

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado de  
Servicios  
En Estados Unidos



*prom*  
perú

**Contenido**

1.	Resumen ejecutivo .....	3
2.	Información general .....	3
3.	Situación económica y de coyuntura .....	4
3.1	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas .....	4
3.2	Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	4
3.3	Nivel de Competitividad .....	4
4.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios .....	5
4.1	Intercambio Comercial de Estados Unidos con el Mundo - Bienes .....	5
4.2	Intercambio Comercial Estados Unidos con el Mundo - Servicios.....	5
4.3	Intercambio Comercial de Estados Unidos - Perú .....	6
5	Acceso al Mercado .....	7
5.1	Medidas Arancelarias y no Arancelarias .....	7
□	Medidas No Arancelarias .....	9
5.2	Otros Impuestos Aplicados al comercio .....	9
6.	Oportunidades Comerciales .....	10
6.1	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	10
6.2	Servicios con Potencial Exportador .....	10
7.	Tendencias del Consumidor .....	12
8.	Cultura de Negocios .....	13
9.	Links de Interés.....	13
10.	Eventos Comerciales .....	13
11.	Bibliografía .....	14

## 1. Resumen ejecutivo

En 2014 la economía estadounidense creció 2,2% y se cree que para 2015 crecerá 3,1% de acuerdo al Fondo Monetario Internacional (FMI). El gasto del consumidor será un factor clave, dado que habrá más empleos y se reducirán los costos de energía. En tanto que las importaciones en bienes sumaron US\$ 2 410 billones el año pasado, 3,5% más que lo registrado en 2013, estas tuvieron una variación promedio de 5,2% en los últimos cinco años.

En 2014, los principales mercados de donde Estados Unidos importó fueron China, Canadá y México, y representaron 20%, 15% y 12%, respectivamente. Perú tuvo una participación de 0,4% del total importado.

De otro lado, Estados Unidos ha tenido una balanza comercial de servicios superavitaria a lo largo de su historia. Con respecto a las exportaciones, estas han registrado un incremento de 2,9%, en 2014, en tanto que el total de sus importaciones sumaron US\$ 265 billones, 2,3% más respecto a 2013. Los principales servicios demandados por EE.UU., sin considerar al turismo y transporte, son los servicios financieros, seguidos por los de telecomunicación y del gobierno, aunque con una menor participación.

Las principales oportunidades para las líneas de servicios en Perú se centran en las líneas de franquicias, editoriales, software y videojuegos. Según un estudio de The Statista Portal, la producción económica de las franquicias en los Estados Unidos entre 2009 y 2014 se ha incrementado 25% en promedio. En 2014 se registró un valor producido por las franquicias de US\$ 844 billones, monto superior en 5 % con respecto a 2013. Cabe mencionar que para 2015 se pronostica un incremento de 5% en esta línea. Con respecto a las Franquicias de restaurantes de servicio completo, en 2010 generaron un valor de US\$ 51 billones y en 2014 fue US\$ 62 billones. Según la Cámara de Comercio de Lima, Perú cuenta con 3 marcas de franquicias peruanas en EE.UU.

Actualmente en los Estados Unidos, según datos de una encuesta realizada por The Statista, la industria del libro electrónico tiene un valor de US\$ 5,7 billones, mientras que el valor de la industria editorial impresa es de US\$ 10 billones. Según el estudio, en 2018 la industria impresa y digital tendrán un valor de US\$ 7,9 y US\$ 8,7 billones, respectivamente, un cambio increíble en comparación con otros países desarrollados, por lo que se recomienda incursionar en la era de los libros digitales. En tanto que las líneas de software y videojuegos continúan incrementándose debido a la búsqueda de soluciones innovadoras, una mejora en la economía y desarrollo de nuevos equipos que necesitan nuevos software.

## 2. Información general

Estados Unidos de América es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal. La mayor parte del país se ubica en el centro de América del Norte donde se encuentran sus 48 estados contiguos y Washington D. C., el distrito de la capital. El estado de Hawái es un archipiélago polinesio en medio del océano Pacífico, y es el único estado estadounidense que no se encuentra en América. El país también posee varios territorios en el mar Caribe y en el Pacífico.



La población actual estadounidense se estima en 322 millones de habitantes. El 82% de la población del país habita zonas urbanas. La estructura de la población estadounidense por grupos etarios es de la siguiente manera: 19% son menores de 14 años, el 66% se encuentra entre los 15 y 64 años, mientras que el 15% restante tiene más de 65 años. La edad mediana es de 38 años, y la esperanza de vida es 79 años.

El idioma oficial es el inglés, con más de 82% de personas que hablan inglés americano como primera lengua. Cerca de 11% hablan español, es el segundo idioma más hablado, y el que más comúnmente se aprende como segunda lengua, un 4% de la población se comunica a través de lenguas indoeuropeas, mientras que el 3% restante, mediante dialectos de la región Asia – Pacífico. Estados Unidos alberga gran diversidad de religiones en su territorio, así el 51% de habitantes pertenece al protestantismo, 24% son católicos y 2% son mormones, 2% pertenecen a otras grupos cristianos y 2% son judíos, en el grupo restante se distinguen budistas, musulmanes, agnósticos y ateos.

### 3. Situación económica y de coyuntura

#### 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía estadounidense debería crecer 3,1% en 2015. El gasto del consumidor será un factor clave, dado que habrá más empleos y se reducirán los costos de energía. La inversión en infraestructura es necesaria para mejorar la actividad económica en áreas metropolitanas, pero esta mejorará a medida que la economía se fortalezca. Además, se prevé que la inflación sea de 2,2% y el desempleo disminuya a 5,9%.

