. Para mayor detalle revisar [Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos](#)

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio

Los Estados Unidos aplican el IVA sobre las ventas de tipo variable. Para mayor información visitar el website [Tax Foundation](http://www.taxfoundation.org). Es importante mencionar que las tasas impositivas sobre las ventas y el uso cambian de un estado a otro y usualmente oscilan entre 2,9% y 7,25% a nivel estatal. El grueso de los estados también admite una “opción local” a las jurisdicciones locales, ciudades y condados para imponer un porcentaje adicional sobre el impuesto estatal y mantener

los ingresos relacionados. Los cinco estados con las tasas de impuestos estatales y locales combinadas más elevadas son Luisiana (9,98%), Tennessee (9,46%), Arkansas (9,3%), Alabama (9,01%) y Washington (8,92%).

Por otro lado, la tasa reducida varía dependiendo del estado y la ciudad. Asimismo, los comestibles, servicios energéticos y medicamentos recetados se encuentran exentos del pago de IVA.

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Perú cuenta en la actualidad con un Acuerdo de Promoción Comercial con Estados Unidos, el cual fue suscrito el 12 de abril de 2006, y se encuentra vigente desde el 01 de febrero de 2009. Dicho Acuerdo constituye una ampliación del ATPDEA vigente hasta 2010. Para mayor información acerca del APC Perú – Estados Unidos (<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe>).

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

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Estados Unidos. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Estados Unidos (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
080440	Paltas frescas o secas	Estrella	2 448	0%	México - 87% Chile - 3% R. Dominicana - 2%
081040	Arándanos rojos	Estrella	1 247	0%	Chile - 32% México - 24% Canadá - 14%
081020	Frambuesas, zarzamoras y moras frescas	Estrella	1 138	0%	México - 99% Guatemala - 1%

'090121	Café tostado sin descafeinar	Estrella	876	0%	Canadá - 43% Suiza - 25% Italia - 12%
'080290	Frutos secos, frescos o secos	Estrella	829	0%	México - 87% China - 9% Sudáfrica - 1%
'080550	Limonos frescos	Estrella	651	0%	México - 80% Chile - 14% Argentina - 2%
'081010	Fresas "frutillas" frescas	Estrella	609	0%	México - 99% Canadá - 1%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Los plátanos, las paltas y las uvas, son las tres frutas importadas más populares de Estados Unidos. En conjunto, representan el 44,6% del valor de todas las frutas frescas o secas importadas a los Estados Unidos durante 2018. La demanda total de los Estados Unidos ascendió a un total de US\$ 15,2 mil millones en frutas no congeladas importadas durante 2018. Ese monto en dólares equivale a un aumento del 32,4% del valor de las frutas importadas de Estados Unidos durante 2014 y un aumento interanual del 3,7% de 2017 a 2018.

En contraste, las exportaciones estadounidenses de frutas se valoraron en US\$ 6,6 mil millones, menos de la mitad de sus importaciones desde 115 países o territorios de todo el mundo. Por lo tanto, Estados Unidos incurrió en un déficit comercial formidable: \$ 8.6 mil millones en el comercio internacional de frutas para 2018.

América Latina, incluido México más el Caribe, suministró más de cuatro quintos (81,3%) de las frutas importadas que los estadounidenses consumen. Asia ocupó un segundo lugar distante con el 11,3% de las frutas importadas de los Estados Unidos. Los porcentajes más pequeños se obtuvieron de África (2,8%), Europa (1,3%) y Oceanía (1,1%) liderados por Nueva Zelanda y Australia. Más cerca de casa, el socio comercial norteamericano Canadá (2,1%) también ayudó a satisfacer el hambre de los estadounidenses por frutas importadas frescas o secas. El Perú ocupó el quinto lugar como proveedor de frutas y hortalizas frescas de Estados Unidos. Las principales frutas importadas de EE. UU. Desde México son los aguacates y las fresas. Las uvas y los arándanos son las frutas más valiosas enviadas a América desde Chile y Perú. Los plátanos encabezan la lista de frutas importadas de Guatemala, Ecuador y Honduras.

En cuanto a tendencias, se espera una mayor expansión del consumo orgánico; sin embargo, esto se deberá en parte a los posibles programas federales enfocados en el fomento de este tipo de agricultura. En este contexto, se espera que los precios al consumidor de esta clase de productos disminuyan, lo cual puede afectar indirectamente a los principales proveedores extranjeros.