Cuadro 01

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015p
Crecimiento real del PBI (%)	1,6	2,3	2,2	2,2	3,1
PBI per cápita (US\$)	49 746	51 450	53 001	54 678	57 046
Tasa de inflación (%)	3,1	2,1	1,5	1,9	2,2
Tasa de desempleo (%)	8,9	8,1	7,4	6,3	5,9

Fuente: World Economic Outlook, FMI. Elaboración Inteligencia de Mercados - PROMPERU

En 2015 se darán 3 millones de nuevos puestos de trabajo, lo que hará reducir la elevada tasa de desempleo hasta 5,9%. Con respecto a los salarios, estos se han elevado muy poco a pesar que hay un alto desempleo.

El gobierno continúa trabajando en diversos frentes para consolidar la economía, incluso la estabilidad en las instituciones financieras del país se ha alcanzado. Otras iniciativas que implican mejoras en el desarrollo de la energía, infraestructura y tecnología están también en curso, pero estas tendrán un impacto en el largo plazo.

- **Tipo de cambio**

La moneda oficial de Estados Unidos es el dólar estadounidense (USD). Las equivalencias monetarias, al 23 de abril 2015, en términos de esta moneda y el nuevo sol peruano (PEN) se indican en el cuadro adjunto<sup>1</sup>.

$$1.00 \text{ USD} = 3.13250 \text{ PEN}$$

$$\text{US Dollar} \leftrightarrow \text{Peruvian Nuevo Sol}$$

$$1 \text{ USD} = 3.13250 \text{ PEN}$$

$$1 \text{ PEN} = 0.319234 \text{ USD}$$

#### 3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos<sup>2</sup>

La agricultura emplea el 1,7% de la mano de obra. Es predominantemente de gran escala y generalmente eficiente, por ello Estados Unidos es considerado un importante exportador de productos alimenticios y de alimentos procesados.

El sector manufacturero representa 12,6% del PIB y emplea 9,1% de la fuerza de trabajo. Las principales industrias son la aeroespacial, telecomunicaciones, química, electrónica e informática. Por otro lado, con el aumento del costo laboral y de transporte en China, un número creciente de empresas ha decidido devolver parte o la totalidad de sus operaciones a Estados Unidos. Este fenómeno, conocido como "reshoring", podría generar varios millones de puestos de trabajo.

Los servicios representan el 78% del PIB del país. Las actividades más importantes en el sector incluyen los bienes raíces, transporte, finanzas, salud y servicios de oficina. El sector financiero sufrió pérdidas billonarias durante la crisis sub-prime, pero se ha recuperado rápidamente. Las reformas reglamentarias limitarán rentabilidad de los bancos, obligándolos a buscar en el extranjero nuevas fuentes de crecimiento. Por otro lado, el valor real de los ingresos por turismo aumentó un 5,3% en 2014 y se espera una tasa de crecimiento de 5,7% para 2015.

#### 3.3 Nivel de Competitividad

Estados Unidos se encuentra en la posición 7 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios, de 2015. Este país no varió con respecto a la posición obtenida en 2014.

<sup>1</sup> Fuente: <http://www.xe.com/#>

<sup>2</sup> Fuente: Euromonitor International

Cuadro 02

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2015							
Criterios	Estados Unidos	Perú	Canadá	Colombia	Reino Unido	Chile	Alemania
<b>Facilidad de hacer negocios</b>	<b>7</b>	<b>35</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>41</b>	<b>14</b>
Apertura de un negocio	46	89	2	84	45	59	114
Manejo permiso de construcción	41	87	118	61	17	62	8
Acceso a electricidad	61	86	150	92	70	49	3
Registro de propiedades	29	26	55	42	68	45	89
Obtención de crédito	2	12	7	2	17	71	23
Protección de los inversores	25	40	7	10	4	56	51
Pago de impuestos	47	57	9	146	16	29	68
Comercio transfronterizo	16	55	23	93	15	40	18
Cumplimiento de contratos	41	100	65	168	36	64	13
Cierre de una empresa	4	76	6	30	13	73	3

Fuente: Doing Business 2015. Banco Mundial Elaboración PROMPERÚ

#### 4. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

##### 4.1 Intercambio Comercial de Estados Unidos con el Mundo - Bienes

En 2014 el intercambio comercial de bienes de Estados Unidos con el mundo ascendió a US\$ 4 033 billones, es decir 3,3% más que el año anterior. Las exportaciones crecieron en 2,9% y las importaciones aumentaron en 3,5%.

Cuadro 03

Información Comercial de Estados Unidos (US\$ Miles de millones)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % Prom. 14/10	Var. % 14/13
<b>Exportaciones</b>	1 277	1 480	1 546	1 578	1 623	6,2	2,9
<b>Importaciones</b>	1 966	2 263	2 334	2 328	2 410	5,2	3,5
<b>Balanza Comercial</b>	-689	-783	-788	-750	-787	-	-
<b>Intercambio Comercial</b>	3 243	3 743	3 880	3 906	4 033	5,6	3,3

Fuente: Trade Map Elaboración Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Según cifras de Comtrade, en 2014, los principales destinos de las exportaciones fueron Canadá (19%), México (15%), China (8%) y Japón (4%). Para el mismo período, éstos mismos países fueron los proveedores más importantes: China (20%), Canadá (15%), México (12%) y Japón (6%).

##### 4.2 Intercambio Comercial Estados Unidos con el Mundo - Servicios

EE.UU. ha registrado una balanza comercial de servicios superavitaria a lo largo de su historia. El superávit más alto de los últimos cinco años se registró en 2014, con un saldo positivo de US\$ 158 mil millones. Con respecto a las exportaciones, estas se han incrementado 2,9% respecto al período anterior y el total de sus importaciones se incrementaron 2,3% más respecto a 2013.

Cuadro 04

Intercambio comercial de Servicios Estados Unidos-Mundo (Miles de Millones de US\$)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var % 14/13
Exportaciones	341	383	395	411	423	5,5%	2,9%
Importaciones	241	256	257	259	265	2,4%	2,3%
Balanza Comercial	100	127	138	152	158	-	-
Intercambio Comercial	582	639	652	670	688	-	-

Fuente: UNCTAD. Elaboración PROMPERÚ.

### 4.3 Intercambio Comercial de Estados Unidos - Perú

El comercio de bienes entre Perú y Estados Unidos en 2014 sumó US\$ 14 485 millones, 10,3% menos que el año anterior. Este comercio ha sido históricamente deficitario para nuestro país. El último año se tuvo una balanza negativa de US\$ 2 308 millones. En el último quinquenio, las exportaciones peruanas a Estados Unidos se mantuvieron y en 2014 totalizaron US\$ 6 088 millones. El 47% del total vendido en 2014 fueron productos con valor agregado y sumaron US\$ 2 855 millones.

Cuadro 05

Información Comercial: Estados Unidos - Perú (US\$ Millones)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var. %Prom. 14/13	Var.% 14/13
Exportaciones del Perú a EE.UU.	6 087	6 025	6 331	7 772	6 088	0,0	-21,7
Importaciones del Perú desde EE.UU.	5 472	7 018	7 636	8 376	8 397	11,3	0,2
Balanza Comercial	615	-993	-1 305	-604	-2 308	-	-
Intercambio Comercial	11 559	13 043	13 968	16 148	14 485	5,8	-10,3

Fuente: SUNAT. Elaboración Inteligencia de Mercados - Promperú

- **Sectores Tradicionales y no tradicionales**

Según la clasificación de SUNAT, las exportaciones peruanas no tradicionales a Estados Unidos aumentaron en 5,5% con respecto a 2013 y los sectores con mayores ventas fueron agropecuario (US\$ 1 276 millones), textil (US\$ 661 millones) y pesquero (US\$ 228 millones).

Los sectores no tradicionales que incrementaron en mayor medida sus envíos a Estados Unidos fueron químico (80,7%), metal-mecánico (25,5%) y agropecuario (21,3%). Sin embargo, las exportaciones del sector tradicional experimentaron una disminución de 36,2% debido a los menores envíos en oro, plata y estaño.

Cuadro 06: Exportaciones por Sectores Económicos

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2013	2014	Var.% 14/13
<b>TRADICIONAL</b>	<b>5 066</b>	<b>3 234</b>	<b>-36,2</b>
<i>Minero</i>	<b>3 165</b>	<b>1 473</b>	<b>-53,5</b>
Oro	2 218	776	-65,0
Plata	341	213	-37,3
Plomo	96	96	-0,8
Estaño	251	158	-37,1
Cobre	53	57	7,8
Zinc	79	55	-30,7
Hierro	1	4	299,0
Resto Minero	127	114	-10,1
<i>Pesquero</i>	<b>39</b>	<b>41</b>	<b>5,1</b>
Aceite De Pescado	37	39	4,6
Harina De Pescado	2	2	17,1
<i>Petróleo Y Gas Natural</i>	<b>1 693</b>	<b>1 517</b>	<b>-10,4</b>
Petróleo, Derivados	1 278	1 194	-6,6
Petróleo Crudo	415	323	-22,3
<i>Agrícolas</i>	<b>169</b>	<b>204</b>	<b>20,5</b>
Café	157	175	11,7
Resto Agrícola	12	29	131,3
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>2 706</b>	<b>2 855</b>	<b>5,5</b>
Agropecuario	1 052	1 276	21,3
Textil	655	661	1,0
Siderometalúrgico	356	210	-41,1
Pesquero	227	228	0,7
Minería No Metálica	160	155	-2,8
Metal-Mecánico	94	118	25,5
Químico	56	101	80,7

Maderas Y Papeles	40	32	-19,4
Pielés Y Cueros	2	2	-27,6
Varios (Inc. Joyería)	65	72	10,4
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>7 772</b>	<b>6 088</b>	<b>-21,7</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración Inteligencia de Mercados – Promperú