Cuadro N° 9

Sector Pesca & Acuicultura					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'030617	Langostinos congelados	Consolidado	4 844	0%	India - 42% Indonesia - 19% Ecuador - 11%
'160521	Langostinos preparados o conservados	Consolidado	1 427	0%	Vietnam - 25% Tailandia - 22% Indonesia - 18%
'030489	Preparaciones y conservas de atún	Consolidado	1 102	0%	Japón - 17% Ecuador - 10% Canadá - 9%
'030743	Filetes congelados de atún	Prometedor	399	0%	China - 63% India - 14% Taiwán - 8%
'030383	Pescado fresco o refrigerado	Prometedor	325	0%	Corea Sur - 25% Argentina - 18% Francia - 10%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Las importaciones estadounidenses de productos pesqueros comestibles en 2018 se valoraron en US\$ 22,4 mil millones, un 4,3% más que en 2017. La cantidad de importaciones comestibles fue de 2,8 millones de toneladas métricas, un aumento de 75.866 toneladas (un 2,8%) de la cantidad importada en 2017.

Estados Unidos importa principalmente productos pesqueros de China, Tailandia, Canadá, Indonesia, Vietnam y Ecuador. Las principales importaciones de Estados Unidos por volumen incluyen camarones, pescado de agua dulce, atún, salmón, pescado de fondo, cangrejo y calamar.

Pese a que históricamente el consumo de proteína estadounidense ha estado sustentado por las carnes rojas; en la última década, la demanda de productos pesqueros se ha elevado como consecuencia de la implantación de la macro tendencia relacionada con la salud & bienestar y las múltiples campañas de concientización desplegadas por los gobiernos estatales y federales. Asimismo, las preferencias por certificaciones sostenibles como ASC / MSC como motivadores de compra son cada vez más importantes en el imaginario norteamericano, lo cual se ha traducido en compromisos de las principales cadenas de supermercados del país como Walmart y Whole Foods.

Cuadro N° 10

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'610990	T-shirts y camisetas de punto de materia textil.	Estrella	1 897	0%	China - 15% México - 11% Honduras - 11%
'610463	Pantalones con peto	Estrella	1 676	0%	Vietnam - 30% China - 21% Indonesia - 7%
'611020	Suéteres "jerseys", "pullovers" de punto de algodón.	Consolidado	7 642	0%	China - 31% Vietnam - 17% Indonesia - 7%
'611030	Suéteres "jerseys", "pullovers" de punto de fibras sintéticas.	Consolidado	6 540	0%	China - 31% Vietnam - 17% Indonesia - 7%
'610910	T-shirts y camisetas de punto de algodón	Consolidado	4 246	0%	Honduras - 12% Nicaragua - 10% China - 9%
'620520	Camisas de algodón, para hombres o niños	Consolidado	2 301	0%	Bangladesh - 21% China - 20% Vietnam - 12%
'611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir de punto de algodón para bebés	Consolidado	1 656	0%	China - 43% Camboya - 14% India - 11%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Las compras de Estados Unidos en el rubro textil-confecciones tuvieron un valor de US\$ 92 mil millones en 2018. Entre los 10 principales proveedores de prendas de vestir a los EE. UU., Vietnam, Bangladesh y Camboya estuvieron los grandes ganadores, con India y Pakistán también a los que les fue bien, ya que los importadores extendieron su abastecimiento a la luz de las continuas tensiones comerciales entre los EE. UU. Y China.

Estados Unidos también importa más ropa del hemisferio occidental, África y América. Entre los países de América

Central y del Sur y el Caribe, los envíos de Guatemala, Perú, Haití y República Dominicana aumentaron significativamente.

En lo que respecta a tendencias, los consumidores norteamericanos se encuentran enfocados en prendas de vestir informales y deportivas que prioricen la comodidad sin dejar de lados diseños vanguardistas.

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'271019	Aceites medios y preparaciones de petróleo o de mineral bituminoso que no contienen biodiesel	Consolidado	36 766	0%	Rusia - 19% Canadá - 18% Corea del Sur - 8%
'847330	Partes y accesorios para máquinas automáticas para tratamiento de información	Prometedor	27 356	0%	China - 61% Corea del Sur - 18% Taiwán - 8%
'940161	Asientos con armazón de madera con relleno	Prometedor	6 958	0%	China - 69% Vietnam - 14% México - 6%
'940360	Muebles de madera	Prometedor	6 915	0%	China - 46% Vietnam - 20% México - 6%
'940320	Muebles de metal	Prometedor	6 263	0%	China - 72% Canadá - 6% México - 5%
'901839	Agujas, catéteres y cánulas para uso médico	Prometedor	5 353	0%	México - 35% Irlanda - 17% C. Rica - 12%
'940510	Lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado para colgar o fijar al techo o a la pared	Prometedor	4 831	0%	China - 54% México - 31% Canadá - 8%
'940540	Aparatos eléctricos de alumbrado	Prometedor	4 793	0%	China - 72% México - 13% Canadá - 4%
'330499	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	Prometedor	3 218	0%	Francia - 22% Canadá - 15% Corea del Sur - 12%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