Cuadro 07: Principales productos no tradicionales exportados a Estados Unidos

Partida	Descripción	Valor en Millones US\$					Var%	Var%	% Part
		2010	2011	2012	2013	2014	Prom. 14/10	2014/2013	2014
0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	182	177	211	255	235	6.6	-7.9	8
0804400000	Paltas, frescas o secas	1	23	26	39	125	255.4	218.5	4
0806100000	Uvas frescas	54	75	72	98	119	21.5	21.6	4
6109100031	T-shirt de algodón	121	135	112	106	103	-4.0	-3.1	4
2510100000	Fosfato de calcio natural	17	105	161	115	100	54.8	-13.2	4
1008509000	Quinoa		0	21	44	100	-	129.5	4
6109100039	Los demás t-shirt de algodón	78	85	79	86	98	6.0	13.6	3
0306171300	Colas con caparazón, sin cocer en agua o vapor		0	48	75	97	-	29.0	3
2005991000	Alcachofas en conserva	60	73	58	49	61	0.6	24.5	2
7407100000	Barras y perfiles de cobre refinado	33	43	48	48	57	15.2	21.0	2
	Otros	1 424	1 626	1 782	1 791	1 760	5.4	-1.8	62
	<b>Total</b>	<b>1 969</b>	<b>2 343</b>	<b>2 619</b>	<b>2 706</b>	<b>2 855</b>	<b>9.7</b>	<b>5.5</b>	<b>100</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración Inteligencia de Mercados – Promperú

## 5 Acceso al Mercado

### 5.1 Medidas Arancelarias y no Arancelarias

#### • Medidas Arancelarias

Son dos las instituciones que intervienen directamente en la importación de mercancías en Estados Unidos. La United States International Trade Commission (USITC), es la entidad que se encarga de la publicación oficial del Arancel Armonizado de los Estados Unidos, conocido como HTSUS. Por su parte la Aduana Estadounidense (U.S. Customs and Border Protection - CBP), es la encargada de administrar los regímenes arancelarios y de procesar las declaraciones de importación en el país. Cabe señalar que los derechos aduaneros son establecidos por el Congreso y son vigentes en todo el territorio estadounidense, sin distinción alguna entre los propios estados de la unión americana.

El HTSUS contiene principalmente las categorías estadísticas para el tratamiento de cada mercancía en Estados Unidos, así como los derechos arancelarios que le corresponda (ya sean los generales o especiales). Este sistema se construye teniendo como base el Sistema Armonizado Internacional (HTS) dispuesto a 6 dígitos, a los cuáles se le agrega 2 dígitos adicionales para mayores detalles y otros 2 más para registros estadísticos. El documento oficial con el Arancel Estadounidense se puede encontrar en [www.usitc.gov/tata/hts/](http://www.usitc.gov/tata/hts/).

En Estados Unidos los aranceles son calculados sobre el valor FOB. La Aduana determina el arancel únicamente en función del precio pagado o a ser pagado por la mercadería. No obstante, existen algunos marcos legales que se han establecido con el tiempo que permiten la exención del pago de aranceles. Las preferencias y acuerdos globales más importantes son la Ley Andina

de Promoción Comercial y Erradicación de las Drogas – ATPDEA y el Sistema Generalizado de Preferencias – SGP; así como los Acuerdos Comerciales Internacionales establecidos por el país.

El promedio de los aranceles NMF cobrados por los Estados Unidos es de 3,4% en general. A continuación se muestran datos importantes de los aranceles por grupo de productos de acuerdo al Perfil Arancelario de Estados Unidos 2013 elaborado por la OMC:

-Frutas, legumbres y otras plantas: El arancel promedio NMF es 4,7% y el 21% de los productos se encuentran desgravados.

-Café y té: Arancel promedio NMF de 3,1% y el 54% de productos no pagan aranceles.

-Pescados y mariscos: El 85% de estos alimentos se encuentran exentos del pago de derechos y el promedio NMF es de 0,8%.

-Productos químicos: El arancel NMF promedio es 2,8% y el 41% están desgravados.

-Prendas de vestir: Es el sector con menos beneficios, apenas el 3% de los productos no pagan aranceles y el promedio NMF es 11,6%.

-Textiles: El 17% de los productos textiles están exentos de aranceles y el promedio NMF está alrededor de los 7,9%.

Para mayor información visitar [http://stat.wto.org/TariffProfiles/US\\_s.htm](http://stat.wto.org/TariffProfiles/US_s.htm)

En el caso de los principales productos peruanos con valor agregado, exportados a Estados Unidos, todos se benefician del arancel 0%, lo que otorga al Perú una valiosa posición competitiva como proveedor, en especial para el caso de alimentos y textiles.

**Cuadro 08: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales**

Estados Unidos: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	070920	Espárragos, frescos o refrigerados	1	México (47%)	13,2%	0,0%
				Canadá (1%)		
				Ecuador (0%)		
2	080440	Paltas, frescas o secas	2	México (90%)	6,9%	0,0%
				Chile (4%)		
				R. Dominicana (1%)		
3	080610	Uvas frescas	3	Chile (67%)	0,1%	0,0%
				México (26%)		
				Brasil (1%)		
4	610910	T-shirt de algodón	13	Honduras (14%)	8,1%	0,0%
				China (11%)		
				El Salvador (11%)		
5	251010	Fosfato de calcio natural	1	Marruecos (42%)	0,0%	0,0%
				Japón (0%)		
				Sudáfrica (0%)		
6	100850	Quinua	2	Bolivia (54%)	0,7%	0,0%
				Ecuador (2%)		
				Francia (0%)		
7	030617	Colas con caparazón, sin cocer en agua o vapor	8	India (24%)	0,4%	0,0%
				Indonesia (21%)		
				Ecuador (17%)		
8	200599	Alcachofas en conserva	1	China (11%)	7,3%	0,0%
				México (10%)		
				Canadá (8%)		
9	740710	Barras y perfiles de cobre refinado	1	Alemania (14%)	2,3%	0,0%
				México (11%)		
				Francia (9%)		
10	070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	2	México (70%)	2,8%	0,0%
				Canadá (9%)		
				Holanda (2%)		

Fuente: SUNAT, TradeMap Elaboración Inteligencia de Mercados - PromPerú



- **Medidas No Arancelarias**

El trámite normal aduanero en Estados Unidos es muy riguroso; a pesar de ello, gracias a los sistemas informáticos implementados en el país, el tiempo promedio en el que un producto puede llegar a ser liberado por la Aduana Americana es de un día. Para ello, es siempre importante el contar con un agente de aduana en el puerto de entrada, que el empaque y embalaje sean los correctos, y que los respectivos documentos hayan sido completados y entregados a tiempo.