VII. Tendencias del Consumidor

- **MÁS EXPERIENCIAS:** Hay un cambio fundamental en los valores del consumidor hacia las experiencias; interactuar directamente con un producto/servicio y, a cambio, recibir una interacción mejorada y única con la marca.
- **VIDA SALUDABLE:** Las percepciones de una vida saludable están cambiando más allá de la salud física para representar una visión mucho más integral, donde la alimentación, el ejercicio, el bienestar mental y los problemas de estilo de vida más amplios se consideran como una entidad completa.
- **FRONTERAS CAMBIANTES DEL MERCADO:** A medida que algunas áreas del mundo se sobreexplotan, se sobrepoblan o alcanzan su máximo potencial, otras ganan prominencia por su potencial no explotado. Los países emergentes y en desarrollo representarán dos tercios del PIB mundial para 2030. Como resultado, las empresas están expandiendo sus horizontes y buscando oportunidades en África, las ciudades de segundo nivel de China e incluso el Ártico y el espacio.
- **COMPRAS REINVENTADAS:** Los valores cambiantes y el acceso a Internet han creado una gran competencia para los clientes y los consumidores de hoy compran en múltiples plataformas y los comerciantes deben estar preparados para interactuar con ellos en cualquier momento y en cualquier lugar. En esencia, la megatendencia "Shopping Reinvented" se trata de la noción en evolución de la participación del consumidor junto con este aumento en la tecnología.
- **VIDA ÉTICA:** Para los consumidores y las empresas, se presta cada vez más atención a la ética y los valores morales. Esto se traduce en decisiones de compra enmarcadas por preocupaciones sobre el medio ambiente, la sostenibilidad, el bienestar animal, la producción y las prácticas laborales, así como los deseos de impactar positivamente a las comunidades y las personas.
- **RETIRO DE CLASE MEDIA:** Mientras que las clases medias están en auge en Asia, las clases medias en los mercados desarrollados están luchando por mantener la posición económica que disfrutaron durante el último medio siglo. Los hogares de clase media en los países desarrollados no han visto ninguna mejora significativa en sus niveles de vida desde la crisis financiera de 2008-2009, como resultado del crecimiento de ingresos débil o estancado y la continua incertidumbre económica.
- **PREMIUMIZACIÓN:** A raíz de la crisis financiera mundial, con lujosas exhibiciones de riqueza fuera de moda, los consumidores gastan más en productos que pueden mejorarlos: más saludables, más únicos, más eficientes y más económicos. Esto está impulsando la demanda de productos o servicios que les permite demostrar y lograr esta mejor versión de sí mismos.
- **CONSUMIDORES CONECTADOS:** Los consumidores están cada vez más conectados. Si bien la conectividad se extendió por primera vez a través de los mercados desarrollados, el crecimiento de la tecnología móvil asequible también ha permitido a los consumidores en el mundo en desarrollo conectarse. Esta megatendencia apunta a los cambios generacionales en la forma en que las personas viven, trabajan, compran y juegan.

VIII. Cultura de Negocios

La puntualidad es importante al momento de negociar en los Estados Unidos. Si existe probabilidad de llegar atrasado, se debe avisar con anticipación. Es imperativo que se tenga en cuenta que la primera reunión es fundamental para dar imagen de seriedad, confianza y credibilidad de la empresa.

El empresario estadounidense supone que el visitante habla inglés; si no es así, es conveniente llevar un intérprete. Se debe evitar hablar de temas políticos, religiosos, de sexo, de razas y de la apariencia de las personas. También se debe tener especial cuidado en evitar críticas hacia las personas o costumbres del país. Algunos temas apropiados para una

conversación son por ejemplo los deportes, viajes, comidas, literatura o cine.

Si bien no se espera que el empresario entregue algún regalo, sí puede hacerlo. Algo bien recibido es algo propio de su país. El momento de entregarlo es después que se haya cerrado el negocio. Por norma general, las reuniones duran el tiempo acordado previamente salvo que estén interesados en llegar a acuerdos y no se desea que queden temas pendientes. La formalidad y el buen gusto son muy valorados en el mundo de los negocios norteamericano, por lo que el uso de terno y corbata es lo más aconsejable para los hombres. Para las mujeres también resultaría vestir con un traje de carácter conservador.

Para el empresario estadounidense si el negocio no les parece interesante, lo dirán abiertamente y terminarán con la reunión lo antes posible. Y se debe considerar que esto último no obedece a una descortesía sino sencillamente a que ellos valoran el tiempo, tanto el de ellos como el de la contraparte.