De acuerdo al tipo de producto que se desee ingresar a Estados Unidos, existen permisos o certificaciones especiales que son emitidas por la aduana y entidades reguladoras especiales:

-Agencia de Protección Ambiental (EPA- <http://www.epa.gov/>): Químicos, aerosoles, desinfectantes, productos de limpieza, pinturas, plaguicidas, funguicidas, herbicidas, sustancias tóxicas.

-Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA- <http://www.fda.gov/>): Cosméticos de todo tipo, medicamentos sin receta, píldoras, productos homeopáticos o naturistas, drogas para medicamentos y derivados y su materia prima, leche, crema, nata, queso y derivados del queso, alimentos enlatados, envasados y empaquetados.

-Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA- <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>): tomates, paltas, limas, naranjas, ciruelas, aceitunas, etc. y todo tipo de vegetal y fruta, insectos vivos o sus huevos, crisálidas o larvas que no perjudiquen las cosechas ni los árboles, aves en general como pollos, gallinas, gansos, patos, palomas, cisnes, etc. (vivos o en piezas para consumo), huevos.

-Departamento de Tesoro de EEUU, Bureau de Alcohol, Tabaco y Armas de Fuego- <https://www.atf.gov/>: armas, municiones y bebidas alcohólicas (vino, cerveza y demás licores).

En cuanto al empaque, embalaje y etiquetado, los principales organismos que se encargan de la supervisión, normalización y control de los mismos son el Instituto Nacional de Estándares (ANSI- <http://www.ansi.org/>) y la Administración de Alimentos y Medicamentos Estadounidense (FDA). Aunado a ello, para el caso de todos los productos que se venden en los Estados Unidos se deben cumplir las reglamentaciones impuestas por la Comisión de Seguridad de Productos de Consumo, entre las que destaca que se requiere una certificación de cumplimiento de un fabricante o compañía importadora de Estados Unidos para comercializar los productos sujetos a las normas de seguridad de la Ley de Seguridad de Productos de Consumo. <http://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Testing-Certification/General-Certificate-of-Conformity-GCC/>

En el caso puntual del etiquetado, las regulaciones que rigen son las emitidas por la FDA, y los principales lineamientos está el que las etiquetas siempre deben estar en inglés, es obligatorio el señalar el lugar de origen, la declaración de contenido e ingredientes, así como la denominación visible del producto a comercializar. Existen diferentes directrices en materia de etiquetado para cada tipo de producto. La información oficial completa desagregada es posible encontrarla en <http://www.registrarcorp.com/fda-food/labeling>

Las últimas tendencias en el mercado americano señalan que los consumidores demandan de nuevos desarrollos en materiales de empaque y embalaje de menos peso, más económicos, con propiedades de permeabilidad y resistencia a diferentes rangos de temperatura, que satisfagan sus necesidades y expectativas además de preservar la calidad de los productos.

En materia de certificaciones, el hacerlo de forma voluntaria se ha convertido en una forma adecuada para aquellos exportadores que demuestran utilizar prácticas sostenibles. Entre las principales certificaciones está la de Comercio Justo o FairTradeCertified.

La principal organización norteamericana que la brinda es la FairTrade USA (para más información revisar <http://fairtradeusa.org/certification> ). Del mismo modo, el tema de las certificaciones ambientales comprometidas con la responsabilidad social es una preocupación importante para el Gobierno. Es por ello que en relación a este tema, las principales normas que rigen en el país son la ISO 9000 que busca certificar el proceso y procedimiento en la cadena de valor de los productos, la ISO 14000 que se relaciona con la problemática ambiental y la ISO 8000 que evalúa los niveles de Responsabilidad Social Internacional.

## 5.2 Otros Impuestos Aplicados al comercio

Los impuestos al consumo en Estados Unidos son determinados y aplicados en cada estado, por lo que es variable dependiendo de dónde se realicen las ventas de los productos. En general, estos impuestos están en promedio entre el 5% y el 6%. La lista completa de lo cobrado en cada estado es posible conocerla en [http://www.usa-sales-use-tax-e-commerce.com/table\\_sales\\_rates.asp](http://www.usa-sales-use-tax-e-commerce.com/table_sales_rates.asp)



Por otro lado, los bienes que comúnmente se encuentran exentos del pago de impuestos son los alimentos para consumo humano, salvo los que son vendidos en caliente (excepto artículos de panadería o bebidas calientes), medicamentos prescritos y suministros médicos, útiles genéricos y algunos aparatos de energía alternativa.

## 6. Oportunidades Comerciales

### 6.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos entró en vigencia el 1 de febrero de 2009. Este acuerdo se distingue por ser el marco comercial permanente más importante para el Perú, que ha significado un mayor flujo comercial y un creciente volumen de inversiones.