IX. Links de interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
U.S. Department of Commerce	https://www.commerce.gov/
U.S. Department of Agriculture	https://www.usda.gov/
U.S. Food & Drug Administration - FDA	https://www.fda.gov/
U.S. Consumer Products Safety Commission	https://www.cpsc.gov/
American National Standards Institute	https://www.ansi.org/
Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos	https://espanol.epa.gov/
Aduanas de Estados Unidos	https://www.cbp.gov/
Oficina de Análisis Económico - BEA	http://www.bea.gov/
U.S. Fashion Industry Association	https://www.usfashionindustry.com/

X. Eventos Comerciales

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Magic International Fashion Exhibition	Confecciones	Las Vegas	Del 05 al 07 de febrero de 2020	http://www.magiconline.com
Playtime New York	Ropa para bebés y Maternidad	Nueva York	Del 09 al 11 de febrero de 2020 Agosto 2020	http://www.playtimenewyork.com
Natural Products Expo West	Alimentos y bebidas	Anaheim	Del 03 al 07 de marzo de 2020	http://www.newhope.com
IBS New York – International Beauty Show	Cosméticos	Nueva York	Del 08 al 10 de marzo de 2020	http://www.questex.com
Seafood Expo North America / Seafood Processing North America	Productos pesqueros	Boston	Del 15 al 17 de marzo de 2020	http://www.seafoodexpo.com/north-america/
IFFCS - International Summer Fancy Food & Confection Show	Alimentación y bebidas	Nueva York	Del 28 al 30 de junio de 2020	http://www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show/
Cosmoprof North America - B2B Beauty Trade Show	Cosméticos	Las Vegas	Del 30 de junio al 02 de julio de 2020	https://cosmoprofnorthamerica.com/

MAGIC - International Fashion Exhibition	Confecciones	Las Vegas	Del 17 al 19 de julio de agosto de 2020	http://www.magiconline.com
Natural Products Expo East - Natural Products Expo East	Alimentos y bebidas	Filadelfia	Del 24 al 26 de septiembre de 2020	http://www.newhope.com
BIOFACH America - All Things Organic	Alimentos y bebidas	Filadelfia	Del 24 al 26 de septiembre de 2020	http://www.newhope.com
PMA Fresh Summit - Produce Marketing Association Fresh Summit International	Alimentos y bebidas	Dallas	Del 16 al 17 de octubre de 2020	http://www.pma.com
Apparelsourcing Nueva York	Moda	Nueva York	Del 21 al 23 de enero de 2018	www.apparelsourcingshow.com
Seafood Expo 2019 North America	Alimentos	Boston	Del 17 al 19 de marzo de 2019	https://www.seafoodexpo.com/global/
8° Congreso Internacional sobre Banano Miami 2019	Alimentos	Miami	Del 28 al 31 de mayo de 2019	http://congresointernacionaldebanano.com/mantenimiento/
BioFach America Baltimorek	Alimentos	Baltimore	Del 12 al 14 de setiembre de 2019	www.biofach-america.com

Fuente: Feriasinfo Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

XI. Bibliografía

Trademap www.trademap.org

Euromonitor International www.euromonitor.com

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Perú www.sunat.gob.pe

CIA, The World Factbook www.cia.gov

Fondo Monetario Internacional (FMI) www.imf.org

Market Access Map www.macmap.org

Doing Business www.doingbusiness.org

Acuerdos Comerciales del Perú www.acuerdoscomerciales.gob.pe

NFerias <http://www.nferias.com/>

United States Department of Agriculture Economic Research Service <https://www.ers.usda.gov/data-products/us-food-imports/>

The New York Times: “Most of America’s Fruit Is Now Imported. Is That a Bad Thing?”

<https://www.nytimes.com/2018/03/13/dining/fruit-vegetables-imports.html>

World’s Top Exports: “Top Imported Fruits Most Loved by Americans” <http://www.worldstopexports.com/top-imported-fruits-most-loved-by-americans/>

FishWatch U.S. Seafood Facts: Global Wild Fisheries <https://www.fishwatch.gov/sustainable-seafood/the-global-picture>

NOAA Fisheries: Imports and exports of fishery products annual summary, 2018

<https://www.st.nmfs.noaa.gov/Assets/commercial/trade/Trade2018.pdf>

Textile Today: US imports of textiles and apparel rise 7.3% in July <https://www.textiletoday.com.bd/us-imports-textiles-apparel-rise-7-3-july/>

Statista: Total value of clothing imports by the United States from 2011 to 2018

<https://www.statista.com/statistics/360360/total-value-of-us-clothing-imports/>

JOC.Com Tariffs fail to dent US apparel imports from China https://www.joc.com/port-news/us-ports/tariffs-fail-dent-us-apparel-imports-china_20190611.html