En seis años de vigencia, el TLC ha conseguido muchos beneficios y avances importantes. En 2014, alrededor de 1 500 empresas lograron concretar ventas hacia Estados Unidos por montos mayores a US\$ 50 mil, con un total exportado de US\$ 6 072 millones. De estas el 77% corresponde a pequeñas y medianas empresas. Aunado a ello, el sector no tradicional fue el que más beneficios obtuvo, al tener ventas que se incrementaron en 82% en total desde 2009.

La oferta peruana agrícola, pesquera y textil fue directamente beneficiada, pues casi en su totalidad, se desgravaron las partidas arancelarias de manera automática con la vigencia del acuerdo.

### 6.2 Servicios con Potencial Exportador

- **Línea de soluciones tecnológicas: Software y video juegos<sup>3</sup>**

Hoy la industria pasa por un problema al no contar con soluciones innovadoras a sus requerimientos tecnológicos. Esto ha generado una urgencia en la demanda, en busca de soluciones rápidas y efectivas para el desarrollo y entrega de servicios que se adapten a sus necesidades. Por otro lado, existe una recuperación de la economía que ha motivado una mayor inversión tecnológica, lo cual hace que la demanda de software presente un crecimiento constante, que junto al factor de una mayor búsqueda de soluciones, hacen que sus proyecciones sean cada día más auspiciosas. Finalmente, el desarrollo tecnológico en términos de los equipos que van apareciendo en el mercado, está obligando a los consumidores a incorporar nuevos software que permitan aprovechar las potencialidades que ofrecen estos equipos<sup>4</sup>.

Estudios indican que un 37% de las empresas en USA renuevan su software mensualmente, un 33% lo hace cada 3 meses y un 20% semanalmente (Source: Forrester Research, Inc. March 2013). Esto indica que la escala de tiempo se ha comprimido y las expectativas de los clientes se han disparado, por lo tanto las empresas deben adaptarse a estos cambios.

La industria de Software es uno de los principales contribuyentes de la industria de USA. Involucra a cerca de 60 000 compañías con ingresos anuales cercanos a los US\$ 240 billones. Cerca del 60% de estos ingresos provienen de la distribución de software y programación. Las compañías líderes de la industria son Microsoft, IBM y Oracle.

Con respecto a los videojuegos, el 29% de los que juegan tienen 18 años, el 32% se encuentra entre los 18 y 35 años y por último el 39% son personas que tienen 36 años, para adelante. De estos jugadores el 52% son hombres y el 48% mujeres, además las personas mayores de 36 años en su mayoría cuentan con un trabajo estable y a pesar de ser los que tienen más copado el mercado de video juegos son a la vez los que menos minutos le dedican por lo mismo que solo pueden jugar en las noches o fines de semana por sus trabajos.

Las empresas líderes en el mercado de los videojuegos pertenecen a Activision Blizzard y Electronic Arts, cuyos estudios han resultado sus respectivos éxitos y de la serie "World of Warcraft" y "Los Sims", más a menudo jugado en PC. Los juegos más vendidos para consolas incluyen el clásico juego de "Super Mario Bros.", así como las más recientes Wii Sports, ambos de Nintendo.

En 2009, los ingresos que generan los videojuegos en los EE.UU. ascendieron a US\$ 40 billones y este valor ha aumentado a US\$ 41 billones a partir de 2014. Como se puede observar sólo hay un ligero aumento en los ingresos, sin embargo, se espera

<sup>3</sup> Fuente: <http://www.statista.com/topics/868/video-games/>

<sup>4</sup> Fuente: Estudio del mercado de software en Estados Unidos - ProChile

que estos ingresos continúen creciendo debido a una mayor demanda. En 2013, se estimó que un consumidor medio estadounidense gasta 23,2 minutos jugando todos los días, con lo cual se observa un aumento 5,4 minutos con respecto al 2008. Se espera que la cantidad de minutos jugados diariamente aumente hasta llegar a un total de 28,3 minutos.

Según un estudio de ESA realizado en 2015, el 29% de los que juegan frecuentemente pagan por un videojuego online. Los tres tipos de videojuegos que más frecuentemente juegas son los juegos sociales (31%), los de acción (30%) y rompecabezas, cartas, tableros y otros (30%). Los videojuegos que más se vendieron por unidad en 2014 son de acción (28,2%), de disparos (21,7%), deportes (13,3%), entre otros. Por otra parte, los juegos para computadora que más se han vendido por unidad en 2014 son de estrategia (37,7%), casual (24,8%), juego de reglas (20,2%), entre otros<sup>5</sup>. Los precios de descarga de juegos de app varían entre US\$ 0,99 y US\$ 9,99. La diferencia de precios en los video juegos depende de la calidad de las imágenes, efectos especiales y la historia que brinda la misma.

- **Servicios empresariales: Servicios a la minería, BPO, centro de contactos y servicios de ingeniería en consultoría<sup>6</sup>**

Los call center en Estados Unidos están divididos en dos tipos, los centros de llamadas entrantes generalmente están diseñados para atender las consultas o quejas del cliente y los centros de contacto salientes, que incluyen los servicios de telemarketing, investigación de mercado y la búsqueda de donaciones de caridad. En 2013, los ingresos percibidos por el telemarketing y call center alcanzaron los US\$ 18 billones, este monto ha disminuido año a año, desde los US\$ 21 billones en 2008.

En 2013, poco menos de cien mil personas trabajaron como representantes de servicio al cliente dentro de las telecomunicaciones en los Estados Unidos, los cuales tienen un salario promedio mensual de US\$ 1 750. Los atributos más importantes dentro de los centros de contacto en todo, son la exactitud y la calidad de la información proporcionada, la facilidad de interacción y la primera resolución. El segundo líder mundial en servicios de call center se encuentra en Estados Unidos y es la empresa Convergys Corporation. Cabe mencionar que la cantidad de habla hispanos en Estados Unidos es de alrededor de 40 millones, lo cual genero oportunidades para varios call center, brindando servicios desde 2006. Esto a su vez genero la demanda de personas bilingües y de habla hispana en el sector call center. El 70% de la población hispana en Estados Unidos es de México, por lo que los call center contratan más mexicanos para que así se sientan más en confianza.

- **Línea de servicios gráficos y editoriales: Industrias gráficas y editoriales**

Los libros electrónicos ocuparon el tercer puesto en la aportación de ingresos, tras los libros de tapa dura y los de rústica. La cantidad de electrónicos continuó creciendo, acercándose a la de los encuadernados, aunque se vendían por un precio unitario inferior<sup>7</sup>. Cabe mencionar que e-book en 2013 tuvo un crecimiento de 43%, este valor es menor al de años anteriores, además los libros electrónicos vendidos por e-books y reportados por los editores representaron el 20% del total en 2013<sup>8</sup>.

Actualmente en los Estados Unidos, según datos de una encuesta reciente de Statista la industria del libro electrónico tiene un valor de US\$ 5,7 billones, mientras que el valor de la industria editorial impresa es de US\$ 10 billones. En 2018, industria impresa y digital tendrán un valor de US\$ 7.9 y US\$ 8,7 billones, respectivamente, un cambio increíble en comparación con otros países desarrollados como Alemania, donde la industria analógica (impresa) se va a seguir siendo dominante.

Desde enero de 2014, alrededor del 76 % de los adultos estadounidenses de 18 años y mayores, dijo que leen al menos un libro en el último año. Casi siete de cada diez adultos (69%) leen un libro en la impresión en los últimos 12 meses, mientras que el 28 % lee un libro electrónico y el 14% escucha un audiolibro. Actualmente el precio promedio de un libro en Estados Unidos oscila entre US\$ 25 y US\$35. Mientras que en e-books se pueden encontrar libros desde US\$4 hasta US\$ 15.

Según un estudio de la asociación americana de librerías, entre el 2014 y el 2015 existen alrededor de 119 729 librerías<sup>9</sup>. Estas librerías generan 366 642 puestos de trabajo. Cabe mencionar que las ciudades de Estados Unidos que cuentan con la mayor cantidad de librería son California (38 mil establecimientos), Florida (19 mil) e Illinois (13 mil). Referente a los libros electrónicos, Ebooks tiene dos perfiles como mercados, el primero es el de gran consumo, son aquellos libros de diversión y no estarían con precios elevados y el segundo perfil es el de uso profesional, el cual se mueve por el valor añadido y percibe la formación como

<sup>5</sup> Fuente: <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf>

<sup>6</sup> Fuente: <http://www.statista.com/topics/2169/call-center-services-industry-in-the-us/>

<sup>7</sup> Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/96066911rad5DB18.pdf>

<sup>8</sup> Fuente: <http://www.usatoday.com/story/life/books/2013/05/15/e-book-sales/2159117/>

<sup>9</sup> Fuente: <http://www.ala.org/tools/libfactsheets/alalibraryfactsheet01>



una inversión. Según un estudio de PwC, para el 2017, el mercado de Ebooks en Estados Unidos supondrá cerca del 25% del total de libros. Otro estudio de la empresa menciona que para ese mismo año, se venderán más libros electrónicos que impresos.

- **Línea de otros servicios: Franquicias<sup>10</sup>**

Según un estudio de The Statista Portal, la producción económica de las franquicias en los estados unidos entre 2009 y 2014 se ha incrementado 25% en promedio. En 2014 se registró un valor producido por las franquicias de US\$ 844 billones, monto superior en 5 % con respecto al 2013. Cabe mencionar que para el 2015 se pronostica un incremento de 5%.

Se estima que hubo 757 857 establecimientos de franquicias en operación en los Estados Unidos en 2013. Con respecto al número de empleos que generó las franquicias en 2013, es de 9 millones. Las Franquicias de restaurantes de servicio completo son aquellas que prestan servicios de alimentación a los clientes que ordenan y se sirven mientras se está sentado y pagan después de comer. En 2010 generaron un valor de US\$ 51 billones y en 2014 fue US\$ 62 billones. Según la Cámara de Comercio de Lima, Perú cuenta con 3 marcas de franquicias peruanas en Estados Unidos. Las oportunidades de franquicia en Estados Unidos va por la línea de alimentos, servicios de limpieza y reparación de teléfonos celulares. Los cuales están cada vez más ubicados en centros comerciales y comercios. Florida cuenta con uno de los entornos más favorables para los negocios de Franquicias debido a la gran aceptación de este modelo de negocio y la diversa oferta lo que hace de estos negocios los preferidos entre los consumidores Floridanos. Otras ubicaciones serían Texas, California, New York, Georgia, New Jersey, Illinois y Virginia.

Una magnífica oportunidad para iniciar un negocio a través de una franquicia, es en la industria del cuidado de la salud y la belleza dado que no hay necesidad de contar con experiencia previa, este tipo de servicio es muy demandado y está en crecimiento. En Estados Unidos existen franquicias dedicadas al cuidado de la salud y la belleza que cuestan entre US\$ 10 mil hasta US\$ 200 mil. Un ejemplo es Uni K Wax Center que tiene un costo de US\$ 200 mil y cuenta con 5 establecimientos en New York y una en Florida.

## 7. Tendencias del Consumidor<sup>11</sup>

Los ingresos disponibles per cápita fueron US\$ 40 969 en 2014 y para 2015 se espera que crezca alrededor de 2,4%. Con respecto al gasto del consumidor per cápita, este ascendió a US\$ 36 707 en 2014, se prevé un aumento de 2,6% para 2015. Se espera que la educación sea la categoría de gasto con mayor crecimiento entre 2014 – 2030. También se prevé que los hoteles y los servicios de alimentación demuestren un buen funcionamiento en este periodo.

Estados Unidos sigue teniendo incidencia en la pobreza, aproximadamente 15% de su población es pobre, a pesar de la reciente recuperación económica.

**Cuadro N 09**  
(Millones de US\$)

Categorías	2010	2011	2012	2013	2014
Gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas	676 325	714 313	737 050	756 220	783 855
Gasto en bebidas alcohólicas y tabaco	218 861	224 957	229 249	233 656	239 704
Gasto en ropa y calzado	335 807	353 214	368 607	378 206	391 845
Gasto en vivienda	1 935 192	1 986 109	2 028 408	2 104 528	2 161 686
Gasto en artículos y servicios para el hogar	417 411	433 489	455 572	476 459	504 482
Gasto en productos de salud y servicios médicos	2 080 492	2 175 202	2 266 124	2 366 230	2 461 891
Gasto en transporte	942 165	1 054 287	1 103 596	1 129 540	1 185 471
Gasto en comunicaciones	239 596	250 939	263 436	273 357	285 015
Gasto en recreación y ocio	897 752	929 638	970 059	1 015 240	1 047 622
Gasto en educación	235 508	250 356	263 299	275 824	290 036
Gasto en hoteles y catering	617 727	657 303	697 542	736 551	779 407
Gasto en bienes y servicios varios	1 357 657	1 419 971	1 458 558	1 508 935	1 568 535
<b>Consumo Privado</b>	<b>9 954 493</b>	<b>10 449 778</b>	<b>10 841 500</b>	<b>11 254 746</b>	<b>11 699 549</b>

Fuente: Euromonitor. Elaboración: Promperú

<sup>10</sup> Fuente: <http://www.statista.com/statistics/190318/economic-output-of-the-us-franchise-sector/>

<sup>11</sup> Fuente: Euromonitor

## 8. 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 norteamericano 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.

## 9. Links de Interés

Entidad	Enlace
Comisión de Comercio, Administración de Aduanas de Estados Unidos, Departamento de Estado	<a href="http://www.commerce.gov/">http://www.commerce.gov/</a>
Comisión de Seguridad de Productos para el Consumidor	<a href="http://www.cpsc.gov">www.cpsc.gov</a>
Instituto Nacional Estadounidense de Estándares	<a href="http://www.ansi.org/">http://www.ansi.org/</a>
Asociación de editores americanos	<a href="http://www.publishers.org/">http://www.publishers.org/</a>
Aduana de Estados Unidos	<a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a>
Asociación de programas para el entretenimiento	<a href="http://www.theesa.com/">http://www.theesa.com/</a>
Centro de Información Arancelaria (UnitedStates International Trade Center)	<a href="http://www.usitc.gov/tata/index.htm">www.usitc.gov/tata/index.htm</a>
Oficina de Análisis Económico (BEA)	<a href="http://www.bea.gov/">http://www.bea.gov/</a>

## 10. Eventos Comerciales

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Interop 2015	Software	New York	Septiembre 29 – Octubre 10, 2015	<a href="http://www.interop.com">www.interop.com</a>
G2E 2015 Las Vegas	Videojuegos	Las Vegas	Septiembre 29 – 01 octubre, 2015	<a href="http://www.globalgamingexpo.com/">www.globalgamingexpo.com/</a>
E/AB Editions/Artists Book Fair 2015	Libros y artículos de impresión	New Yor	Mayo 11 – Noviembre 08, 2015	<a href="http://eabfair.org/">http://eabfair.org/</a>
International Franchise 2015 New York	Franquicias	New York	Junio 18 – 20, 2015	<a href="http://www.ifeinfo.com/">www.ifeinfo.com/</a>
Franchise Expo South 2016 Houston	Franquicias	Houston	Febrero 11 – 13, 2016	<a href="http://www.franchiseexposouth.com">www.franchiseexposouth.com</a>

Eastec 2015	Servicios, tecnología, telecomunicaciones, ingeniería y subcontratación	Springfield	Mayo 12 – 14, 2015	<a href="http://www.easteconline.com/">http://www.easteconline.com/</a>
-------------	---	-------------	--------------------	---

## 11. Bibliografía

- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**  
[www.imf.org](http://www.imf.org)
- **Euromonitor International**  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- **CIA, The World Factbook**  
[www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- **Acuerdos Comerciales del Perú**  
[www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)
- **World Trade Atlas**  
<http://www.gtis.com/gta/>
- **Market Access Map**  
[www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- **Mundo Ferias**  
<http://www.nferias.com/>
- **Portal Ferias**  
<http://www.portalferias.com/>
- **Auma Ferias**  
<http://www.auma.de/es/seiten/default.aspx>